

# UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

FACULTAD JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA

## TÍTULO:

"Propuesta de Ruta Agroturística para las parroquias Nambacola y Gonzanamá del cantón Gonzanamá, provincia de Loja"

> Tesis previa la obtención del título de Ingeniero en Administración Turística

## **AUTOR:**

Jhonny Stalin Chuquimarca Jaramillo

## **DIRECTOR:**

Ing. Wilman Patricio Vivanco Jiménez, Mg. Sc.

LOJA- ECUADOR 2018

## CERTIFICACIÓN

Wilman Patricio Vivanco Jiménez. Ing. Mg. Sc. Docente de la Universidad Nacional de Loja, Facultad Jurídica, Social y Administrativa de la Carrera de Administración Turística y director de tesis.

#### **CERTIFICA:**

Que el trabajo de tesis titulado: "PROPUESTA DE RUTA AGROTURÍSTICA PARA LAS PARROQUIAS NAMBACOLA Y GONZANAMÁ DEL CANTÓN GONZANAMÁ, PROVINCIA DE LOJA", desarrollado por el postulante JHONNY STALIN CHUQUIMARCA JARAMILLO previo a la obtención del Grado de Ingeniero en Administración Turística, ha sido realizado bajo mi dirección, control y supervisión, cumpliendo los requerimientos establecidos en el Reglamento de Régimen Académico de la Universidad Nacional de Loja por lo que autorizo su presentación para que sea calificado por un tribunal.

Loja, 28 de Marzo del 2018

Wilman Patricio Vivanco Jiménez. Ing. Mg. Sc.

DIRECTOR DE TESIS

## **AUTORÍA**

Yo, JHONNY STALIN CHUQUIMARCA JARAMILLO, declaro ser el autor del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma.

Adicionalmente, acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja la publicación de mi tesis en el Repositorio Institucional - Biblioteca Virtual.

AUTOR: Jhonny Stalin Chuquimarca Jaramillo

FIRMA:

CÉDULA: 1718597923

**FECHA:** Loja, agosto de 2018

CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO

Yo Jhonny Stalin Chuquimarca Jaramillo, declaro ser autor de la tesis titulada "PROPUESTA DE RUTA AGROTURÍSTICA PARA LAS PARROQUIAS NAMBACOLA Y GONZANAMÁ DEL CANTÓN GONZANAMÁ, PROVINCIA DE LOJA" como requisito para optar el grado de Ingeniero en Administración Turística, autorizo al sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de sus contenido de la siguiente manera en el repositorio digital institucional:

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el RDI, en las redes de información del país y del exterior, con las cuales tenga convenio la Universidad.

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia de la tesis que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los 08 días del mes de agosto del dos mil dieciocho, firma el autor.

Firma:

Autor: Jhonny Stalin Chuquimarca Jaramillo

Cédula: 1718597923

Dirección: Loja, Ciudadela La Argelia

Correo electrónico: chuquimarcajhonny 27@hotmail.com

Teléfono: 0980222392

DATOS COMPLEMENTARIOS

Director de tesis: Wilman Patricio Vivanco Jiménez Ing. Mg. Sc.

TRIBUNAL DE GRADO:

Ing. Rubén Román Aguirre Mg. Sc. Presidente del H. Tribunal

Ing. Luis Raúl Coronel Mg. Sc. Miembro del H. Tribunal

Lic. Yomar Rocío Pardo Mg. Sc. Miembro del H. Tribuna

### **DEDICATORIA**

El presente trabajo de investigación lo dedico con mucho amor y cariño a Dios por darme la fortaleza y ser el pilar que me sostiene en la vida, a mis padres José y Dalila, que, con su inmenso amor, esfuerzo y sacrificio me han ayudado a iniciar y culminar mis estudios, a mis hermanas Mireya y Viviana, por estar siempre conmigo dándome apoyo y alentándome para seguir siempre adelante, a mi pequeña sobrina Doménica que con cuando llegó a nuestras vidas convertía mis tristezas en alegrías con solo mirarla.

A los habitantes de las parroquias Nambacola y Gonzanamá por brindarme las facilidades necesarias para realizar mi trabajo investigativo.

**Jhonny Stalin** 

### **AGRADECIMIENTO**

Expreso mis sinceros agradecimientos a la Universidad Nacional de Loja, Área Jurídica, Social y Administrativa y a la Carrera de Administración Turística por permitirme realizar mis estudios en tan prestigiosa institución.

A mi director de tesis Wilman Patricio Vivanco Jiménez Ing. Mg. Sc. por brindarme su paciencia y asesoría en la elaboración y la culminación del presente trabajo de investigación.

A mis padres por su esfuerzo, apoyo y comprensión en cada una de las etapas de mi vida.

Al Ilustre Municipio, y a los habitantes de las parroquias Nambacola y Gonzanamá del Cantón Gonzanamá, quienes me ayudaron brindándome la información necesaria para el desarrollo del trabajo de investigación.

Finalmente, agradezco a todas las personas que de una u otra manera colaboraron en el desarrollo del trabajo de tesis.

El autor

## 1. TITULO

"PROPUESTA DE RUTA AGROTURISTICA PARA LAS PARROQUIAS GONZANAMÁ Y NAMBACOLA DEL CANTON GONZANAMÁ, PROVINCIA DE LOJA"

#### 2. RESUMEN

El Agroturismo se está convirtiendo en otra manera de buscar alternativas económicas para las comunidades rurales permitiendo la convivencia y participación de los visitantes con actividades como la cosecha, el ordeño, siembra, crianza de animales, entre otras. En Ecuador esta parte del turismo cada vez toma más fuerza ya que es un país mega diverso y cuenta con cuatro regiones bien diferenciadas por el clima que poseen, además es un país muy rico en costumbres y tradiciones que se mantienen de generación en generación a través de los años y la región Sur del Ecuador es baluarte en este sentido y la provincia de Loja se caracteriza por ello ya que cuenta con una gastronomía única, una cultura variada y unas tradiciones que se han mantenido a lo largo de los años; el café y la buena música hacen que Loja sea cada vez más visitada por turistas nacionales y extranjeros trayendo consigo la mentalidad de generar más proyectos para un desarrollo propicio de la provincia.

Gonzanamá es un cantón que posee características netamente agrícolas, ganaderas y artesanales, todo esto lo hace un sitio muy interesante para fomentar y explotar la modalidad del agroturismo para generar un desarrollo local trayendo beneficios a sus habitantes, el trabajo se desarrolló bajo el planteamiento de un objetivo general que es: Contribuir al desarrollo turístico de las parroquias Nambacola y Gonzanamá a través del diseño de una ruta Agroturística; así mismo se plantearon tres objetivos específicos que son: "Realizar un diagnóstico turístico de las parroquias Nambacola y Gonzanamá del Cantón Gonzanamá, Provincia de Loja", "Elaborar la propuesta de la ruta de Agroturismo para las parroquias Nambacola y Gonzanamá del Cantón Gonzanamá, Provincia de Loja", y "Determinar las estrategias de comercialización para la Ruta de Agroturismo para las parroquias Nambacola y Gonzanamá del Cantón Gonzanamá, Provincia de Loja", Provincia de Loja."

El trabajo de tesis se estructuró de acuerdo a la metodología planteada; mediante los materiales y métodos se pudo lograr el desarrollo del mismo, el objetivo general hace referencia a la elaboración del trabajo de investigación, por lo tanto, para el cumplimiento del primer objetivo se partió desde la utilización de la Matriz de Diagnostico de Comunidades de Carla Ricaurte Quijano en donde se realizó un análisis de los atractivos turísticos de las parroquias Nambacola y Gonzanamá y un análisis de la Información General de los lugares de estudio; así también se aplicó las fichas de resumen de atractivos y las fichas de inventario turístico del MINTUR; además, los planes de ordenamiento territoriales respectivos

sirvieron como complemento para la recolección de información en los ámbitos geográficos, turísticos, económicos, políticos y sociales, para finalmente determinar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que se encontraron en el presente estudio en donde se establecieron estrategias mediante la matriz FODA para determinar la situación actual de las parroquias del cantón.

En el segundo objetivo sobre la propuesta de ruta Agroturística se determinó la importancia de los atractivos a considerarse permitiendo integrar a las parroquias involucradas a la actividad turística, posteriormente se consideró los componentes para la validación de rutas turísticas del MINTUR, y el uso del Sistema de posicionamiento Global (GPS) para tomar los puntos de georreferenciación, que sirvieron para el diseño y elaboración del mapa de la ruta propuesta, adicionalmente se utilizó fichas de señalética para dejar en consideración la debida señal adecuada, para esto era necesario obtener la ubicación específica, tiempos y distancias de los atractivos turísticos, las fincas y la hacienda.

Para finalizar se procedió a diseñar y elaborar una marca identificativa con un slogan adecuado para la ruta, también como aditivo se realizó el debido guion e itinerario turístico respectivamente detallando y dando a conocer la información de los puntos que se van a recorrer en la ruta; en cuanto al tercer objetivo sobre las estrategias de comercialización se determinó que las mejores estrategias de comercialización eran aquellas que promocionan y difunden el producto, por ello se tomó en consideración la promoción por medio de las redes sociales, prensa escrita; así como la elaboración de trípticos, afiches, un paquete turístico, la implementación de una valla publicitaria turística, toda esto acompañado de suvenires; así mismo se da a conocer el respectivo presupuesto del material de promoción y difusión para un mejor conocimiento de la propuesta cuyos principales canales de distribución serán los respectivos GAD's y las agencias de viaje respectivamente aliadas.

Finalmente se establecieron las respectivas conclusiones y recomendaciones del trabajo realizado, la mayoría son dirigidas a los GAD's de Nambacola y Gonzanamá y a los dueños de las fincas en cuanto a las competencias y las capacitaciones que se deberían tomar, se estableció además que la Ruta Agroturística Gonzanamá servirá de aporte para aumentar el turismo en el sector mediante las principales actividades económicas a las que se dedican sus habitantes que son la agricultura, la ganadería y las artesanías.

#### **ABSTRACT**

Agrotourism is becoming another way to look for economic alternatives for rural communities allowing the coexistence and participation of visitors with activities such as harvesting, milking, sowing, raising animals, among others. In Ecuador, this part of tourism is gaining strength as it is a mega diverse country and has four distinct regions due to the climate they possess. It is also a country rich in customs and traditions that are maintained from generation to generation through of the years and the South region of Ecuador is a bulwark in this sense and the province of Loja is characterized by it since it has a unique cuisine, a varied culture and traditions that have been maintained over the years; coffee and good music make Loja more and more visited by national and foreign tourists bringing with it the mentality of generating more projects for a propitious development of the province.

Gonzanamá is a canton that has distinctly agricultural, livestock and artisanal characteristics, all this makes it a very interesting site to promote and exploit the modality of agrotourism to generate local development bringing benefits to its inhabitants, the work was developed under the approach of a general objective that is: Contribute to the tourism development of the Nambacola and Gonzanamá parishes through the design of an Agrotourism route; Three specific objectives were also proposed: "Carry out a tourist diagnosis of the parishes of Nambacola and Gonzanamá of Canton Gonzanamá, Province of Loja", "Prepare the proposal of the Agrotourism route for the parishes of Nambacola and Gonzanamá of Gonzanamá Canton, Province de Loja ", and" Determine marketing strategies for the Agrotourism Route for the Nambacola and Gonzanamá parishes of Gonzanamá Canton, Loja Province. "

The thesis work was structured according to the proposed methodology; Through the materials and methods it was possible to achieve the development of the same, the general objective refers to the development of the research work, therefore, for the fulfillment of the first objective was started from the use of the Diagnostic Matrix of Communities of Carla Ricaurte Quijano where an analysis of the tourist attractions of the Nambacola and Gonzanamá parishes and an analysis of the General Information of the places of study was carried out; In addition, the attractive summary cards and tourist inventory cards of the MINTUR were applied, and the respective territorial planning plans served as a complement to the collection of information in the geographical, tourist, economic, political and social areas, so as to finally determine the strengths, opportunities, weaknesses and threats that were found in the present study where

strategies were established through the SWOT matrix to determine the current situation of the parishes of the canton.

In the second objective on the proposal of Agrotourism route was determined the importance of the attractions to be considered allowing integrating the involved parishes to the tourist activity, later the components for the validation of tourist routes of the MINTUR, and the use of the Tourism System were considered. Global Positioning (GPS) to take the georeferencing points, which were used for the design and elaboration of the map of the proposed route, additionally signage token was used to consider the appropriate signal, for this it was necessary to obtain the specific location, times and distances of the tourist attractions, the farms and the hacienda.

To finalize, an identification mark with an appropriate slogan for the route was designed and developed, as well as an additive, the appropriate script and tour itinerary was made, respectively detailing and making known the information of the points that will be covered on the route; Regarding the third objective on marketing strategies, it was determined that the best marketing strategies were those that promote and disseminate the product, so promotion was taken into account through social networks, the written press; as well as the preparation of triptychs, posters, a tourist package, the implementation of a tourist advertising billboard, all this accompanied by souvenirs; Likewise, the respective budget of the promotion and dissemination material is made known for a better understanding of the proposal, whose main distribution channels will be the respective GADs and the respective allied travel agencies.

Finally, the respective conclusions and recommendations of the work carried out were established, most are directed to the GADs of Nambacola and Gonzanamá and to the owners of the farms in terms of skills and training that should be taken, it was also established that the Route Agroturística Gonzanamá will serve as a contribution to increase tourism in the sector through the main economic activities to which its inhabitants dedicate themselves, which are agriculture, livestock and handicrafts.

### 3. INTRODUCIÓN

El Agroturismo es una modalidad de turismo en que la parte rural es la que genera nuevas alternativas para atracción de los visitantes, el convertir haciendas, granjas, fincas, huertos e invernaderos en una nueva respuesta para contribuir al desarrollo turístico hacen que familias se sustenten generando ingresos adicionales mediante este mercado realizando explotaciones como cosecha, ordeño, rodeo, elaboración de conservas, alimentación, crianza de animales, entre otros. Además, se complementa a ello la cultura, tradición y gastronomía de los sectores donde se desarrolla esta nueva forma de turismo; al hablar de nuevos ingresos trae consigo el surgimiento de nuevos empleos ya sea directa o indirectamente comercializando productos agropecuarios o ya sea con una finalidad demostrativa gestando un factor de desarrollo y competitividad.

En el Ecuador, el agroturismo se conjuga como el contacto directo con la vida rural como tradiciones, gastronomía, cultura, paisaje, sabios campesinos, historias del lugar; todo esto es ocio, relajación y disfrute de aquellas personas que se adentran a este nuevo sector; en la actualidad el agroturismo en nuestro país está en crecimiento ya que se han construido establecimientos que tienen como objetivo explotar esta modalidad, estando estos ubicados desde la Costa ecuatoriana hasta en la Amazonía, pero todo este auge que hay dependerá de la sostenibilidad en el tiempo de los mismos y dependerá sin duda de una intervención seria y responsable de los organismos competentes con el fin de permitir iniciativas de desarrollo y convertirse en pioneros de esta rama en nuestro querido Ecuador.

La provincia de Loja, ubicada al sur del ecuador es baluarte en este crecimiento ya que cuenta con diferentes pisos climáticos para la correcta producción agrícola y ganadera a lo largo de sus cantones, además cuenta con atractivos turísticos naturales y culturales que hacen idónea a esta provincia para que se integre el sector Agro turístico, fruto de ello son las parroquias Nambacola y Gonzanamá del Cantón Gonzanamá, las mismas

que se caracterizan por la producción agrícola y ganadera que se desarrollan en estas zonas, no por nada a nivel cantonal Gonzanamá es considerada la capital agrícola, ganadera y artesanal ya que esta es un centro de distribución en estas actividades agropecuarias, además estas parroquias cuentan con bellezas paisajistas y con atractivos naturales y culturales que lamentablemente teniendo el potencial necesario no se han sabido aprovechar estos recursos como una nueva alternativa de turismo.

Por tal razón el tema de investigación busca aprovechar todos estos recursos turísticos combinándolos con las principales actividades de las localidades para difundirlo como un producto integrador del cantón optando primeramente por poner a disposición los recursos que poseen estas dos parroquias, abriéndose paso y siendo pioneras en el ámbito agro turístico.

La propuesta de ruta Agroturística permitirá dar a conocer más sobre todo lo que puede brindar el cantón y sus parroquias en el ámbito turístico y en cuanto a la producción agrícola y ganadera; así como mitigar el desconocimiento de los atractivos turísticos, además busca dar solución a la falta de empleo relacionada a este sector brindando fuentes de empleo directa e indirectamente.

Para cumplir con el tema de investigación propuesto se plantearon los siguientes objetivos:

El objetivo general de la presente investigación es la "Propuesta de Ruta Agroturística para las parroquias Nambacola y Gonzanamá, del cantón Gonzanamá, Provincia de Loja" con el propósito de generar un proyecto integrador que beneficia a los actores involucrados en al ámbito agrícola y ganadero combinándola con recursos turísticos; para el cumplimiento de esto se establecen tres objetivos específicos: El Primero, "Realizar un diagnóstico turístico de las parroquias Nambacola y Gonzanamá del Cantón Gonzanamá, Provincia de Loja", permitiendo conocer la situación actual de las parroquias, así también se realizó el inventario de atractivos turísticos de las dos parroquias incluyendo las fincas y la Hacienda, para determinar cuáles van a integrar la ruta propuesta; el segundo, "Elaborar la

propuesta de la ruta de Agroturismo para la parroquia Nambacola y Gonzanamá del Cantón Gonzanamá, Provincia de Loja", este se desarrolló una vez determinando los atractivos que van a incurrir en la ruta, para ello se tomó puntos de georreferenciación para realizar mapas tanto de atractivos como de la señalética a implementar, además de elaborar la marca y slogan identificativo de la ruta; y, tercero, "Determinar las estrategias de comercialización para la Ruta de Agroturismo para las parroquias Nambacola y Gonzanamá del Cantón Gonzanamá, Provincia de Loja", en donde se plantearon las estrategias de promoción y difusión que se va a adoptar para dirigirse de mejor manera a los diferentes tipos de mercado relacionados al turismo.

Entre los alcances conseguidos se constató que la Ruta Agro turística es una alternativa que va a generar beneficios a las parroquias involucradas, sobre todo para aquellas personas que se dedican al agro y que hacen de esto su forma de vida, además la presente propuesta ayuda a valorar las costumbres y tradiciones que pasan de generación en generación ya que con esto se logró evidenciar las riquezas de estos sectores; siendo así que la ruta será un impulso para abrirse hacia el agroturismo y que además podrá tener alcances integradores en donde puedan ser partícipes las demás parroquias, ya que cuentan con características diferentes llegando a dar un plus mayor a dicha proposición, ocasionando que pueda ser considerada como una medida a tomar por parte de los entes encargados para el desarrollo local del cantón.

Sobre las limitaciones de la investigación encontramos las falencias sobre las competencias que tiene cada GAD para ayudar al sector turístico al no contar con recursos económicos para mejorar en este ámbito y la falta de compromiso que existe por autoridades competentes hacia el turismo; esto se evidencia por la poca información de algunos de sus atractivos, por la falta de manteniendo de los mismos y por el desconocimiento que hay referente a los atractivos dando a manifestar que la promoción y difusión es escasa en cuanto se refiere al turismo.

#### 4. REVISIÓN DE LITERATURA

### 4.1. Marco Conceptual

Para el desarrollo de la investigación se ha considerado los siguientes conceptos dentro del marco conceptual:

### 4.1.1. Concepto de Turismo

Según el autor colombiano Luis Fernando Jiménez, quien tiene grandes conocimientos en turismo escritos en su libro *Teoría Turística, un enfoque integral del hecho social*, publicado en 1986, define el turismo como un hecho social, denominando hecho al encuentro entre el turista y el atractivo, lo que implica desplazamiento interacción y movimiento; establece la relación que existe entre los sujetos turistas y los sujetos receptores, en el momento del encuentro, el destino. Los receptores proporcionan la adecuación de los atractivos turísticos, como embellecimiento y ampliación de servicios para la recreación y el descanso y los turistas disfrutan de estos servicios. (Cortes Rodriguez, 2012)

#### 4.1.2. Clasificación del Turismo

La clasificación del Turismo se da de acuerdo a las características y motivaciones que impulsan a las personas a realizar desplazamientos turísticos, aunque un mismo viaje puede suponer dos o más tipos de motivaciones. Existen perfiles de los segmentos de mercados seleccionados por la OMT como los más importantes y dinámicos:

- Turismo de sol y playa: Desplazamiento de personas hacia puntos de atracción costeros. A nivel mundial este tipo de turismo representa la mayor cantidad de desplazamiento durante las vacaciones. (SERNATUR, 2008)
- Turismo de aventura: Es un tipo de turismo efectuado por personas que realizan actividades turísticas en contacto con la naturaleza con un riesgo controlado, cuya característica más notable es el uso de servicios turísticos no tradicionales. Generalmente las personas aficionadas al

turismo de aventura, prescinden del lujo y la comodidad. El turismo de aventura suele desarrollarse en zonas remotas o relativamente inexploradas. Ejemplo: caminatas, bajadas de ríos, cabalgatas, etc. Según la OMT (1996: 85) el Turismo de Aventura corresponde a "actividades turísticas que introducen un elemento de dificultad física y, en ocasiones, entrañan verdadero riesgo". Entre las actividades aludidas se encuentran, por ejemplo: descenso de cursos de agua en balsas; Montañismo; pesca deportiva; caminatas en la naturaleza; etc. (SERNATUR, 2008)

- Turismo de naturaleza / ecoturismo: La mejor forma de definir al turismo de aventura o ecoturismo es la que emplea Ziffer(1989), proponiendo un hibrido basado en las definiciones de Cevallos Lascurain y Kutay, al decir que es aquella modalidad de turismo inspirada primordialmente en la historia natural de un área, incluyendo sus culturas indígenas. El ecoturista visita áreas relativamente poco desarrolladas con un espíritu de apreciación, participación y sensibilidad. (Coppin, 2015)
- Turismo cultural: El Turismo Cultural, puede ser entendido como aquel en que la principal motivación es conocer aspectos de la cultura (costumbres; arquitectura; manifestaciones artísticas; gastronomía; etc.) de los antiguos y/o actuales habitantes del lugar visitado. Este se puede dar tanto en el medio urbano como rural. (SERNATUR, 2008)
- Turismo urbano o de ciudad: Como su nombre lo sugiere, esta forma
  de turismo consiste en visitas realizadas a centros urbanos de distintas
  dimensiones (Grandes ciudades hasta pequeños pueblos) con el fin de
  conocer o revisitar sus lugares de interés, entre los cuales se pueden
  incluir: parques; museos; edificios de interés arquitectónico y/o
  históricos; casas coloniales, comercios; restaurantes; etc (SERNATUR,
  2008)

 Turismo rural: Este tipo de turismo "supone el desarrollo de alojamientos de estilo local en los pueblos tradicionales o en sus inmediaciones donde puedan pernoctar los turistas, disfrutar de la cocina local, y observar y compartir las actividades populares" (OMT, 1999).

El turismo rural incluye el agroturismo, el ecoturismo y el etnoturismo, entre otros tipos propios del medio rural. (SERNATUR, 2008)

- Turismo de deportes: La principal motivación es practicar algún deporte. Se puede dividir en dos grupos: deporte de exterior y el de interior. También se podría hacer otra subdivisión en función del que practica el deporte, o de quien lo ve. (MINTUR 2010).
- Turismo de circuitos de interés general: Se desarrolla activamente en varios lugares siguiendo rutas preestablecidas. (MINTUR 2010).
- Turismo de cruceros: Es la actividad que se realiza a bordo de un barco o buque, el cual brinda a sus pasajeros todos los servicios y facilidades similares a los de un gran hotel o resort del mundo. (MINTUR 2010).
- Turismo de Parques temáticos: Es a partir de la existencia de estos recintos, donde mucha gente se dispone a realizar turismo viajando a poblaciones donde pueda encontrar un lugar de distracción con un parque temático como principal atractivo, o el parque temático solamente como motivación principal. (MINTUR, 2010).

## Turismo de negocios, congresos y conferencias

**Turismo de eventos:** incluye congresos, convenciones, ferias, exposiciones, viajes de incentivo, festivales. Es una modalidad del turismo de negocios, que moviliza esencialmente a líderes de opinión

en distintas ramas del conocimiento, la ciencia, la tecnología, las finanzas o el comercio.

**Turismo de reuniones:** es aquel que genera un conjunto de actividades económicas como consecuencia de la organización de encuentros de un destino a elegir y cuyos motivos giran en torno a temas profesionales.

**Turismo de congresos:** Actividades económicas asociadas a la realización de congresos, convenciones, viajes de incentivo, y otras reuniones similares a estas (jornadas, encuentros conferencias, simposios, foros, seminarios, cursos...) convocados por motivos profesionales y/o asociativos.

**Turismo de negocios**, es un conjunto de corrientes turísticas cuyo motivo de viaje está vinculado con la realización de actividades laborales y profesionales llevadas a cabo en reuniones de negocio, congresos y convenciones con diferentes propósitos y magnitudes. (MINTUR, 2010).

- Turismo de salud: Este es un innovador concepto que se basa en la oferta turística de recreación termal y ocio saludable. Entre los establecimientos que ofrecen esta clase de servicios de salud se encuentran especialmente balnearios, spa, centros de meditación, centros espirituales, etc. Es básicamente un lugar en donde podemos realizar actividades saludables tanto para el cuerpo como para el espíritu y realizar actividades como la meditación, el yoga, aroma terapia, musicoterapia, baños minerales, etc. (MINTUR 2010).
- Turismo gastronómico: Personas que realizan actividades fundamentadas en el patrimonio cultural gastronómico material e inmaterial en lugares diferentes a los de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año con el fin de consumir y disfrutar productos, servicios, experiencias gastronómicas de manera prioritaria y complementaria. (Montecinos Torres, 2013)

## 4.1.3. Tipos de Turismo

Cuadro N° 1: Tipos de Turismo

	<u>,                                      </u>
	Naturaleza de Interés General
	Observación de aves
Turismo de Naturaleza	Observación de Ballenas
	Turismo científico de naturaleza
	Canotaje
	Buceo
Turismo de Aventura	Montañismo y escalada
	Senderismo
	Ciclismo de montaña
	Pesca deportiva
	Turismo cultural de interés general
	Turismo arqueológico
Turismo Cultural	Turismo religioso
	Fiestas y cultura viva(etnoturismo)
	Turismo científico cultural
	Turismo comunitario
Turismo Rural	Agroturismo
	Turismo de pueblos
	Turismo urbano de interés general
Turismo de Ciudad	Turismo de compras
	Turismo de eventos urbanos
	Turismo de playa en poblaciones
Turismo de Sol y Playa	costeras
	Turismo de resorts de playa
	Turismo de playa en entornos naturales
Turismo de circuitos	Circuitos turísticos nacionales
	Circuitos turísticos regionales
	Hidroterapia
Turismo de Salud	Meditación
	Tratamientos médicos específicos
	Medicina Tradicional
	Turismo de negocios tradicional
Turismo de Negocios	Congresos y Convenciones
	Viajes de incentivos
<u> </u>	1

Fuente: MINTUR, 2010
Elaboración: Jhonny Chuquimarca Jaramillo

#### 4.1.3.1. Concepto de Agroturismo

El agroturismo es una de las modalidades del turismo en espacios rurales, en el que se incluyen el turismo rural, el ecoturismo y el turismo de aventura, entre otros. De acuerdo con la definición de la Organización Mundial del Turismo (OMT), citada por Barrera (2006), el agroturismo es la actividad que se realiza en explotaciones agrarias (granjas o plantaciones), donde los actores complementan sus ingresos con alguna forma de turismo en la que, por lo general, facilitan alojamiento, comida y oportunidad de familiarización con trabajos agropecuarios. (Blanco M. & Riveros S., 2010)

"Se cataloga como un tipo de turismo especializado en el cual el turista se involucra en labores agrícolas o ganaderas y demás actividades del campo, con la prestación de los servicios pertinentes para el disfrute de su estadía. Esta actividad proporciona al campesino ingresos adicionales." (Cortes Rodriguez, 2012)

### 4.1.3.2. El agroturismo en el Ecuador

Ecuador es un centro turístico internacional debido a sus naturales atractivos concentrados en las Islas Galápagos; la Amazonía y la ruta del sol. Este singular conjunto de atractivos ha venido creciendo a la luz de la cultura ecológica que ha llevado a la humanidad de finales del siglo XX y los albores del siglo XXI a comprender, valorar, respetar, proteger y querer el medio ambiente.

En el interés turístico internacional también se encuentran los nevados; los lugares que aportan cultura arqueológica; los parques nacionales; los parques de recreación y la arquitectura de algunas ciudades como Quito, Cuenca, Guayaquil.

Las oportunidades derivadas del crecimiento sostenido de estas demandas deben ser aprovechadas para desarrollar atractivos turísticos realmente relevantes, con áreas diseñadas para los turistas (Senderos, espacios de estar, servicios higiénicos, seguridad), que dejen en el turista una experiencia inolvidable, lo que quiere decir que allí debe haber cosas qué ver y cosas qué hacer.

Ese entorno debe tener cultivos dignos de filmar o fotografiar y un alto contenido cultural, ejemplo: diversos cultivos promisorios, rescate de especies nativas, especies medicinales, especies aromáticas, especerías, frutales y en general cultivos que disfrute el turista y que formen parte de sus inolvidables recuerdos, que represente valor edónico.

En el lugar debe haber vivencias de allí. Vivencias características del lugar tales como comida típica, bebidas propias, dulces tradicionales, música autóctona, paseos (bicicleta, triciclo, caballo, bote, canoa), conversaciones con la gente del lugar, pesca, observación de animales silvestres, excursiones, en síntesis: que haya un aprendizaje positivo para que el turista se convierta en un entusiasta promotor y difusor del lugar.

El agroturismo genera nuevos ingresos, educación turística, ambiental y agrícola y además enriquece a los involucrados.

Es importante tener en cuenta que Ecuador dispone de condiciones naturales muy apropiadas para este tipo de emprendimientos, pero también es conveniente resaltar que no solamente condiciones específicas como las que se cuentan de manera natural son propicias para este tipo de inversión. También existen otros lugares que deben ser identificados como las mismas fincas de los agricultores que transformándose en empresas o microempresas agropecuarias integrales tecnificadas, sanas y productivas sean también atractivos turísticos y culturales. (Henao, 2015)

#### 4.1.4. Diagnostico Turístico

El diagnostico turístico es la etapa del proceso de planificación donde se estable y evalúa la situación de un destino en un momento determinado; aquí se establece una diferencia entre la situación del turismo antes y los resultados que se obtienen después de la implementación de estrategias en el destino.

Es entendido como la búsqueda y sistematización de información relativa a la oferta y la demanda turísticas en el destino. Vera (1997: 388), desde un enfoque físico territorial indica que el diagnóstico consiste en el análisis de

los componentes básicos de la estructura turística —oferta y demanda—del uso y estructura del territorio, así como del medio ambiente del sitio a planificar.

Desde este punto de vista, se ha identificado que el diagnóstico sirve para tres propósitos muy concretos:

- **1.** Definir la situación actual del turismo en un espacio territorial determinado con sus oportunidades y limitaciones.
- Fundamentar las soluciones, la toma de decisiones, propuestas y estrategias de desarrollo con datos cuantitativos y cualitativos actualizados.
- **3.** Establecer una línea base que sirva para comparar la diferencia entre la situación del turismo antes y los resultados obtenidos después de la aplicación de acciones o estrategias de planificación turística.

Dependiendo del tipo de plan o de propuesta que se va a realizar —por eso la definición de objetivos de desarrollo debe hacerse previamente— se establece qué aspectos del turismo o del entorno van a ser priorizados en los estudios y análisis. (Ricaurte Quijano, 2009)

#### 4.1.4.1. Matriz de Carla Ricaurte Quijano

La Matriz de Ricaurte Quijano (2009), propone que el diagnóstico turístico consiste en la recolección de información y análisis técnico de los 6 elementos que permiten el funcionamiento turístico de un destino (atractivos, oferta de servicios, demanda, infraestructura, gobernanza y comunidad receptora), así como de las condiciones del entorno que pueden influir en su dinámica. Este proceso tiene como propósito definir cuáles son los factores que están afectando positiva o negativamente la actividad turística en el destino, identificar las oportunidades y limitaciones del desarrollo, así como facilitar la definición de estrategias y la toma de decisiones. con este fin, el diagnóstico puede completarse en tres etapas, la primera consiste en la planificación y diseño del diagnóstico, la segunda se refiere a la recolección de información de campo y la tercera consiste en el análisis y sistematización de resultados. La segunda parte del manual

describe las actividades a seguir en cada una de las etapas, así como los instrumentos diseñados para recoger la información de campo (fichas de recolección de información). (Ricaurte Quijano, 2009)

#### 4.1.4.2. Pasos para elaborar el Diagnostico Turístico

Los pasos para elaborar el diagnóstico turístico tienen como propósito definir el tipo y la forma en que se recogerá la información de campo. De manera general incluyan lo siguiente:

- La determinación del enfoque de planificación, escala, objetivos
- Delimitación del área de estudio
- La revisión de la literatura
- Planificación del trabajo de campo

#### Definición del Tipo de Planificación

La primera actividad consiste en definir si estamos haciendo planificación en espacios naturales, costeros, rurales o urbanos. Luego, de acuerdo a las potencialidades identificadas, intereses de la demanda o del organismo planificador, definir si la planificación tendrá un enfoque económico, comunitario, sostenible u otro.

Tener claro el tipo de espacio y el enfoque nos permite ajustar el proceso de diagnóstico a la realidad local e incluso, adaptar los instrumentos de recolección de información a los objetivos planteados.

### Delimitación del Área de Estudio

Esta actividad implica la delimitación del sistema turístico que se va a evaluar. En efecto, si estamos haciendo el diagnóstico turístico de una localidad (comunidad, comuna, ciudad, cantón u otro), puede suceder que los límites territoriales sean más amplios que lo que se pretende (o se debería) planificar turísticamente. En todo caso, es importante la identificación de los límites político-territoriales de la localidad con el fin de

determinar un espacio físico concreto, fácilmente identificable y capaz de ser ubicado en mapas o coordenadas.

#### Revisión de Documentos

La revisión de documentos consiste en buscar información del lugar de estudio que haya sido levantada previamente. Este paso previo a la recolección de información de campo, se hace con el propósito de ahorrar tiempo, recursos humanos y económicos, así como contextualizar la información que se recogerá posteriormente.

La información documental incluye libros, videos, archivos, periódicos, elementos multimedia e Internet. El tipo de información que vamos a buscar depende del tipo de planificación que se está haciendo. En general, los datos que se pueden recoger tienen que ver con datos contextuales como:

- Planes de desarrollo previos para la localidad: Busca promover el desarrollo social en una determinada localidad, este tipo de plan intenta mejorar la calidad de vida de la gente y atiende las necesidades básicas insatisfechas.
- Actores sociales locales: Se hace referencia a grupos, organizaciones o instituciones que interactúan en la sociedad capaz de negociar y gestionar proyectos junto a instituciones.
- División político- territorial: Se utiliza para identificar los límites políticos territoriales de la localidad con el fin de determinar un espacio físico concreto.
- Demografía: El estudio estadístico de una población humana.
- Principales actividades económicas: Son aquellas que permiten la generación de la riqueza dentro de una comunidad.
- Características geográficas: Se refiere a la ubicación geográfica, coordenadas, latitud, longitud, límites.
- Flora: Para determinar las especies botánicas de un determinado lugar.
- Fauna: Es el conjunto de animales en sus diferentes clasificaciones.

- Identificación de las principales atracciones
- Comités o asociaciones de turismo existentes: Son acuerdos entre una o más personas para destinar sus conocimientos o a sus actividades a la realización de cualquier propósito. (Ricaurte Quijano, 2009)

#### 4.1.5. Inventario de Atractivos Turísticos

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

Los criterios incorporados en el inventario responden en su mayoría a los utilizados en el Índice de Competitividad Turística de la Organización Mundial de Turismo y el Foro Económico Mundial en el año 2015.

Por otro lado, la generación de espacios turísticos es la conformación de unidades básicas para la planificación turística en territorio, cuya configuración responde a la distribución territorial de los atractivos turísticos tanto en las categorías natural y cultural. (Ministerio de Turismo (MINTUR), 2017).

Cuadro N° 2: Etapas de Inventario

	ETA	PAS		
Etapa I: Realización	Del Inventario De	Etapa II: Generación De Espacios		
Atractivos 7	urísticos	Turísticos		
FASE I: LEVANTAMIENTO Y REGISTRO	Clasificación, Levantamiento De Información Primaria, Verificación Con Información Secundaria	FASE I: IDENTIFICACIÓN DE ATRACTIVOS	Identificación Y Asociatividad De Los Atractivos Turísticos	
FASE II: PONDERACIÓN Y JERARQUIZACIÓN	Definición De Criterios De Evaluación; Ponderación De Criterios; Jerarquización De Atractivos Turísticos	FASE II: TIPIFICACIÓN DE ESPACIOS TURÍSTICOS	Especialización De Información Base Y Temática; Análisis Geográfico; Tipificación De Espacios Turísticos.	
FASE III: SISTEMATIZACIÓN GEOGRÁFICA DE LAS FICHAS	Selección De Atributos; Conversión De Base Dato (DB) A Base De Datos Geográfica (GDB).; Catalogación De Los Atractivos Según Catálogo Nacional; Generación Del Mapa De Atractivos Turísticos.			

Fuente: Metodología de Inventarios/MINTUR Elaboración: Jhonny Chuquimarca Jaramillo

#### 4.1.6. Atractivos Turísticos Culturales

Son aquellos elementos en que intervienen o ha intervenido la acción humana en el devenir histórico, o se han establecido por razones culturales o comerciales. (Marquez, 2011)

En cuanto a la clasificación de atractivos turísticos culturales, según el Ministerio de Turismo se reconocen 4 tipos y 25 subtipos. Entre los 4 tipos se tiene: arquitectura, acervo cultural y popular, realizaciones técnicas y científicas y acontecimientos programados. (MINTUR, GUÍA METODOLÓGICA PARA LA JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS Y GENERACION DE ESPACIOS TURISTICOS DEL ECUADOR 2017, 2017)

**Cuadro N° 3: Atractivos Culturales** 

ATRACTIVOS TURÍSTICOS CULTURALES				
TIPO	COD SUBTIPO		DESCRIPCION	
	1	Histórica/Vernácula	Corresponden todas las obras arquitectónicas de carácter histórico y/o vernáculo tales como: Iglesias, monasterios y conventos. (civil, religiosa, militar)	
	2	Infraestructura cultural	Museos, casas de música, centros culturales, teatros, cines, etc. (fuera de centros comerciales).	
Arquitectura	3	Infraestructura recreativa	Parques recreativos temáticos	
	4	Otras infraestructuras sociales	Edificaciones deportivas, educativas, de salud, de gestión, de culto, campo santo, etc. como: escuelas, centros hospitalarios, bibliotecas, estaciones de tren o autobuses, bibliotecas.	
	5	Sitio Histórico	Espacio que conserva su coherencia arquitectónica con determinado período histórico	

			donde aún subsiste la escala del
			predio y la unidad arquitectónica
			y dimensional.
			Espacio que contiene vestigios
			de estatuas, tumbas, piedras con
		Área arqueológica	pictografías, petroglifos,
			cerámica, orfebrería, y otras
	6		manifestaciones aborígenes.
			Puede mostrar parte de una
			civilización o apenas son un
			ejemplo aislado de una cultura.
			Construcción arquitectónica o
		Monumentos	escultórica, generalmente de
	7		grandes dimensiones, que se
			erige en recuerdo de una
			persona o hechos memorables.
	8		Son espacios de uso público,
			donde cualquier persona puede
		Espacios públicos	circular, más allá de las
			limitaciones que impone la ley;
	O		destacarían las calles, las plazas,
			plazoletas, bulevares, parques,
			plano de fachadas de las
			viviendas.
		Pueblo y/o	Hace referencia a los
	1	nacionalidad	asentamientos que conservan
	1	(Etnografía)	rasgos relevantes propios de su
			cultura.
			Hace referencia a festividades de
		Fiestas religiosas,	carácter religioso además de
	2	tradiciones y	creencias, leyendas y mitos que
		creencias	forman parte de las
		populares	características sociales de un
			asentamiento y que por tradición
			generalmente verbal subsisten
			en poblaciones menores del país
		<u> </u>	

			Está conformada por los objetos
Acervo Cultural		Artesanías y artes	que los moradores de una región
y Popular	3		elaboran en gran proporción
			manualmente utilizando
			materiales locales.
		Medicina ancestral	Hace referencia a la práctica de
	4		medicina natural aborigen
	4		realizada por un Shamán
			perteneciente a una comunidad.
			Son lugares de encuentro en
		Ferias y mercados	aquellos pueblos donde
			campesinos o indígenas del área
	5		exponen periódicamente sus
			productos (agrícolas, animales o
			artesanales) para su
			comercialización.
			En la música y danza
		Música y danza	generalmente se utilizan
			instrumentos propios y trajes
	6		típicos de un asentamiento,
			pueden ser heredadas parcial o
			totalmente de los antepasados o
			colonizadores.
			Alimentos propios de cada región
	7	Gastronomía	preparados con fórmulas
	,		originales tradicionales utilizando
			ingredientes del lugar.
			Comprende obras propias del
			diseño de ingenierías, puentes,
		Obras de ingeniería	hidroeléctricas, represas,
	1		acueductos, túneles, refinerías,
	'		minas, etc. Para el caso de vías
Realizaciones			o líneas férreas se considerará
técnicas y			las condiciones particulares de
científicas			su ejecución.

		Centros	Se refiere a las infraestructuras
	2	astronómicos	destinadas a la observación de
			astros.
		Centros de	Centros e instalaciones donde se
	3	exhibición de flora y	observan las formas de vida y
		fauna	comportamiento de especies
			botánicas y animales.
		Centros de rescate	Hace referencia a todos los
	4	de fauna silvestre	centros especializados en el
			rescate de flora y fauna silvestre.
		Centros	Se refiere a campos o complejos
		Agropecuarios y	de producción agrícola,
	5	pesqueros	ganadera o piscícola con
			características notables que
			generan visitación
			Fábricas, factorías y complejos
		Centros	donde se transforma la materia
	6	industriales	prima en maquinaria, equipos,
			vestimenta, medicinas,
			vehículos, armamento, etc.
		Eventos artísticos	Eventos relacionados con la
	1		música, teatro, cine, pintura y
			danza.
Acontecimientos		Convenciones,	Ferias donde se exponen y/o
Programados		Ferias(no	venden productos según su
	2	artesanales) y	especialidad, sector de la
		Congresos	economía al que promocionan o
			donde se haga cobertura.
			Competencias, campeonatos,
		Eventos deportivos	encuentros, entre equipos o
	3		países u olimpiadas donde
			compiten en diferentes
			disciplinas deportivas.
		Eventos	·
	4		·
		Gastronómicos	encuentros de tipo gastronómico.
Frants Inventoria da Atra	tivoo Turi	Cations MINITUD 2004 and and	L tación Dirección de Productos y Destinos, 2017

Fuente: Inventario de Atractivos Turísticos, MINTUR, 2004, adaptación Dirección de Productos y Destinos, 2017 Elaboración: Jhonny Chuquimarca Jaramillo.

#### 4.1.7. Atractivos Turísticos Naturales

Son aquellos creados por la naturaleza sin que el hombre haya intervenido en ello. (Marquez, 2011)

En cuanto a la clasificación de atractivos turísticos naturales, según el Ministerio de Turismo se reconocen 11 tipos y 54 subtipos.

Entre los 11 tipos se tiene: montañas, desiertos, ambientes lacustres, ríos, bosques, aguas subterráneas, fenómenos espeleológicos, fenómenos geológicos, costas o litorales, ambientes marinos y tierras insulares. (MINTUR, GUÍA METODOLÓGICA PARA LA JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS Y GENERACION DE ESPACIOS TURISTICOS DEL ECUADOR 2017, 2017)

Cuadro N° 4: Atractivos Turísticos Naturales

ATRACTIVOS TURÍSTICOS NATURALES				
TIPO	COD	SUBTIPO	DESCRIPCION	
	1	Alta montaña	Son todas las elevaciones de la tierra con alturas superiores a 4800	
	'	Alla montana	msnm Ejemplo: Volcán Chimborazo 6.268 m.	
		Media	Son todas las elevaciones de la tierra con alturas superiores a 4000	
Montañas	2	montaña	msnm y menores a 4800 msnm. Ejemplo: Volcán Rumiñahui 4.721	
Montanas			m.	
			Son pequeñas y suaves elevaciones de la tierra con una altura	
	3	Baja montaña	inferior a 4000 msnm, que pueden presentarse aisladas o	
			agrupadas. Ejemplo: Cero Ilaló 3.188 m	
	1	Costero	Próximos a la Costa, con o sin dunas	
Desiertos	2	Del interior	En el interior del país, especialmente entre las cadenas montañosas	
		Del Interior	de los Andes con o sin dunas.	
	1	Lago	Gran masa de agua en extensas hondonadas de terreno. Ejemplo:	
		Lago	Lago San Pablo	
	2	Laguna	Extensión de agua de menores dimensiones que el lago. Ejemplo:	
			Laguna de Cuicocha	
	3	Pantano	Grandes extensiones de tierra pantanosa o inundada pero	
	3	Faniano	parcialmente con vegetación.	
Ambientes	4	Poza	Concavidad en la que hay agua detenida. Sitio o lugar donde el río	
Lacustres			es más profundo.	
	5	Humedal	Tierras, generalmente planas, cuya superficie se inunda de manera	
			permanente o intermitentemente.	
	6	Vado	Lugar de un río con fondo firme, llano y poco profundo por donde se	
		Vado	puede pasar andando, cabalgando o en algún vehículo.	
	7	Playa de	Ribera grande formada de arenales en superficie casi plana	
	,	laguna	Tabora grande formada de arenales en supernole dasi piana	
Ríos	1	Rio	Corriente de agua continua y más o menos caudalosa que va a	
1/109		140	desembocar en otra en un lago o en el mar.	

	2	Riachuelo	Río pequeño de escaso caudal y profundidad que puede secarse
	3		Sector del curso de un río en donde al ser mayor la pendiente o
		Rápido	menor el ancho se acelera la velocidad de sus aguas
			Caída desde cierta altura del agua de un río u otra corriente por
	4	Cascada	brusco desnivel del cauce
			Margen y orillas del río. Tierra cercana a los ríos aunque no estén en
	5	Rivera	su orilla.
	6	Playa de rio	Ribera grande del río formada de arenales en superficie casi plana.
			Depósito de aluviones fluviales formado en la desembocadura de
	7	Delta	ríos en el mar. Terreno comprendido entre los brazos de los ríos en
			su desembocadura.
			Ecosistema propio de alta montaña entre los 3400msnm a 4500
	1	Páramo	msnm. Puede estar presente desde altitudes tan bajas como 2.800
			m, especialmente en el sur del país.
			Bosque prominente del borde de la cordillera oriental u occidental;
	2	Ceja de selva	entre el páramo y el bosque nublado.
			Bosque nubloso de la cordillera oriental u occidental ubicado entre
	3	Nublado	2500 y 3400msnm.
			Bosque montañoso de la cordillera oriental u occidental situado entre
	4	Montano bajo	los 600-800 y 2500 msnm.
		Húmedo	Bosque húmedo situado en la región amazónica u occidental
	5	Tropical	ecuatoriana, hasta los 600 msnm.
			Formaciones vegetales de plantas leñosas litorales, ubicadas en las
	6	Manglar	zonas sometidas a la acción de la marea pero en la desembocadura
Bosques		Wangiai	de ríos.
			Bosque que recibe poca precipitación y se caracteriza por baja
	7	Seco	humedad relativa; localizado en el trópico al occidente del país
			(Guayas y Manabí) y en la región interandina
			Bosque en el cual algunos de los árboles se han convertido en
	8	Petrificado	piedra por acción de presión de temperatura y reposición de
		1 Gambaab	minerales dentro de la tierra
			Son los bosques generalmente de la amazonia, se caracterizan por
			poseer grandes extensiones de árboles como el ceibo, el sande y la
			caoba que pueden fácilmente alcanzar más de 50 metros de altura y
	9	Inundable/	donde el agua reemplaza al suelo firme, los ríos se convierten de
		Inundado	pronto en angostos canales formándose lagunas grandes y
			medianas.
		Manantial de	modulas.
	1	agua mineral	Son fuentes de agua que contienen minerales en disolución
Aguas	2	Manantial de	Fuentes de agua caliente de más de 29°c y que contienen minerales
Subterráneas	_	agua termal	en disolución.
			Cavidades naturales o artificiales de escasa o gran dimensión.
			Especialmente las cásidas, se extienden por una gran superficie y a
Fenómenos	1	Cueva o caverna	menudo se ramifican, formando sistemas de caverna. La filtración
			lenta de las aguas a través del carbonato de calcio forma estalactitas
			y estalagmitas.
Espeleológicos		Rio	j ostategrinas.
	2	Subterráneo	Corrientes de agua subterránea
		Subterraneo	Lugar por donde baja o ha bajado un río o colada de lava de un
	1	Flujo de lava	volcán.
			volcait.

	1		
	2	Tubo de lava	Lugar por donde ha bajado un río de lava y luego ha sido cubierto
			por cenizas de la erupción quedando bajo tierra, dejando un túnel al
			enfriarse la lava. Túnel formado por el corrimiento de lava caliente
			dentro de una corteza de fría.
Fenómenos	3	Escarpa de	Declive o barranco originado por un movimiento de la corteza
Geológicos		falla (Pliegue)	terrestre
	4	Cañon	Paso estrecho o garganta profunda entre dos altas montañas, por
			donde suelen correr los ríos.
			Arroyo o riachuelo que corre por una quiebra tienen poca y casi nula
	_		profundidad, muy poco caudal y sirven como bañaderos y lugares
	5	Quebrada	campestres para camping y se pueden vadear y cruzar caminando.
			Suelen ser muy apetecidas para vacacionar y hacer turismo
			ecológico o de aventura.
	6	Grieta	Hendidura alargada que se hace en la tierra o en cualquier cuerpo
			sólido
	1	Playa	Ribera del mar formada de arenales en superficie casi plana
			Pendiente escarpada de una costa que retrocede continuamente
	2	Acantilado	bajo los embates del rompiente. Costa cortada verticalmente o a
			plomo.
	3	Golfo	Gran porción de mar que se adentra en tierra entre 2 cabos.
	4	Bahía	Entrada natural de mar en la costa de extensión considerable pero
		Dallia	generalmente menor que la de un golfo.
	5	Ensenada	Parte de mar que se adentra en tierra de dimensión menor que una
	3	Liiseilaua	bahía.
	6	Canal	Cauce natural o artificial por donde pasa o se conduce el agua de
		Cariai	mar. Puede ser o no navegable.
	7	Estuario	Desembocadura de un río caudaloso en el mar caracterizado por
Costas o			tener una forma semejante al corte longitudinal de un embudo cuyos
Literales			lados van apartándose en el sentido de la corriente y por la influencia
			de las mareas en la unión de las aguas fluviales con las marítimas.
		Estero	Terreno bajo pantanoso, intransitable, que suele llenarse de agua
	8		por la lluvia o por la filtración de un río o laguna cercana, y que
			abunda en plantas acuáticas.
			Banco o bajo formado en el mar por piedras, puntas de roca o
	1	Arrecife de coral	poliperos casi a flor de agua. Son depósitos calcáreos producidos
	'		por los pólipos de una misma colonia de antozoos y en los cuales
Ambientes			estos están implantados.
Marinos	2	Cueva	Gruta o concavidad producto de la erosión marina.
Walli 103	3	Cráter	Desfogue volcánico marino.
	4	Acantilado	Escalones o cantiles en el fondo del mar.
			Tierras cercanas a los continentes y que emergen sobre la
	4	Isla	plataforma submarina en su mayoría estuvieron anteriormente
	1	Continental	unidas a tierra firme por lo que sus características son similares a las
			de las tierras continentales.
Tierras Insulares			Tierras en su mayoría alejadas del continente o de tierra firme. Son
	2	Isla Oceánica	de origen volcánico o coralinas y en su mayoría poseen flora y fauna
			propia. Los grupos se denominan archipiélagos.
	3	Islote	Isla pequeña, estéril; peñasco grande rodeado de mar
	4	Roca	Peñasco que se levanta en la tierra o en el mar.
Fuente: Inventario	do Atro	etivos Turíoticos	I MINTUR 2004 adaptación Dirección de Productos y Destinos, 2017

Fuente: Inventario de Atractivos Turísticos, MINTUR, 2004, adaptación Dirección de Productos y Destinos, 2017 Elaboración: Jhonny Chuquimarca Jaramillo.

#### 4.1.8. Concepto de Ruta Turística

Una ruta turística es un recorrido con un itinerario establecido, que se realiza visitando atractivos turísticos culturales o naturales, dotados con todas las facilidades y comodidades para el turismo. Las rutas turísticas, se componen de un conjunto de puntos organizados en forma de red, dentro de una región determinada y, que estando debidamente señalizados suscitan un reconocimiento de interés; estos se organizan en torno a un tipo de actividad turística que caracteriza a la misma y le otorga su nombre, ejemplo (la ruta del café, la ruta del vino). La ruta debe ofrecer una serie de placeres y actividades con los elementos distintivos de la misma. Debe presentar una imagen integral a partir de la complementariedad entre sitios, servicios, y lenguaje comunicacional. (FAVA, 2016)

Según Chan (1996), la Ruta turística es una propuesta estandarizada de lugares y actividades a realizar en una zona bajo régimen, tiempos y duración de visitas flexibles. Son una modalidad de los productos turísticos que basado en un itinerario previo facilita la orientación del pasajero en el destino. (Universidad Austral de Chile, Escuela Administración Empresas de Turismo, 2014)

#### 4.1.9. Elementos de una Ruta Turística

Entre los elementos que caracterizan a una ruta pueden mencionarse los siguientes:

- Una producción, actividad o tema particular que las distingue de otras.
- Un itinerario desarrollado sobre la base de la red vial u otro tipo de comunicación.
- Una organización local que brinde información sobre la ruta, en la cual participaran personas relacionadas directamente a la actividad.
- Asociado a un sistema de promoción.
- Un sistema de señalización de la ruta.
- Un mapa conteniendo información explicita sobre la misma. (FAVA, 2016)

#### 4.1.10. Tipos y Diseño de Ruta

#### Rutas Gastronómicas.

Según Barrera (1999), una Ruta Gastronómica es un itinerario que permite reconocer y disfrutar de forma organizada el proceso productivo agropecuario, industrial y la degustación de la cocina regional, a su vez las Rutas Gastronómicas se organizan en torno a un producto clave que caracteriza la ruta y le otorga su nombre.

La ruta debe ofrecer a quienes la recorren una serie de placeres y actividades relacionadas con los elementos distintivos de la misma: comida, producción agroindustrial, actividades rurales, entretenimientos en la naturaleza y actividades propias de la cultura regional.

## Rutas Temáticas e interpretativas.

Las rutas temáticas son recorridos que conectan puntos relacionados, ya sea de carácter histórico, social o artístico. Generalmente las rutas tienen algún tipo de señalización y básicamente están pensadas para realizarse a pie. En cuanto al equipamiento está destinado al público en general, su emplazamiento está generalmente vinculado a otros tipos de servicios, tales como centro de visitantes, zonas recreativas, áreas de camping, etc.

Generalmente forman parte de la red de equipamientos recreativos de los espacios naturales protegidos o de otros lugares destinados a la divulgación de patrimonio. Es uno de los servicios interpretativos más efectivos, ya sea en el medio natural, rural o urbano. Supone un contacto directo entre el público y el recurso que se desea revelar, además es considerado como el método ideal para realizar interpretación sobre todo si es guiado.

Es recomendable, que esta actividad tenga un solo tema, de forma que los usuarios saquen el mejor provecho de la actividad, concentrando su atención en un aspecto que puedan interiorizar, y que esta le sirva de conductor para asimilar los distintos elementos del mensaje.

### Tipos de Rutas temáticas o interpretativas.

Según Morales (2000), existen 2 tipos de rutas temáticas, las guiadas y las autoguiadas.

- Ruta Temática Autoguiada: Es una actividad en una ruta específica a lo largo de la cual el público es autónomo en cuanto a la interpretación, utilizando diversos medios. La dirección de la ruta, puede ser por medio de instrucciones de un folleto, un guía de audio o por medio de marcas en la ruta, flechas indicadoras, estacas pintadas de una forma y color determinado o marcas en el suelo.
- Ruta Temática Guiada: Es un recorrido que realiza un grupo de personas en un área acompañados por un guía. Este tipo de guiado, es un servicio que adapta la interpretación a las necesidades de los participantes, puede incorporar acontecimientos espontáneos y además ofrece la posibilidad de mantener un intercambio de información. (Universidad Austral de Chile, Universidad Austral de Chile, 2015)

#### Diseño de Rutas

El diseño de una ruta turística debe concebirse como el diseño de un producto turístico en sí o de varios productos turísticos concatenados de forma amena, con calidad y accesibilidad para el turista. La ruta puede conjugar uno o varios productos turísticos, es por ello que requiere mayor nivel de alcance, y de conjugar la acción de todos los agentes y gestores del turismo que congrega el tema, en términos cualitativos (mayormente culturales) o físicos (geográficos) y operativos. Para diseñar un producto o una ruta temática que sea acorde al turismo de intereses especializados es preciso:

- Conocer los tipos de turismo que se pueden desarrollar.
- Analizar las necesidades y tendencias de la demanda, así como los mercados emisores de turismo.
- Detectar las oportunidades y avances que presenta la propia oferta turística. (FAVA, 2016)

## 4.1.10.1. Ruta Agroturística

El desarrollo de las rutas es una respuesta a la creciente demanda de los turistas de participar en un turismo activo, de poder interactuar con lo más diverso de la naturaleza, vivir experiencias únicas, realizar actividades vinculadas directamente con las comunidades, sus tradiciones y atractivos. (Urquiola Sánchez & Lalangui Ramírez, 2016)

El agroturismo parte de una interpretación integrada del espacio rural en el que las viviendas de turismo rural, independientemente de que sean o no explotaciones agropecuarias, puedan ofertar o relacionar a sus huéspedes con productores y actividades culturales tradicionales de la comarca, tratando de tejer redes de cooperación y sinergias en el entorno entre actividades agrarias, ganaderas, artesanales y culturales. (Simon, Gil Pereira, & Carpintero, 2011)

#### 4.1.11. Difusión de los Atractivos Turísticos

Hace referencia a los medios que se utilizan para difundir, promocionar y comercializar el atractivo turístico, estos pueden ser:

- Página Web. Cuando el atractivo sea promocionado mediante un dominio de la red específico.
- Red Social. Cuando se utilice alguna red social para promocionar por el alcance a nivel mundial que tienen como (Facebook, Twitter, Instagram, etc.) para su promoción.
- Revista especializada. Cuando el atractivo sea promocionado mediante publicaciones en guías o revistas especializadas.
- Material POP (punto de compra). Cualquier objeto o elemento que contenga el logo o emblema que represente una marca, empresa u organización para conocimiento del mercado hacia el que se quiere llegar.
- Oficina de Información Turística. Cuando exista un punto o stand específico para brindar información relacionada con el atractivo en mención.

- Medios de comunicación (radio, tv, prensa). Son todos aquellos medios disponibles que mediante anuncios pagados promocionan el atractivo turístico.
- Asistencia a ferias turísticas. Cuando el atractivo es promocionado mediante ferias y eventos turísticos ya sean a nivel nacional o internacional.
- Otro. Cuando exista otra manera de promocionar el atractivo que no corresponda a ninguna de las anteriores; se especificará cuál es el medio de promoción utilizado. (MINTUR, GUÍA PARA EL LEVANTAMIENTO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL ECUADOR, 2017)

## 4.1.12. Apoyo Publicitario

Las técnicas empleadas por la publicidad turística están basadas en las campañas publicitarias en las que se han de considerar, entre otros los siguientes aspectos:

- Definir la segmentación de los destinatarios del mensaje (turismo juvenil, tercera edad, turista en general...). Estudiar sus motivaciones, necesidades, hábitos intereses.
- Definir el mensaje. La creatividad del mensaje publicitario potenciará la capacidad de motivación y persuasión que tiene la publicidad. Mensajes de oferta de alojamiento, viajes transporte, recursos turísticos...con relación al segmento de la población a que va dirigido el mensaje.
- Establecer el presupuesto con el que se dispone para llevar a cabo la campaña publicitaria.
- Elección de los medios de comunicación más idóneos. En general, en el sector turístico los medios más idóneos son: el correo o mailling, buzoneo, vallas publicitarias, medios de transporte...
- Establecer el timing o calendario y la periocidad de difusión de los mensajes, teniendo en cuenta si el mensaje es de lanzamiento –darlo a conocer en el mercado--, consolidación, de recordatorio.

#### 4.2. Marco Referencial

#### 4.2.1. Datos Generales del Cantón Gonzanamá

Cantón Gonzanamá, Nombre patronímico formado de dos palabras quichua-palta: Gonza = apellido del cacique de la tribu de los anamáes y anamá o munaná = significa lugar predilecto para el Dios de las aguas. Políticamente el cantón está integrado por cinco parroquias y 80 barrios ; sus parroquias son una urbana que es Gonzanamá y cuatro rurales: Changaimina, Nambacola, Purunuma y Sacapalca (Municipio de Gonzanamá, 2015)

Su comida típica es exquisita entre las cuales tenemos el sango, tortillas de viento, picadillo de cerdo, cecina de res, longaniza, bizcochuelos, productos derivados de la leche.

Entre las fiestas populares están:

- Aniversario de cantonización: 30 de septiembre.
- Parroquialización de Nambacola: 24 de junio.
- Parroquialización de Sacapalca: 8 de diciembre.
- ParroquializacióndeChangaimina:11deseptiembre.
- Parroquialización de Purunuma: 13 de septiembre.

Gonzanamá también es considerada un cantón muy religioso por la gran devoción de sus feligreses y cuenta con las siguientes fiestas religiosas en honor a sus santos que son:

- Fiesta religiosa comercial en homenaje a la Santísima "Virgen del Carmen": 16 de julio.
- Fiesta religiosa comercial en honor al Señor del Buen Suceso patrono del lugar: 20 de agosto
- Festividades religiosas del Patriarca San José: 19 de marzo.
   (GoRaymi, 2015)

## 4.2.1.1. Ubicación

Gonzanamá está ubicada en el corazón de la provincia de Loja, es uno de los 16 cantones que conforman esta hermosa provincia; es conocido como "Capital agrícola, ganadera y artesanal" de la provincia de Loja, ya que, la mayor parte de su territorio es utilizado para agricultura y ganadería; además sus mujeres, que siempre tienen una actitud vigorosa, elaboran preciosas prendas en los telares. Posee bellos encantos naturales, los más visitados son: El cerro Colambo, aguas sulfurosas del barrio La Banda, Cóndor Huasi, La Piedra grande, entre otras; además, cuenta con importantes sitios arqueológicos. (Abarca Zaquinaula, 2010)

MAPA BASE

OLIMEDO

OLIMEDO

CATAMAYO

CATAMAY

Figura N° 1: Ubicación Geográfica del Cantón Gonzanamá

Fuente: CINFA Elaboración: CINFA

## 4.2.1.2. Limites

El contorno de Gonzanamá limita:

Norte: Cantón Catamayo

Sur: Cantones Calvas y Quilanga.

Este: Cantones Catamayo y Loja.

• Oeste: Cantones Paltas y Calvas. (Abarca Zaquinaula, 2010)

## 4.2.1.3. Propuesta de la Ruta en el Cantón Gonzanamá

La propuesta de la Ruta Agroturística como propuesta se dará en el cantón y abarcará dos parroquias, su parroquia urbana siendo esta Gonzanamá, y una rural que es Nambacola; en dónde cuya trayectoria recorrerá las fincas y la hacienda por los barrios correspondientes a cada una de estas.

Ruta Agroturís tica

ESCALA

Figura N°2: Ubicación de la Ruta respecto al Cantón Gonzanamá

Fuente: CINFA Elaboración: CINFA

# 4.2.2. Ámbitos Generales de las Parroquias Nambacola Y Gonzanamá Parroquia Urbana Gonzanamá

Ostenta un clima exquisito, sus calles son limpias y amplias, sus moradores son amables, siempre están prestos a dar información. Sus tradiciones están sembradas en cada corazón de sus habitantes. Tierra de belleza natural, de hombres y mujeres alegres, luchadoras y emprendedoras.

Es la cabecera cantonal. Se encuentra a 70 km., aproximadamente, de la ciudad de Loja. Posee la Iglesia Matriz del cantón, es sede del Municipio, el comercio mayoritario se desarrolla aquí, y se realiza la feria más importante del cantón. La extensión de la parroquia es de 100 Km2.

Los barrios de la cabecera cantonal son: Urbanos: Ciudadela Loja, Central Isidro Ayora, 24 de Mayo, San Pedro; y los suburbanos: El Calvario, Tierras Moradas, Tungañe. Rurales: Luginuma, El Molino, Paluco, Canchinamaca, El Toldo, Sunamanga, Los Encuentros, Los Lirios, Chonta Alto (Abarca Zaquinaula, 2010)

## Parroquia Rural Nambacola

Esta parroquia cuenta con 4520 habitantes de los cuales son considerados alegres, cordiales y trabajadores; también conocidas como la tierra de la chirimoya debido a la gran producción de esta fruta; cada rincón del lugar refleja vida, la naturaleza se destaca mucho y posee un clima acogedor.

Se encuentra ubicada al sureste del cantón Gonzanamá, sus costados Norte y Este están bañados por el río Catamayo, que es el límite natural con los cantones Catamayo y Paltas

La palabra Nambacola proviene del quichua sus vocablos significan: NAMBA: elevaciones, montes, cerros; y COLA: Sector donde termina la columna vertebral.

"De ahí que el término Nambacola significa: Pueblo asentado en la cola de los montes. Pero hay otras personas que aseguran que Nambacola significa Pampa larga del águila".

Astronómicamente está ubicado en 40 y 40 11`3`de Latitud Sur, y de Longitud Occidental 790 20`20`y 790 32`40`. Su superficie es de 310 Km2 aproximadamente.

Sus límites son: al Norte con la parroquia San Pedro de La Bendita, perteneciente al cantón Catamayo; al Sur con las parroquias Gonzanamá y Purunuma; al Este con las 103 parroquias El Tambo y Catamayo del cantón Catamayo; y al Oeste con la parroquia Catacocha del cantón Paltas y con la parroquia Sacapalca. La emancipación política de esta parroquia fue en junio 24 de 1897.

Los barrios que conforman a Nambacola son: Imbinuma, Potrerillos, Gerinoma Alto, El Humero, Gerinoma, La Chonta, Illaca, Paja Blanca, Corral Chico, San Jacinto, El Portete, Surunuma, La Carbonera, Guayabaspamba, La Calera, San José, Algarrobera, Matala, Los Trigales, Santa Rita, San Vicente, Yucura, Cascajo, Cofradía, Totora, Huandulanga, Arena, Higuerón, San Joaquín, Yunga, Pedestal, Guanduruma, Paltón, San Juan, Mollepamba, Yambaguana, Piedra Grande. (Abarca Zaquinaula, 2010).

#### 4.2.2.1. Atractivos Turísticos

## Atractivos Turísticos de la Parroquia Urbana Gonzanamá

Sus sitios turísticos son:

- El Santuario al Señor del Buen Suceso y de Nuestra Señora de El Carmen.
- Artesanías de Gonzanamá
- Gastronomía Gonzanameña
- Feria Agrícola, Ganadera y Artesanal
- Cerro Colambo
- Las cascadas y aguas sulfurosas del barrio La Banda. (Abarca Zaquinaula, 2010)

## Atractivos Turísticos de la Parroquia Nambacola

Los sitios turísticos son:

- El Ingaurco
- Piedra Grande
- Las cavernas de Condorhuasi
- Fondo Bravo
- Fondo Verde
- Petroglifos de Guayural. (GAD Parroquial Nambacola, 2015)

## 4.2.2.2. Producción Agrícola

Gonzanamá y Nambacola son lugares llenos de producción, tanto así que Nambacola se ha ganado el significativo de la "Tierra de la Chirimoya" por la calidad y exquisitez del producto de una de las 334 especies de plantas nativas comestibles existentes en el austro ecuatoriano. La chirimoya (Annona cherimola mill) se reproduce de forma natural y sin la protección esmerada de la mano del hombre, que habita en este lugar. Algunos estudiosos al referirse al chirimoyo, árbol que produce la exquisita y nutritiva fruta, coinciden al manifestar que es originario de la provincia de Loja y, particularmente, de la parroquia Nambacola, perteneciente al cantón Gonzanamá.

La agricultura es muy variada debido, generalmente, a la generosidad de su clima y la productividad de su suelo, un suelo que es muy fértil siendo apto a la hora de realizar el agro, esto es aprovechado por el hombre que como en todas las parroquias del cantón la temporada invernal sirve para abrir nuevos surcos y sembrar sus productos en chacras, aradas y huertos. ¿Qué se siembra en estas tierras? Todos los productos que se diseminan en la jurisdicción cantonal, dependiendo, como es lógico, del clima del sector donde se lo haga. Estos son: café, fréjol, banano, maní, yuca, camote, zarandaja, lenteja, maíz, trigo, cebada, habas, sambos, sandías y caña de azúcar entre otros.

Las primeras lluvias que anuncia la temporada invernal se hacen presentes en el mes de octubre, con el "Cordonazo de San Francisco". Estos aguaceros son preludio de tiempos de siembra. Los moradores en los meses de agosto y septiembre, preparan el suelo, seleccionan y "curan" sus semillas que echan al surco en los primeros días del mes de octubre.

El maíz, entre otros, es el producto de mayor rentabilidad del sector, especialmente cuando el invierno es regular.

En la actualidad, el cultivo de tomate se ha convertido en la principal actividad agrícola del sector; además la fruticultura es muy exuberante y de gran rendimiento económico. Especialmente en los sectores de Potrerillo, Corralchico y Gerinoma se cultivan: chirimoya, naranja, limón, mandarina, aguacate, ciruela, zapote, mango, guaba, maracuyá, guayaba y últimamente tomate.

Por cierto a pesar de la limitación de riego, este sector es privilegiado por la agricultura, considerándoselo con mucho acierto la "despensa de Gonzanamá", Nambacola es un pueblo eminentemente agrícola y constituyese en la principal actividad económica de sus habitantes. (GAD Parroquial Nambacola, 2015).

#### 4.2.2.3. Producción Pecuaria

Tanto la Parroquia Gonzanamá y Nambacola no poseen grandes productores ganaderos, sin embargo, existen pequeñas zonas ganaderas en la zona de san Vicente y Surunuma que comercializan su ganado en el mercado local o en la cabecera cantonal de Gonzanamá, algunos venden a los cantones vecinos como Calvas, Catamayo, Loja; además la feria ganadera, agrícola y artesanal son los días en que la gente del lugar pone a venta su ganado y otros derivados del producto lácteo, siendo estos días muy concurridos para hacerse con buenos ejemplares de animales de las distintas razas que hay a nivel cantonal.

A más de ganado vacuno se encuentran pequeños productores de ganado porcino, caprino, caballar. (GAD Parroquial Nambacola, 2015)

## 4.2.2.4. Gobernanza del Cantón Gonzanamá

En cuanto se refiere a la gobernanza del cantón, este se rige por las siguientes autoridades y los presidentes de cada parroquia.

Cuadro N° 5: Autoridades del Cantón Gonzanamá

Autoridades
Alcalde del Cantón Gonzanamá
Vicealcalde del Cantón Gonzanamá
Concejal
Concejal
Concejal
Concejal
Presidente de Junta Parroquial de
Changaimina/ La Libertad
Presidenta de Junta Parroquial de
Nambacola
Presidente de Junta Parroquial de
Purunuma/Eguiguren
Presidente de Junta Parroquial de
Sacapalca
Jefe de Planificación
Director de Obras Públicas
Municipales
Directora Financiera
Procurador Síndico
Delegado de Participación
Ciudadana
Delegada de Participación
Ciudadana
Delegado de Participación
Ciudadana

Fuente: PDYOT Cantonal de Gonzanamá 2014-2019

Elaboración: Jhonny Chuquimarca Jaramillo

## 4.2.2.5. Factores del Componente Socio-Cultural

## Cuadro N° 6: Matriz de Potencialidades y Problemas del **Componente Socio-Cultural**

FACTORES	POTENCIALIDADES	PROBLEMAS
Demografía  Educación	<ul> <li>Existencia de una importante población joven con potencial de convertirse en fuerza laboral.</li> <li>Tasas de mortalidad controladas.</li> <li>Altas tasas de asistencia</li> </ul>	<ul> <li>Dispersión de la población rural y periferia de la urbana.</li> <li>Porcentaje alto de envejecimiento de la población que vive en la zona rural.</li> <li>Nivel de educación</li> </ul>
	escolar.  • Baja tasa de analfabetismo.	<ul><li>superior y posgrado bajo.</li><li>Inexistencia de centros de estudios superiores.</li></ul>
Salud	<ul> <li>Alta cobertura en salud.</li> <li>Presencia de instituciones del ejecutivo.</li> </ul>	<ul> <li>Alta tasas de desnutrición.</li> <li>Altas tasas de embarazo adolescente.</li> <li>Lejanía de las zonas rurales a los centros de salud.</li> </ul>
Organización y tejido social	<ul> <li>Participación activa de actores sociales.</li> <li>Existencia de grupos comunitarios, de asociaciones y cooperativas.</li> </ul>	<ul> <li>Edad alta en los líderes de las organizaciones; jóvenes no están motivados para ser líderes.</li> <li>Tasa de Pobreza por NBI en sector rural demasiado alta de 92%.</li> </ul>
Grupos Étnicos	Convivencia pacífica entre grupos sociales.	<ul> <li>Pérdida de identidad de los grupos nativos y minoritarios.</li> <li>Desaparición de la población autóctona</li> </ul>
Patrimonio y Cultura	<ul> <li>Fomento de la cultura, artesanías y arqueológico.</li> <li>Existencia de lugares turísticos.</li> <li>Arquitectura popular</li> </ul>	<ul> <li>Falta de promoción turística.</li> <li>Falta de iniciativa privada (inversión).</li> <li>Incipiente industria artesanal.</li> <li>Patrimonio cultural inmueble en mal estado y degradado.</li> </ul>
Movimientos migratorios	Remesas del exterior que mejoran las condiciones de vida de quienes las reciben en el país.	<ul> <li>Alto porcentaje de migración por búsqueda de trabajo y no por estudio.</li> <li>Disminución de la población en edad de trabajar especialmente de 16 a 30 años, que prefieren salir del país.</li> <li>Alta tasa de migración, abandono de las tierras rurales.</li> </ul>

Fuente: PDYOT Cantonal de Gonzanamá 2014-2019, SENPLADES Elaboración: Jhonny Stalin Chuquimarca Jaramillo

## 5. MATERIALES Y MÉTODOS

Para el desarrollo del presente trabajo de tesis se utilizó los siguientes materiales, métodos y técnicas:

#### 5.1. Materiales

## Materiales Bibliográficos

- Esferos
- Libros
- Revistas
- Artículos de periódico
- Libros digitales

## Materiales electrónicos

- Computadora portátil
- Internet
- GPS
- Cámara digital
- Celular Android
- Flash memory

## 5.2. Métodos

## Método Analítico

Por medio de este método se logró determinar cuáles son los atractivos naturales y culturales de las parroquias, así como también cuales atractivos agro turísticos podrían conformar la ruta establecida.

## Método Sintético

Este método permitió que se pueda analizar los aspectos fundamentales de las parroquias donde se realiza el trabajo de campo una vez teniendo la información recopilada a través del diagnóstico turístico.

#### Método Inductivo

El método inductivo permitió estudiar las características de los lugares por donde se estableció la ruta Agroturística con la finalidad de determinar la planta turística, infraestructura y oferta turística que poseen las localidades.

## Método Deductivo

El respectivo método ayudó a realizar las respectivas conclusiones basadas en la problemática, y propuesta en cuanto al mejoramiento de los atractivos turísticos y fomentando el potencial del sector.

#### 5.3. Técnicas

#### Técnica de la Observación Directa

Esta técnica ayudo a diagnosticar la realidad actual de las parroquias y cada uno de los atractivos que estas poseen; además de permitir la realización de el diagnostico turístico correspondiente.

#### Técnica de la Entrevista

El empleo de la entrevista fue dirigida a las autoridades inmersas en el ámbito turístico como lo son la Lic. Marcia Albán, Presidenta del GAD Parroquial de Nambacola y el Ing. Froilán Álvarez, Coordinador Ambiental y Producción y Coordinador de Proyectos; así mismo se entrevistó a uno de los principales actores en el tema agro turístico como lo es el Señor Juan Fernando León, dueño de la Hacienda "El Toldo" lo que permitió sustentar la propuesta de ruta Agroturística para las respectivas parroquias.

## 5.4. Metodología por Objetivos

Primer Objetivo: Para el cumplimiento del primer objetivo se utilizó el Método Analítico que sirvió para realizar un análisis de los entornos de los atractivos turísticos de las parroquias Nambacola y Gonzanamá, con el fin de conocer su realidad; además, se aplicó la matriz de Carla Ricaurte Quijano para la realización del diagnóstico turístico correspondiente a cada parroquia, se utilizó las fichas de resumen de atractivos y las nuevas fichas

en Excel del Ministerio de Turismo (MINTUR), para inventariar y jerarquizar los atractivos turísticos culturales y naturales, además, de las fincas y la hacienda donde se pueda realizar agroturismo; esto se pudo lograr gracias a la observación directa y otras fuentes de ayuda como los planes de ordenamiento respectivos; al finalizar se realiza la entrevista al personal respectivo y a los principales actores en esta nueva modalidad de turismo, para finalmente realizar un análisis FODA con la respectiva matriz para determinar las estrategias que nos permitieron cumplir con los objetivos planteados.

Segundo Objetivo: Para el cumplimiento del segundo objetivo se determinó la importancia de los atractivos a considerarse permitiendo integrar a las parroquias involucradas a la actividad turística, posteriormente se consideró los componentes para la validación de rutas turísticas del MINTUR, y el Sistema de posicionamiento Global (GPS) para tomar los puntos de georreferenciación, que sirvieron para el diseño y elaboración del mapa de la ruta propuesta y el mapa de la señalética.

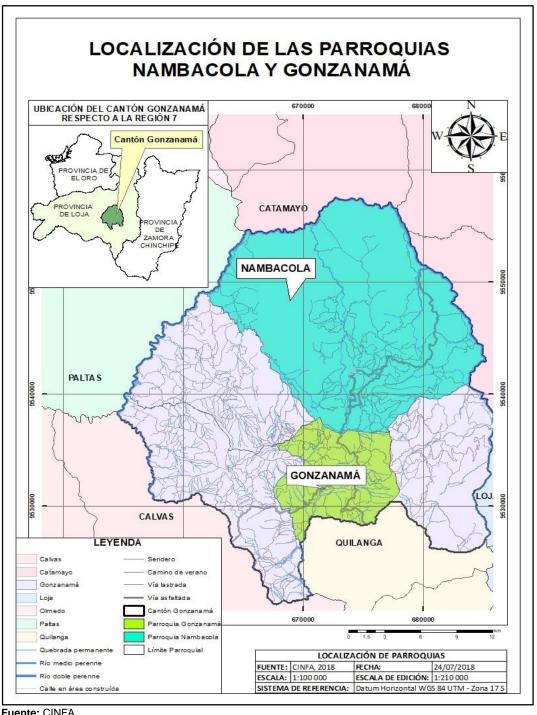
Así también se procedió a diseñar y elaborar una marca con el slogan identificativo de la ruta, se realizó un guion e itinerario turístico respectivamente detallando y dando a conocer la información de los puntos que se van a recorrer en la ruta agroturística.

Tercer Objetivo: Para el cumplimiento del tercer objetivo "Determinar las estrategias de comercialización para la Ruta de Agroturismo para las parroquias Nambacola y Gonzanamá del Cantón Gonzanamá, Provincia de Loja", se procedió a establecer las mejores estrategias de comercialización, tomando en cuenta que se necesita promocionar y difundir la ruta establecida y atreves del análisis FODA realizado en el primer objetivo en donde se determina que la mejor forma de promoción es a través de las redes sociales, medios impresos y visuales como difusión en periódicos y revistas, realización de trípticos, afiches, un paquete turístico y la implementación de una valla publicitaria, toda esto acompañado de souvenires como camisetas, jarros, gorros y llaveros.

## 6. RESULTADOS

6.1. Realizar un diagnóstico turístico de las parroquias Nambacola y Gonzanamá del Cantón Gonzanamá, Provincia de Loja.

Figura N° 3: Mapa de Macro y micro localización de la Ruta Agroturística



Fuente: CINFA Elaboración: CINFA

## 6.1.1. Diagnostico Turístico de la Parroquia Nambacola

## 6.1.2. Ficha de Diagnóstico turístico de Comunidades

## 6.1.3. Ubicación de la Parroquia Nambacola

La parroquia de Nambacola se encuentra ubicada al noreste del cantón Gonzanamá; bañada en sus costados norte, este y noreste por las aguas del río Catamayo, que sirve de límite natural con los cantones de Catamayo y Paltas; su ubicación astronómica es de 4º y 4º 11'3" de latitud sur y entre los 79º 32' y 79º 32'40" de latitud occidental.

UBICACIÓN GEOGRÁFICA DE LA PARROQUIA NAMBACOLA San Pedro de la Bendita Catamayo Catacocha El Tambo Nambacola Sacapalca Purunuma Gonzan amá Changaimina LEYENDA Calle en área construída Río doble perenne - Camino de verano Parroquia Nambac Sendero Via asfaltada UBICACIÓN GEOGRÁFICA DE LA PARROQUIA NAMBACOLA Quebrada intermitente Gonzanamá FUENTE: CINFA, 2018 ESCALA: 1:100 000 ESCALA DE EDICIÓN: Olmedo Paltas SISTEMA DE REFERENCIA: Datum Horizontal WGS 84 UTM - Zona 17

Figura N° 4: Ubicación Geográfica de la Parroquia Nambacola

Fuente: CINFA Elaboración: CINFA

## 6.1.3.1. Datos generales de la Parroquia Nambacola

Etimológicamente la palabra Nambacola proviene de un término kichwa compuesto por los vocablos: NAMBA: Elevaciones, montes, cerros. COLA: Sector donde termina la columna vertebral. De ahí que el término Nambacola significa: Pueblo asentado en la cola de los montes. Pero hay otras personas que aseguran que Nambacola significa Pampa larga del águila.

Políticamente esta localidad territorial, en sus inicios formaba parte de la parroquia de Gonzanamá, esto se confirma en el año 1.730 por lo escrito en el Diccionario de las Indias Occidentales. Posteriormente en septiembre de 1943, se extiende el decreto de cantonización de Gonzanamá siendo presidente de la republica el Dr. Carlos Arroyo del Rio.

Decreto en el cual Nambacola pasa con pertenencia jurídica a formar parte del cantón Gonzanamá; siendo así que su fecha de parroquialización se establece el 24 de junio de 1897.

Cuadro N° 7: Datos Generales de la Parroquia Nambacola

Nombre de la	Parraguia Pural Nambagala		
Parroquia	Parroquia Rural Nambacola		
Fecha de	24 de junio de 1897		
Parroquialización			
	La parroquia de según el censo del INEC para el año 2.010,		
Población Total	cuenta con una población de 4.520 habitantes, de los cuales		
	2.229 son mujeres y 2.291 hombres.		
Extensión	La extensión territorial aproximada de la parroquia es de		
LXterision	310 km2 de superficie aproximadamente.		
	Al norte: Con la parroquia de San Pedro de la Bendita del		
	cantón Catamayo		
	Al Sur: Con las parroquias de Gonzanamá y Purunuma		
Limites	Al Este: Con las parroquias del Tambo y Catamayo del		
	cantón Catamayo.		
	Al Oeste: Con las parroquias de Catacocha del cantón		
	Paltas y Sacapalca		

	La parroquia está conformada por los siguientes barrios:		
	Paja Blanca, San Juan, Corral Chico, Potrerillo, Algarrobera,		
	San Jacinto, Guayabaspamba, Illaca, La Calera,		
División Política	Yambahuana, Surunuma, Cofradía, San Vicente, Paltón		
Administrativa	Gualo – Guandurma y Salado, Higuerón – Cascajo y Totora,		
	El Valle, Gerinoma Alto, El Pedestal, Carbonera, Santa Rita,		
	Portete, Yunga, Piedra Grande, Peña Negra, El Húmedo,		
	Matala, Los Trigales, Mollepamba y La Chonta.		
	Latitud: 4° y 4°11'3" sur.		
Rango Altitudinal	Longitud: 79°20'20" y 79°32'40'occidental.		
	Altitud:1000 msnm/hasta 2600 msnm		
	El clima de la Parroquia es característico de la región andina,		
Danga alimática	influenciada por factores como una temperatura promedio		
Rango climático	de 21 °C; lo que da un clima de Tropical, Subtropical,		
	Temperado y Frío sub temperado		

Fuente: PDYOT Nambacola 2015-2019

Elaborado por: Jhonny Stalin Chuquimarca Jaramillo

#### 6.1.3.2. Población

La población de la parroquia Nambacola es relativamente joven y de acuerdo a los datos oficiales del INEC 2010 es de 4520, donde los hombres cubren el 50,69% y las mujeres llegan al 49,31%.

Cuadro N° 8: Población Total Censo 2010

POBLACIÓN MASCULINA	POBLACIÓN FEMENINA	POBLACIÓN TOTAL
2291	2229	4520

Fuente: PDYOT Nambacola 2015-2019

Elaboración: Jhonny Stalin Chuquimarca Jaramillo

Actualmente según el censo realizado en el 2010 la población de Nambacola es de 4520 habitantes, por ende, cabe señalar que la población ha tenido un decrecimiento de un -7.14 % en su población. Según las proyecciones demográficas, la población tendría un déficit de 347 habitantes, es decir una tasa de crecimiento de -0.82% anual. (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Nambacola 2015-2019)

#### 6.1.4. Oferta de Servicios

La parroquia Nambacola no posee una oferta de servicios, para lo cual se tomará como referencia la oferta del lugar más cercano como lo es Catamayo.

## 6.1.4.1. Alojamiento

La Parroquia Nambacola no cuenta con infraestructura hotelera registrada en el catastro del Ministerio de Turismo, sin embargo, el turista tiene la opción de hospedarse en los lugares más cercanos que presten servicio de alojamiento, siendo este el cantón Catamayo, en donde existen los siguientes alojamientos que fructúan en los precios de 10 a 30 dólares por persona y el hotel con mayor capacidad tiene alrededor de 36 habitaciones.

Cuadro N° 9: Alojamientos de la Ciudad de Catamayo

NOMBRE DEL		TIPO	# HAB.	# PLAZAS	SI	ERVICIOS	3
	ESTABLECIMIENTO				Alim	Tv	Bar
1	Gran Cesar	Hotel	36	64	<b>✓</b>	✓	✓
2	Marcjohn's	Hotel	33	56	<b>√</b>	<b>✓</b>	✓
3	Granada	Hotel	30	44	<b>√</b>	<b>✓</b>	Х
4	Ciudad De Catamayo	Hotel	30	80	<b>√</b>	<b>✓</b>	Х
5	Reina Del Cisne	Hostal Residencia	32	25	<b>✓</b>	✓	Х
6	Valle Verde	Hostal Residencia	14	22	<b>√</b>	✓	Х
7	Rossanna	Hostal Residencia	12	18	<b>√</b>	✓	Х
8	Carlos Jaramillo	Hostal Residencia	22	32	<b>√</b>	✓	Х
9	Encanto Del Sur	Hostal Residencia	19	38	<b>√</b>	✓	х
10	Almendros Los	Hostería	16	34	✓	✓	Х
11	Bella Vista	Hostería	28	40	<b>√</b>	✓	Х
12	Buganvillas	Hostería	6	12	<b>✓</b>	✓	Х
13	Campo Alegre	Hostería	9	23	✓	✓	✓
14	Aguamania	Hostería	6	12	✓	<b>√</b>	Х
15	Rosal Del Sol	Hostería	14	30	✓	✓	Х
16	Ecológica Campo Alegre	Hostería	12	30	<b>√</b>	✓	Х
	Total		319	560			

Fuente: Catastro del MINTUR

Elaboración: Jhonny Chuquimarca Jaramillo

## 6.1.4.2. Alimentación

En la Parroquia Nambacola existe solamente un establecimiento que presta servicio de alimentación el cual no se encuentra registrado en el Catastro; por lo cual es más recomendable que los turistas acudan a los lugares más cercanos como lo es la ciudad de Catamayo.

Cuadro N° 10: Alimentación de la Ciudad de Catamayo

Wellen	SUBACTIVIDAD	0.77000(1		ESPECIALIDAD
NOMBRE	TURÍSTICA	CATEGORÍA	CAPACIDAD	
Bachita 2	Restaurante	Segunda	60	Comida Tradicional
Parrilladas				Asados
Lojanito	Restaurante	Segunda	40	
Patagonia	Restaurante	Segunda	40	Comida Tradicional
_				Comida Tradicional,
Lucio'S	Restaurante	Segunda	40	Pincheria
Roma Pizzeria				Comida Rápida y
Suc. Catamayo	Restaurante	Segunda	40	Tradicional
Bachita	Restaurante	Tercera	30	Comida Tradicional
Mesón Del Valle	Restaurante	Tercera	52	Asados
La Tomeñita	Restaurante	Tercera	28	Asados
Don Leo	Restaurante	Tercera	40	Comida Tradicional
				Comida Tradicional,
Tipico	Restaurante	Tercera	32	Asados
Restaurante Y				Comida Tradicional,
Asaditos Pp's	Restaurante	Tercera	48	Asados
Heybrajan's	Restaurante	Tercera	20	Comida Tradicional
Los Ciruelos	Restaurante	Tercera	40	Comida Tradicional
Pavi Pollo Suc. 3	Restaurante	Tercera	48	Pollos Asado
Mar Adentro	Restaurante	Tercera	48	Marisquería
Mar Azul				Marisquería
Catamayo	Restaurante	Tercera	40	'
Chifa Bang Kok	Restaurante	Tercera	48	Mariscos
Asadero El				Asados
Forastero	Restaurante	Tercera	32	
Katamaran Suc.	Restaurante	Tercera	40	Marisquería
Cecinas Viejo				Asados
Lucho65-75	Restaurante	Tercera	80	
El Pollo				Pollo Asado
Caribeño	Restaurante	Tercera	32	
Mama Toya	Restaurante	Tercera	32	Comida Tradicional
El Sauce Café				Comida Tradicional
Verde &				
Restaurant	Restaurante	Tercera	44	
El Forastero	Restaurante	Cuarta	24	Pollo Asado
Cevicheria La				Marisquería
Colombiana	Restaurante	Cuarta	20	
Gabyta	Restaurante	Cuarta	24	Comida Tradicional
Katay	Fuente De Soda	Segunda	40	Comida Rápida
Ice Planet	Fuente De Soda	Tercera	24	Comida Rápida
Rusticsnm	Fuente De Soda	Tercera	16	Comida Rápida
				Comida Rápida y
Aeropuerto	Cafetería	Segunda	28	Tradicional

Fuente: Catastro del MINTUR Elaboración: Jhonny Chuquimarca Jaramillo

## 6.1.4.3. Esparcimiento

La parroquia Nambacola no cuenta con lugares de esparcimiento, por lo que se tomara en cuenta los centros de recreación de Catamayo debido a su cercanía.

Cuadro N° 11: Lugares de Recreación de la ciudad de Catamayo

NOMBRE	SUBACTIVIDAD TURÍSTICA	CATEGORÍA	# MESAS	# PLAZAS	DIRECCIÓN
B52	Bar Karaoke	Segunda	21	84	24 de Mayo y Eugenio Espejo
Buba´S	Bar	Tercera	14	56	24 de mayo y Elíseo Arias Carrión
Classic Bar	Bar	Tercera	11	44	12 de Octubre y Atahualpa
Joro Bar	Bar	Tercera	12	48	Av. Isidro Ayora y Abdón Calderón
La Caribeña	Bar	Tercera	20	80	Av. Isidro Ayora
Latin Brother	Discoteca	Segunda	44	176	Atahualpa y 8 de Diciembre
Mambo	Discoteca	Segunda	30	150	Av. Isidro Ayora y Abdón Calderón
Tropigalax	Discoteca	Tercera	45	180	Av. Isidro Ayora km 1 ½ vía la Costa
Los Techos	Discoteca	Tercera	42	170	Panamericana E35 (500 m desde el parque central de Catamayo)
TOTAL			252	988	

Fuente: Catastro del MINTUR

Elaboración: Jhonny Chuquimarca Jaramillo

## 6.1.4.4. Otros Servicios

En la parroquia Nambacola no existe servicios adicionales por lo tanto en el poblado más cercano como Catamayo se pueden encontrar servicios complementarios como: bancos, cajeros automáticos, información turística, entre otros, que se encuentra a una hora del lugar de estudio.

#### 6.1.5. Infraestructura de Servicios Básicos

## 6.1.5.1. Transporte y Accesibilidad

El componente movilidad, energía y conectividad está estrechamente vinculado al desarrollo de la parroquia, comprende la infraestructura vial, sistemas de transporte, equipamientos y redes de interconexión energética, redes y sistemas de telecomunicaciones.

La Red Vial Nacional está integrada por la Red Vial Estatal (vías primarias y vías secundarias), la Red Vial Provincial (vías terciarias), y la Red Vial Cantonal (caminos vecinales), todas las vías administradas por el Ministerio de Transporte y Obras Públicas (anteriormente Ministerio de Obras Públicas y Comunicaciones) como única entidad responsable del manejo y control.

Cuadro N° 12: Tipos de vía de la parroquia

TIPO DE VÍA	LONGITUD
Pavimentada	33 km
Segundo Orden	62,58 km
De verano	101,69 km
Caminos de Herradura	73,31 km
Calle / Ruta de transito	6,54 km
TOTAL	277,12 km

Fuente: PDYOT GAD Parroquial Nambacola 2015-2019

Elaboración: Jhonny Chuquimarca Jaramillo

En la parroquia se establece que la vía principal Catamayo, Gonzanamá, Calvas, Sozoranga y Macará es de primer orden, mientras que las vías que conectan a los barrios son de segundo y tercer orden, dado que las carreteras son lastradas y de verano, lo cual dificulta la movilidad de los pobladores durante la época invernal. (PDYOT GAD Parroquial Nambacola 2015-2019).

#### 6.1.5.2. Comunicaciones

La parroquia de Nambacola cuenta con servicios de algunos medios de comunicación, tales como: radio, televisión, telefonía fija y móvil e internet:

Cuadro N° 13: Acceso a servicio de telecomunicaciones

ACCESO A SERVICIO DE TELECOMUNICACIONES				
Servicio	Acceso	Número hogares	Cobertura %	Operadora
Telefonía fija	Bajo	45	3,59	CNT
Telefonía móvil	Bajo	S/I	S/I	Claro
Acceso a internet	Bajo	S/I	S/I	CNT

Fuente: PDYOT GAD Parroquial Nambacola 2015-2019

Elaboración: Jhonny Chuquimarca Jaramillo

A pesar, de que exista los servicios de medios comunicación, en la parroquia existe un déficit en todo lo referente al ámbito de telecomunicaciones; algunas familias no cuentan con servicio de acceso a internet, telefonía fija o televisión pública; sin embargo, la carencia de comunicación se encuentra cubierto por la red de telefonía móvil, dado que, por lo menos un integrante de cada familia tiene acceso a un teléfono celular. (PDYOT GAD Parroquial Nambacola 2015-2019)

**Cuadro N° 14: Comunicaciones Parroquia Nambacola** 

VARIABLES	ACCESO
Telefonía Fija	La telefonía fija de la parroquia Nambacola, es
	atendida por el Consejo Nacional de
	Telecomunicaciones, por lo que existe un total
	de 45 hogares que disponen de este servicio.
Telefonía Móvil	Dentro de la parroquia Nambacola, existe tres
	redes de telefonía móvil como son: claro,
	movistar y CNT; servicio que abarca a cada una
	de los barrios en un total de 498 personas.
Acceso A Internet	En la parroquia se tiene un total de 2320
	personas que tienen acceso a este servicio

	brindado por el Consejo Nacional de
	Telecomunicaciones.
Radio	La mayor parte de los habitantes del cantón,
Telecomunicaciones	utilizan la radio como principal medio de
	comunicación (Radio Cariamanga, Luz y Vida,
	Radio Cañaberal, Radio Mix, Radio Boquerón,
	Radio Semillas de amor, Radio wg milenium.,).
	Y la cobertura de televisión nacional (GAMA-
	TV, Teleamazonas, , TC, RTS ) otra forma de
	acceso a la telecomunicación es la
	disponibilidad del servicio de televisión que
	oferta el CNT y Direc- TV.
Fuente: DDVOT CAD Derrequiel Nambase	1 0045 0040

Fuente: PDYOT GAD Parroquial Nambacola 2015-2019 Elaboración: Jhonny Chuquimarca Jaramillo

#### 6.1.5.3. Sanidad

## Agua

En la Parroquia Nambacola se ha identificado 2 sistemas de agua para el consumo humano: el agua denominada tratada, que recibe un tipo de tratamiento (cloración) y la no tratada, los cuales ofrecen una cobertura de servicio de agua en cada uno de los barrios del 100%.

Cuadro N° 15: Procedencia de agua

PROCEDENCIA DEL AGUA	VIVIENDAS	%
De red pública	660	52,38
De pozo	119	9,44
De río, vertiente, acequia o canal	458	36,35
De carro repartidor	2	0,16
Otro (Agua Iluvia/albarrada)	21	1,67
TOTAL	1260	100,00

Fuente: PDYOT GAD Parroquial Nambacola 2015-2019

Elaboración: Jhonny Chuquimarca Jaramillo

El siguiente cuadro nos indica los diferentes modos de conexión domiciliaria en la Parroquia Nambacola.

Cuadro N° 16: Tipos de conexión de agua

CONEXION DE AGUA	CASOS	%
Por tubería dentro de la vivienda	218	17,30
Por tubería fuera de la vivienda pero dentro del edificio, lote o terreno	544	43,17
Por tubería fuera del edificio, lote o terreno	259	20,56
No recibe agua por tubería sino por otros medios	239	18,97
TOTAL	1260	100,00

Fuente: PDYOT GAD Parroquial Nambacola 2015-2019

Elaboración: Jhonny Chuquimarca Jaramillo

#### Alcantarillado

El alcantarillado en la parroquia solo existe en la cabecera parroquial y muy pocos barrios, en los cuales se presentan falencias por falta de infraestructura complementaria como plantas de tratamiento de aguas servidas, personal técnico y conciencia social; lo que conlleva a que estos sean los puntos focales en lo referente a la contaminación ambiental de la parroquia.

En la Parroquia Nambacola hemos detectado algunos tipos de eliminación de estas aguas residuales entre los cuales podemos destacar los siguientes:

Cuadro N° 17: Tipo de eliminación de aguas residuas

TIPO DE RECOLECCIÓN Y ELIMINACIÓN	CASOS	%
Conectado a red pública de alcantarillado	143	11,35
Conectado a pozo séptico	306	24,29
Conectado a pozo ciego	132	10,48
Con descarga directa al mar, río, lago o quebrada	10	0,79
Letrina	222	17,62
No tiene	447	35,48
Total	1260	100,00

Fuente: PDYOT GAD Parroquial Nambacola 2015-2019

Elaboración: Jhonny Chuquimarca Jaramillo

En la cabecera parroquial, existe un sistema de alcantarillado sanitario, así como también en el barrio Surunuma además existen problemas ya identificados como es el caso del barrio Matala que los pozos sépticos ya han perdido su vida útil. Además, la ciudadanía manifiesta que la planta de tratamiento en la cabecera Parroquial no está funcionando, por cuanto trae problemas de contaminación ambiental. (PDYOT GAD Parroquial Nambacola 2015-2019)

#### Residuos Sólidos

Los residuos sólidos no reciben el tratamiento adecuado por parte de la ciudadanía ni de las personas encargadas, lo que deja en evidencia el mal manejo de los recursos físicos y económicos destinados para este propósito.

#### Salud

La parroquia cuenta con 3 unidades de salud con la finalidad de asistir a los habitantes en lo que se refiere a medicina general y odontología, brindan talleres y capacitaciones sobre la salud constantemente durante todo el año para salvaguardar el bienestar de los moradores.

Cuadro N° 18: Unidades de salud de la parroquia Nambacola

NOMBRE	UBICACIÓN	RECURSO HUMANO	ESTADO
		1 Médico Tratante	
	0-1	1 Médico Rural	
Subcentro de salud Nambacola	Cabecera Parroquial	1 Enfermera	Bueno
	i arroquiai	1 Auxiliar de Enfermería	
		1 Odontólogo	
		1 Médico	
Puesto de salud Potrerrillos	Barrio	1 Enfermera	Regular
Fuesto de Salud Fotterillos	Potrerrillos	1 Auxiliar de Enfermería	
		1 Odontólogo	
		1 Médico	
Dispensario del seguro social	Barrio el	1 Enfermera	Bueno
campesino IESS el Portete	Portete	1 Odontóloga	243110

Fuente: PDYOT GAD Parroquial Nambacola 2015-2019 Elaboración: Jhonny Chuquimarca Jaramillo

## Energía

En la Parroquia Nambacola el crecimiento económico es reflejado también en un aumento del consumo de electricidad; existe 1092 de 1260 viviendas que disponen de energía eléctrica lo que representa un porcentaje considerable del 86,67% de la población, los mismos que están conectados a la red eléctrica pública que se da a través del tendido eléctrico otorgado por la Empresa Eléctrica Regional del SUR (EERSSA), la cual opera en las provincias de Loja y Zamora Chinchipe. El nodo que provee de energía a la parroquia se encuentra ubicado en el cantón Catamayo. (PDYOT GAD Parroquial Nambacola 2015-2019)

## 6.1.6. Gobernanza de la Parroquia Nambacola

En cuanto a la estructura y gestión de quienes laboran en el GAD Parroquial de Nambacola está conformado por:

Cuadro N° 19: Gobernanza Parroquia Nambacola

AUTORIDADES	NOMBRES Y APELLIDOS
Presidenta	Lic. Marcia del Pilar Albán Ordoñez
Vicepresidente	Sr. Manuel Sarango Chamba
Primer Vocal	Lic. Amada del Rocío Maza Ordoñez
Segundo Vocal	Prof. Benigno Lenin Cevallos
Tercer Vocal	Sr. Gilberto José Cango Cango
Secretaria Tesorera	Ing. Andrea Loaiza A.

Fuente: PDYOT GAD Parroquial Nambacola 2015-2019

Elaboración: Jhonny Chuquimarca Jaramillo

En lo que se refiere a procesos de planificación, control y veeduría ciudadana la parroquia Nambacola cuenta con un Consejo de Planificación, el cual está conformado por las siguientes personas encabezada por la presidenta de la parroquia.

Cuadro N°20: Consejo de Planificación de la parroquia Nambacola

NOMBRE	CARGO
Lic. Marcia Alvan	Presidenta del GADPR de Nambacola
Sr. Gilbert Cando	Vocal del GADPR de Nambacola
Sr. Líder Ayora	Morador de la parroquia Nambacola
Sr. Wilmer Pinta	Morador de la parroquia Nambacola
Sr. Orlando Jaramillo	Morador de la parroquia Nambacola

Fuente: PDYOT GAD Parroquial Nambacola 2015-2019 Elaboración: Jhonny Chuquimarca Jaramillo

## 6.1.7. Comunidad Receptora

En la Parroquia Nambacola las organizaciones sociales son un eje muy importante en cuanto al desarrollo local ya que se refieren a un grupo de personas que interactúan entre sí, en virtud de que mantienen determinadas relaciones sociales con fines comunes. También puede definirse en un sentido más estrecho como cualquier institución en una sociedad que trabaja para socializar a los grupos o gente que pertenece a ellos.

En cuanto se refiere a proyectos en beneficio del desarrollo local la parroquia Nambacola está inmersa en muchos de estos a nivel del GAD Cantonal ya que las competencias del mismo funcionan entorno a todas sus parroquias; se destacan proyectos como de ornato de la ciudad, rescate de patrimonio, ayuda a los productores agrícolas y ganaderos y un proyecto sobre un plan estratégico vinculado al turismo. (Véase Cuadro N°40)

Las organizaciones sociales pueden tomar varias formas dependiendo del contexto social. Con esta finalidad en la parroquia Nambacola se registran las Organizaciones Sociales que se enlistan en la siguiente tabla:

Cuadro N° 21: Organizaciones Sociales

RAZÓN SOCIAL	TIPO
400405011414	ORGANIZACIÓN DE CARÁCTER
ASOAGRONAM	AGROPECUARIO
PRODUBAL	PRODUCTOS DE BALANCEADOS
San Vicente	ASOCIACIÓN DE ARTESANÍAS
Asociación de productores San	ASOCIACIÓN DEDICADA A LA
Juan Bautista	CAFICULTURA
Asociación progreso y	
desarrollo	
Asociación de productores	
Agropecuarios Ingaurco	
Asociación de productores	
Agropecuarios la Cofradia	
Asociación de ayuda mutua y	
desarrollo sustentable casa	ORGANIZACIONES DE CARÁCTER
vieja	AGROPECUARIO
Asociación de productores	
Agropecuarios visión y	
progreso	
Asociación de productores	
Agropecuarios la Algarrobera	
Asociación de productores	
Agropecuarios Nambacola.	
Liga deportiva parroquial de	MINISTERIO DE EDUCACIÓN
Nambacola	WINNOTENIO DE EDUCACION
	MINISTERIO DE AGRICULTURA,
Comuna Surunuma	GANADERÍA, ACUACULTURA Y
	PESCA

Fuente: PDYOT GAD Parroquial Nambacola 2015-2019 Elaboración: Jhonny Chuquimarca Jaramillo

parroquia Nambacola, podemos encontrar las siguientes organizaciones productivas:

Cuadro N°22: Organizaciones Productivas

ASOCIACIÓN	TIPO
ASOAGRONAM	ORGANIZACIÓN DE CARÁCTER
ASOAGNONAIVI	AGROPECUARIO
PRODUBAL	PRODUCTOS DE BALANCEADOS
San Vicente	ASOCIACIÓN DE ARTESANÍAS
Asociación de productores San Juan	ASOCIACIÓN DEDICADA A LA
Bautista	CAFICULTURA
Asociación Progreso y Desarrollo	
Asociación de productores	
Agropecuarios Ingaurco	
Asociación de productores	
Agropecuarios la Cofradia	
Asociación de ayuda mutua y	ORGANIZACIONES DE
Desarrollo sustentable Casa Vieja	CARÁCTER AGROPECUARIO
Asociación de productores	
Agropecuarios visión y Progreso	
Asociación de productores	
Agropecuarios la Algarrobera	
Asociación de productores	
Agropecuarios Nambacola.	

Fuente: PDYOT GAD Parroquial Nambacola 2015-2019 Elaboración: Jhonny Chuquimarca Jaramillo

## 6.1.8. Inventario de Atractivos Turísticos

Haciendo uso de la metodología para inventarios de atractivos turísticos del MINTUR, a continuación, se detalla un cuadro resumen general de todos los atractivos a nivel de la parroquia, y seguidamente se adjuntan las fichas de resumen de cada atractivo.

Cuadro N°23: Resumen de Atractivos Turísticos de la Parroquia Nambacola

NOMBRE DEL ATRACTIVO	CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO	JERARQUÍA
Cuevas del Cóndorhuasi	Atractivo Natural	Fenómenos Espeleológicos	Cueva o caverna	I
Fondo Bravo	Atractivo Natural	Fenómenos Geológicos	Quebrada	I
Fondo Verde	Atractivo Natural	Fenómenos Geológicos	Quebrada	I
Cerro Ingahurco	Atractivo Natural	Montañas	Baja Montaña	ı
Piedra Grande	Atractivo Natural	Tierras Insulares	Roca	I
Petroglifos de Guayural	Atractivo Cultural	Arquitectura	Área arqueológica	I
Finca del Señor Manuel Sarango	Atractivo Cultural	Realizaciones Técnicas y Científicas	Explotaciones Agropecuarias	ı
Finca del Señor José Jiménez	Atractivo Cultural	Realizaciones Técnicas y Científicas	Explotaciones Agropecuarias	I
Finca del Señor Hernel Cueva	Atractivo Cultural	Realizaciones Técnicas y Científicas	Explotaciones Agropecuarias	I

Fuente: Trabajo de campo. Elaboración: Jhonny Chuquimarca Jaramillo

FICHA # 1: Cuevas del Cóndorhuasi

NOMBRE DEL		JERARQUÍA:
CUEVAS DEL CÓNDORHUASI		I
CATEGORÍA:	TIPO:	SUBTIPO:
Atractivo Natural	Fenómenos Espeleológicos	Cueva o caverna
PROVINCIA:	CANTÓN:	LOCALIDAD:
Loja	Gonzanamá	Nambacola

Figura N° 5: Cuevas del Cóndorhuasi



Se encuentra a 7 km desde la parroquia Nambacola, en el Barrio el Portete para llegar se debe acceder en carro aproximadamente 5 minutos hasta una hacienda ubicada en el lugar, luego se debe hacer un recorrido de 30 minutos por el sendero hasta llegar al atractivo.

**Latitud:** -4.195361 **Longitud:** -79.483409

#### Características:

Las Cuevas Cóndor Huasi, constituyen parte del patrimonio tangible de la parroquia es un lugar lleno de magia y misticismo donde se encontraron osamentas años atrás, este es un sitio estratégico y sagrado para nuestros "gentiles" nombre con el cual los mestizos conocían a las tribus indígenas que moraban por los alrededores; a ellas se puede llegar a pie, a lomo de bestia o en bicicleta, para lo cual el visitante deberá cruzar por sinuosos y estrechos senderos en medio de los paisajes propios del Bosque Protector Santa Rita. Se considera que este lugar fue un mirador, que servía para poder divisar al enemigo, también se cree que este lugar llegaba el primer rayo de luz en la mañana por lo que se lo consideraba sagrado, a su paso se puede divisar el hermoso panorama que nos regala la bella parroquia disfrutando de paisajes inimaginables, además se puede observar parte del Valle de Catamayo, Cerro Villonaco – Parque Eólico, Cerro Purunuma; también se puede avizorar y escuchar muchos ejemplares de aves.

#### Recomendaciones

Utilizar ropa y zapatos propicios para caminar, en época de invierno llevar botas de caucho; además llevar bloqueador, gorra, bebida hidratante, cámara fotográfica.

#### Actividades Turísticas

- Caminatas
- Observación de flora y fauna
- Cabalgata
- Ciclo turismo
- Exploración de cuevas
- Fotografía

Fuente: GAD Gonzanamá

Elaborado por: Jhonny Chuquimarca Jaramillo

FICHA # 2: Fondo Bravo

NOMBRE DEL ATRACTIVO:		JERARQUÍA:
FONDO BRAVO		
CATEGORÍA:	TIPO:	SUBTIPO:
Atractivo Natural	Fenómenos Geológicos	Quebrada
PROVINCIA:	CANTÓN:	LOCALIDAD:
Loja	Gonzanamá	Nambacola

Figura N° 6: Fondo Bravo



Fondo Bravo es una piscina natural formada en la Quebrada Grande está localizado a 1,5 km de la parroquia Nambacola, aproximadamente a 30 minutos.

Latitud: -4.195361

Longitud: -79.483409

#### Características:

Fondo Bravo es un atractivo natural ubicado más adelante de la quebrada de Fondo Verde queda en medio de un peñasco rodeado de vegetación del lugar, es lugar utilizado como balneario por los visitantes teniendo una caída de agua de aproximadamente 6 metros de altura, es bastante profunda ideal para nadar; en este lugar la belleza paisajística es maravillosa por lo cual es muy visitado en época de feriado, fines de semana y en especial en días de carnaval. En el lugar se puede llevar alimentos para preparar, se puede hacer camping, caminatas, tomar hermosas fotografías.

## Recomendaciones

Utilizar ropa y zapatos propicios para caminar; además llevar ropa de baño por si desea disfrutar de este atractivo más a fondo, utilizar bloqueador solar, gorro, cámara fotográfica.

## **Actividades Turísticas**

- Caminata
- Natación
- Fotografía
- Observación de flora
- Camping

Fuente: PDYOT GAD Parroquial Nambacola 2015-2019 Elaborado por: Jhonny Chuquimarca Jaramillo

FICHA # 3: Fondo Verde

NOMBRE DEL ATRACTIVO:		JERARQUÍA:
FONDO VERDE		
CATEGORÍA:	TIPO:	SUBTIPO:
Atractivo Natural	Fenómenos Geológicos	Quebrada
PROVINCIA:	CANTÓN:	LOCALIDAD:
Loja	Gonzanamá	Nambacola

Figura N° 7: Fondo Verde



Fondo Verde lo conforman 3 piscinas naturales formadas en la Quebrada Grande que nace en el sitio Colca y está localizado a 1,5 km de la parroquia Nambacola, aproximadamente a 30 minutos.

Latitud: -4.135229

Longitud: -79.440413

#### Características:

Fondo Verde tiene una pequeña caída de agua de 2m aproximadamente en donde el agua corre sobre rocas de gran magnitud que forman pequeñas piscinas naturales que incitan al visitante a sumergirse y relajarse, hay grandes piedras en las que se puede tomar el sol, disfrutar del paisaje, es un lugar utilizado como balneario, el fin de semana, época de verano, vacaciones y especialmente en feriado y carnaval, su nombre se debe al color verdoso que toma su profundidad.

En los alrededores se puede observar que los terrenos son aprovechados por los moradores ya que existen sembríos y cría de ganado vacuno y mular.

#### Recomendaciones

Utilizar ropa y zapatos propicios para caminar; además llevar ropa de baño por si desea disfrutar de este atractivo más a fondo, utilizar bloqueador solar, gorro, cámara fotográfica.

## Actividades Turísticas

- Caminata
- Natación
- Fotografía
- Observación de flora
- Camping

Fuente: PDYOT GAD Parroquial Nambacola 2015-2019
Elaborado por: Jhonny Chuquimarca Jaramillo

FICHA # 4: El Ingahurco

NOMBRE DEL ATRACTIVO:		JERARQUÍA:
EL INGAHURCO		
CATEGORÍA:	TIPO:	SUBTIPO:
Atractivo Natural	Montañas	Baja Montaña
PROVINCIA:	CANTÓN:	LOCALIDAD:
Loja	Gonzanamá	Nambacola

Figura N° 8: El Ingahurco



Se encuentra en la Parroquia de Nambacola a 15 minutos de la vía principal Catamayo-Cariamanga desde la vía principal hasta el sendero es una vía de tercer orden de 1km aproximadamente, para llegar al cerro se recorre un sendero de 30 minutos hasta la cumbre del mismo.

Latitud: -4.150268

Longitud: -79.42614

## Características:

El Ingahurco tiene una altitud de 2220 msnm, tiene un cráter cuyo acceso es complicado, En las cercanías del cráter se localizan cuevas formadas por piedras cruzadas, en el interior de las cuales se han encontrado cráneos humanos de gentiles, tanto de niños como de adultos. Es considerado el guardián y eterno vigilante de la parroquia por lo que es el atractivo más conocido de esta localidad; se pueden realizar actividades de senderismo y excursiones en donde en la cima se puede obtener una excelente vista panorámica de todo el lugar; a sus faldas se puede observar los sembríos y pastizales para el ganado, por tradición se dice que este cerro fue un volcán activo.

#### Recomendaciones

Llevar ropa adecuada y cómoda para caminatas; zapatos apropiados para caminar en época de verano y botas de caucho en época de invierno, además llevar gorra, bloqueador, repelente, bebidas hidratantes y cámara fotográfica.

## Actividades Turísticas

- Senderismo
- Cabalgata
- Observación de flora y fauna
- Fotografía

Fuente: Observación Directa

Elaborado por: Jhonny Chuquimarca Jaramillo

FICHA # 5: Piedra Grande

NOMBRE DEL ATRACTIVO:		JERARQUÍA:
PIEDRA GRANDE		
CATEGORÍA:	TIPO:	SUBTIPO:
Atractivo Natural	Tierras Insulares	Roca
PROVINCIA:	CANTÓN:	LOCALIDAD:
Loja	Gonzanamá	Nambacola

Figura N° 9: Piedra Grande



Se encuentran en la Parroquia de Nambacola a 1km desde el centro de la localidad, se debe hacer un recorrido de 30 minutos hasta la propiedad del señor Pedro Pinta y unos 5 minutos hasta la piedra, su entrada es de libre acceso.

Latitud: -4.147922

Longitud: -79.438582

#### Características:

Piedra Grande o Quinta Piedra Grande como algunos la llaman es una roca maciza de gran dimensión que tiene una altura aproximada de 12 metros en cuya reposa una cruz iluminada, se puede llegar hasta la cruz subiendo 40 escalones de una estrecha escalera con un pasamano respectivamente, hay una estación de sombra y descanso que sirve como mirador donde se puede observar un maravilloso paisaje al igual que en la cumbre de la piedra, donde se puede observar el Valle de Gerinoma y se puede tomar excelente fotografías; los moradores del lugar recuerdan que sus abuelos les contaban que la piedra crecía cada año, y para evitar que lo siga haciendo le pusieron la cruz, y según sus creencias dio resultado.

## Recomendaciones

Para la caminata hasta el atractivo es recomendable ir con ropa y zapatos cómodos para caminar, llevar bloqueador, gorra, cámara fotográfica y tener precaución al ascender por la escalinata.

## Actividades Turísticas

- Caminata
- Observación de flora y fauna
- Fotografía

Fuente: Observación Directa

Elaborado por: Jhonny Chuquimarca Jaramillo

FICHA # 6: Petroglifos de Guayural

NOMBRE DEL ATRACTIVO:		JERARQUÍA:
Petroglifos de Guayural		
CATEGORÍA:	TIPO:	SUBTIPO:
Atractivo Cultural	Arquitectura	Área arqueológica
PROVINCIA:	CANTÓN:	LOCALIDAD:
Loja	Gonzanamá	Nambacola

Figura N° 10: Petroglifos de Guayural



Está localizado en el barrio La Algarrobera en el sector el Salado a 26 km de Nambacola a unos 500 metros del puente del Boquerón para llegar a este sector se recorre un sendero de 45 minutos aproximadamente y unos 7km en vehículo desde la vía principal Catamayo - Gonzanamá.

Latitud: -4.015572

Longitud: -79.404567

#### Características:

Los Petroglifos de Guayural en sí, es una roca grabada, ubicada frente al valle de Catamayo en una elevación llamada la "Loma del Tablón" al margen occidental del rio Catamayo a una altura de 1445 m.s.n.m. Se aprecia 31 signos labrados cuidadosamente y dejando ver un carácter dinámico y sensual en el trazo Se puede apreciar un buen número de espirales tanto espirales levógiras (que gira en sentido contrario de las agujas del reloj) como dextrógiras (gira el mismo sentido de las agujas del reloj) sueltas o contenidas en otros dibujos. También hay algunos círculos con puntos, representaciones faciales, un probable antropomorfo (que tiene forma o apariencia humana) y zoomorfos (que tiene forma o apariencia de animal). La abundante cantidad de arbustos espinosos, llamados Guayuros ha dado nombre al lugar. Se tiene una excelente vista de los alrededores y de la flora propia del lugar.

#### Recomendaciones

Llevar ropa y zapatos para el campo, gorra, bloqueador solar, bebidas hidratantes, cámara fotográfica.

#### Actividades Turísticas

- Caminata
- Observación de flora
- Fotografía

Fuente: PDYOT GAD Parroquial Nambacola 2015-2019 Elaborado por: Jhonny Chuquimarca Jaramillo

FICHA # 7: Finca del Señor Manuel Sarango

NOMBRE DE	JERARQUÍA:	
Finca del Señor Manuel Sarango		
CATEGORÍA:	TIPO:	SUBTIPO:
Atractivo Cultural	Realizaciones Técnicas y Científicas	Explotaciones Agropecuarias
PROVINCIA:	CANTÓN:	LOCALIDAD:
Loja	Gonzanamá	Nambacola

Figura N° 11: Finca del Señor Manuel Sarango



Se encuentra ubicado en la parroquia Nambacola a 5 minutos del parque central por la vía que conduce hacia los atractivos turísticos Fondo Verde y Fondo Bravo.

Latitud: -4.138533

Longitud: -79.432791

#### Características:

La finca del señor Manual Sarango tiene aproximadamente 1 hectárea de terreno, en donde se encuentra la casa principal y los sembríos de café, maíz, yuca; también hay árboles frutales como naranja, lima, limón dulce, limón, mandarinos; entre otros sembríos.

Posee un servicio complementario único en la parroquia Nambacola que son los Baños de cajón con la respectiva exfoliación y su casa sirve como un área de descanso para aquellos visitantes que acuden a su hogar por la tranquilidad que en ella hay; además es un señor muy conocido por la gran sabiduría que ha tenido durante todos estos años en cuanto a las semillas para la siembra ya que trabaja en el sector productivo del GAD de Nambacola; como dato opcional a 25 minutos de su finca se encuentra los atractivos turísticos fondo verde y fondo bravo.

#### Recomendaciones

Llevar ropa y zapatos para el campo, gorra, bloqueador solar, ropa de baño opcional para los baños de cajón

#### Actividades Turísticas

- Observación de Flora
- Servicios complementarios: Baños de cajón
- Agroturismo

Fuente: Observación Directa

FICHA #8: Finca del Señor José Jiménez

NOMBRE DE	JERARQUÍA:	
Finca del Ser	Finca del Señor José Jiménez	
CATEGORÍA:	TIPO:	SUBTIPO:
Atractivo Cultural	Realizaciones Técnicas y Científicas	Explotaciones Agropecuarias
PROVINCIA:	CANTÓN:	LOCALIDAD:
Loja	Gonzanamá	Nambacola

Figura N° 12: Finca del Señor José Jiménez



Se encuentra ubicada en la Parroquia Nambacola en el barrio Potrerillos por la vía que conduce a la Parroquia Sacapalca a 7km de distancia.

Latitud: -4.161686

Longitud: -79.472244

#### Características:

La finca del Señor José Jiménez es muy reconocida a nivel del cantón Gonzanamá ya que en ella se encuentra la Parcela Demostrativa de café con una extensión de una hectárea de producción recepada porque anteriormente eran cafetales viejos y se empezó desde vivero cero con semillas mejoradas, con tecnificación, con sistemas de goteo, abonos orgánicos y abonos foliares; este es un café de buena calidad ya que ha participado en concursos quedando en segundo puesto en la taza dorada en el año 2017, actualmente se está ampliando la área de siembra para aumentar el volumen y rentabilidad del café; además de esta parcela hay sembríos de caña, guineo, maíz y posee unas tres pequeñas piscinas de tilapia para vender a los visitantes por si desean pescar.

#### Recomendaciones

Llevar ropa y zapatos para el campo, gorra, bloqueador solar, bebida hidratante, tener mucho cuidado al momento de recorrer los cafetales ya que hay zonas de barrancos.

#### **Actividades Turísticas**

- Agroturismo
- Observación de flora
- Servicio complementario: Degustación de café

Fuente: Observación Directa

FICHA # 9: Finca del Señor Hernel Cueva

NOMBRE DE	JERARQUÍA:	
Finca del Señor Hernel Cueva		I
CATEGORÍA:	TIPO:	SUBTIPO:
Atractivo Cultural	Realizaciones Técnicas y Científicas	Explotaciones Agropecuarias
PROVINCIA:	CANTÓN:	LOCALIDAD:
Loja	Gonzanamá	Nambacola

Figura N° 13: Finca del Señor Hernel Cueva



Se encuentra ubicada en la Parroquia Nambacola en el barrio Potrerillos por la vía que conduce a la Parroquia Sacapalca a 7km de distancia.

Latitud: -4.161282

Longitud: -79.472813

#### Características:

La Finca del Señor Hernel Cueva consta de la casa principal y de la molienda que posee detrás de ella, así como de algunos sembríos de maíz y frejol; es reconocido en la localidad porque es uno de los mayores productores de derivados de caña de azúcar como la panela, miel, sango miel, bocadillos, alfeñiques; para la elaboración de todos estos productos trae la caña de azúcar de un sector de sembrío de caña aledaños de su propiedad en los lugares de corral Chico y Guandulanga; los productos los comercializa en la cabecera cantonal y son muy apetecidos por los visitantes que acuden a los mercados de Gonzanamá por estos delicias.

#### Recomendaciones

Llevar ropa y zapatos para el campo, gorra, bloqueador solar, bebida hidratante y tener mucho cuidado al momento de elaborar los productos por causas de quemaduras.

#### Actividades Turísticas

- Agroturismo
- Gastronomía

Fuente: Observación Directa

#### 6.2. Diagnostico Turístico de la Parroquia Gonzanamá

#### 6.2.1. Ficha de Diagnostico Turístico de Comunidades

#### 6.2.2. Ubicación de la Parroquia Gonzanamá

La parroquia de Gonzanamá se encuentra ubicada en el cantón del mismo nombre, en la provincia de Loja – Ecuador, su centro urbano esta aproximadamente a 79 Km desde la ciudad de Loja, por la vía Panamericana Sur E69.

Figura N° 14: Ubicación Geográfica de la Parroquia Gonzanamá



Fuente: CINFA Elaboración: CINFA

#### 6.2.2.1. Datos generales de la Parroquia Gonzanamá

El cantón Gonzanamá posee un clima característico de la región andina, con una temperatura promedio 16.9 °C, con una precipitación media anual de 1098.8 mm y una humedad relativa del 85 %; además, la zona de Gonzanamá presenta valores medios mensuales de la velocidad del viento por encima de los 3m/s todo el año y con valores máximos de 7.9 m/s, siendo estos factores los que determinan las condiciones de desarrollo de la biodiversidad del lugar.

Cuadro N° 24: Limites de la Parroquia Urbana Gonzanamá

LIMITES		
Norte:	Parroquia Nambacola	
Sur:	Cantón Quilanga	
Este:	Parroquia Purunúma y Cantón Loja	
Oeste:	Parroquia Changaimina y Sacapalca	

Fuente: PDYOT Cantonal de Gonzanamá 2014-2019, SENPLADES

Elaboración: Jhonny Chuquimarca Jaramillo

#### 6.2.2.2. Población

La Parroquia Urbana Gonzanamá, según los datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, cuenta con una población de:

Cuadro N° 25: Población Total Censo 2010

Nombre de parroquia	Población	Superficie de la parroquia (km2)	Densidad Poblacional
Gonzanamá	2521	72,59	34,7 %

Fuente: PDYOT Cantonal de Gonzanamá 2014-2019, SENPLADES

Elaboración: Jhonny Stalin Chuquimarca Jaramillo

Según el Censo del INEC 2010 la parroquia Gonzanamá cuenta con una población de 2521 habitantes, de los cuales 1205 corresponden al sexo masculino y 1316 al sexo femenino.

Cuadro N°26: Población Masculina y Femenina Censo 2010

POBLACIÓN DE GONZANAMÁ	N° HABITANTES	PORCENTAJE
Población Masculina	1205	47.80%
Población Femenina	1316	52.20%
TOTAL	2521	100%

Fuente: INEC, Censo 2010

Elaboración: Jhonny Stalin Chuquimarca Jaramillo

#### 6.2.3. Oferta de Servicios

La parroquia Urbana Gonzanamá, posee poca infraestructura turística en cuanto a alojamiento, alimentación, recreación y otros servicios.

#### **Alojamiento**

En cuanto a alojamiento la Parroquia Gonzanamá cuenta con dos hostales residencia, un hostal, y una Hostería, los que suman un total de 52 habitaciones y 104 camas, los cuales ofrecen servicio de alojamiento ininterrumpidamente los 365 días del año cuyos precios promedio están entre 10 a 20 dólares por persona.

Cuadro N°27: Alojamientos de la Parroquia Gonzanamá

N°	NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO	TIPO	# HAB.	# PLAZAS
1	Pozada Real	Hostería	6	6
2	D´Carlos	Hostal	13	36
3	Jiménez	Hostal Residencia	12	26
4	Grand Hostal Salinas	Hostal Residencia	21	36
	TOTAL		52	104

Fuente: Catastro del MINTUR

Elaboración: Jhonny Stalin Chuquimarca Jaramillo

#### 6.2.3.1. Alimentación

En cuanto a la alimentación la Parroquia Gonzanamá cuenta con 7 restaurantes que por lo general abren todos los días y en la mayoría de estos establecimientos su horario de atención es de 08:00 a 18:00 brindando comida tradicional a sus comensales.

Cuadro N°28: Alimentación de la Parroquia Gonzanamá

NOMBRE	SUBACTIVIDAD	CATEGORÍA	#	#
TO MENT	TURÍSTICA	O/ (1200) (I/)	MESAS	PLAZAS
Mesón Andaluz	Restaurante	Tercera	12	48
Ahitanas	Restaurante	Tercera	18	72
Comedor Nocturno	Restaurante	Tercera	5	15
Comedor "El Turista"	Restaurante	Tercera	7	35
La Sazón de Don Goyo	Restaurante	Tercera	13	56
La Chonta	Restaurante	Tercera	8	40
Asadero "El Forastero"	Restaurante	Tercera	7	30
Asadero "El Brasero"	Restaurante	Tercera	10	24
TOTAL			80	312

Fuente: Catastro del MINTUR

Elaboración: Jhonny Stalin Chuquimarca Jaramillo

#### 6.2.3.2. Esparcimiento

En la Parroquia Gonzanamá se puede acceder a un Centro de Recreación llamado Garbarcoiris, el cual ofrece uso de canchas deportivas, piscinas, sauna, turco, restaurante y parqueadero; debido a que es uno solo se puede tomar en cuenta los lugares de recreación del poblado más cercano que es la ciudad de Catamayo.

Cuadro N°29: Lugares de Recreación de la Parroquia Gonzanamá

NOMBRE	SUBACTIVIDA D TURÍSTICA	CATEGORÍA	CAPACIDAD	HORARIO DE ATENCIÓN	PRECIO
Gabarcoiris	Termas y balnearios	Segunda	40 personas	08:00 a 17:00	De \$1.00 a \$3.00

Fuente: Catastro del MINTUR

Elaboración: Jhonny Stalin Chuquimarca Jaramillo

#### 6.2.3.3. Otros Servicios

En la parroquia Gonzanamá hay otros servicios como 1 Banco, 4 Cooperativas de Ahorro y Crédito, 2 Cajeros automáticos, 4 farmacias y un centro de información turística que se encuentra en el Municipio del Cantón

el cual está abierto al público para ofrecer cualquier tipo de información sobre atractivos turísticos.

Cuadro N°30: Otros servicios adicionales en Gonzanamá

SERVICIOS	NOMBRE	HORARIO
Bancos	BAN Ecuador	09:00 a 17:00
	"CREDIAMIGO LTDA	08:00 a 17:30
Cooperativas de	"GONZANAMÁ"	08:00 a 17:30
Ahorro y Crédito	"Padre Julián Lorente"	08:00 a 17:30
	Cámara de Comercio de	08:00 a 17:30
	Gonzanamá "CADECOG"	
Cajeros Automáticos	COOPMEGO	24 Horas
	Padre Julián Lorente	24 Horas
	Central	08:00 a 20:00
	San Luis	08:00 a 20:00
Farmacias	"Buen Suceso"	08:00 a 20:00
	La Farmacia	08:00 a 20:00
Centro de	Unidad de Turismo y Cultura	08:00 a 16:00
información turística	GADM-Gonzanamá	

Fuente: Observación Directa

Elaboración: Jhonny Stalin Chuquimarca Jaramillo

#### 6.2.4. Infraestructura de Servicios Básicos

#### 6.2.4.1. Transporte y Accesibilidad

La distancia desde Loja a Gonzanamá es de 79 Km y estas redes viales definen distintos niveles de articulación territorial sea está a nivel local, parroquial, cantonal o provincial; desde la parroquia Gonzanamá a la parroquia Purunuma existen 12.39 km los cuales se los puede realizar en bus o en camioneta y el tiempo estimado es de 20 a 25 min; y, de la parroquia Gonzanamá a Nambacola existe una distancia de 14, 08 km los cuales se los puede realizar en un tiempo estimado de 30min, la vía para acceder a la parroquia se encuentra en buen estado facilitando la movilización a la localidad.

Cuadro N° 31: Distancia desde la parroquia Gonzanamá hacia las parroquias rurales

PARROQUIA	Km
Purunuma	12,39
Changaimina	19,32
Sacapalca	23,73
Nambacola	14,08

Fuente: PDYOT Cantonal de Gonzanamá 2014-2019

Elaboración: Jhonny Chuquimarca Jaramillo

Las principales vías de acceso a las parroquias en la actualidad se encuentran pavimentadas y para llegar a la comunidad existe señalización vial al momento de ingresar a las parroquias; en el caso de la señalización turística no se emplea en todas las parroquias al momento de ingresar a ellas, por lo que la señalización es un poco deficiente.

La parroquia Gonzanamá cuenta con un sistema de transporte terrestre que se conforma de diferentes niveles como son el interprovincial, interregional y un local o urbano. Actualmente no posee instalaciones adecuadas para desarrollar una Terminal Terrestre, pero se cuenta con lugares estratégicos como es el caso del parque Central y la Plazoleta Primero de Mayo, en donde se efectúa la movilización de pasajeros hacia diferentes sectores.

Para acceder a las comunidades o barrios cercanos a la vía principal se puede utilizar la Cooperativa Unión Cariamanga o la Cooperativa Loja dependiendo de las rutas por las que estas se dirijan; cabe recalcar que la unión Cariamanga ofrece ruta pasando por la parroquia Nambacola, otra alternativa es la utilización de camionetas el cual ofrece servicio dentro y fuera del cantón todos los días y su precio varía dependiendo de las distancias.

Cuadro N° 32: Sistema Interparroquial

No.	NOMBRE DE LAS EMPRESAS	RUTA
1	Cooperativa de Transportes Catamayo	Sacapalca y Changaimina
2	Cooperativa de Transportes Cariamanga	Nambacola

Fuente: PDYOT Cantonal de Gonzanamá 2014-2019

Elaboración: Jhonny Chuquimarca Jaramillo

Dentro de la parte urbana existen las siguientes estaciones de trasporte las cuales son de las cooperativas Santa, Loja y Cariamanga y la cooperativa de Trasportes 30 de septiembre. En las que se puede hacer la compra de boletos, envió de encomiendas, el embarque y desembarque de las unidades.

Cuadro N° 33: Estaciones de transporte

COOPERATIVA	RUTAS	HORARIOS
Cooperativa de	Gonzanamá-Loja	<b>De Lunes a Domingo</b> : 08:30,10:00,11:30,14:00.
Transportes Loja	Gonzanamá- Guayaquil	De Lunes a Domingo: 22:00.
	Gonzanamá-Quito	<b>De Lunes a Domingo:</b> 14:00,17:00,20:00.
	Gonzanamá- Shushufindi	<b>De Lunes a Domingo:</b> 05:00.
	Gonzanamá-Quito	De Lunes a Domingo:
		05:15.
	Gonzanamá-Loja	De Lunes a Domingo:
Cooperativa Unión Cariamanga		04:00, 4:30,6:00, 6:30, 7:00, 7:30, 8:00, 9:00, 10:15, 11:00, 12:00, 12:45, 13:45, 14:00, 15:00, 16:15, 17:15, 18:00,19:30.
	Gonzanamá-Machala	<b>De Lunes a Domingo:</b> 09:30,15:30.
	Gonzanamá- Huaquillas	De Lunes a Domingo: 12:40.
Cooperativa Santa	Gonzanamá-Quito	De Lunes a Domingo: 18:00.
Cooperativa Carna	Gonzanamá-Machala	De Lunes a Domingo: 12:00
Cooperativa de Transporte "30 de Septiembre"	Servicio de transporte, interbarrial como las llamadas "rancheras ", para los estudiantes que se dirigen a los barrios.	<b>De Lunes a Domingo:</b> A cualquier hora

Fuente: Observación Directa

Elaborado: Jhonny Stalin Chuquimarca Jaramillo

#### 6.2.4.2. **Comunicaciones**

El Parroquia urbana Gonzanamá cuenta con servicio telefónico, que lo provee la empresa CNT (Corporación Nacional de Telecomunicaciones), ha mejorado notablemente la comunicación con modernos teléfonos inalámbricos evidenciándose en cada una de ella; en cuanto a telefonía móvil existen las empresas Claro, Movistar y CNT que últimamente se está masificando en la parroquia y que además tiene cobertura en todas las parroquias del cantón.

En cuanto al internet, existe cobertura dentro de la Parroquia, los proveedores que facilitan este servicio son: CNT y CLARO; la empresa Estatal de Correos del Ecuador también brinda un servicio limitado a los habitantes del cantón, contando con una oficina que funciona en la Jefatura Política.

Cuadro N° 34: Déficit servicio de comunicaciones Cantón Gonzanamá

UNIDAD TERRITORIAL	DÉFICIT TELÉFONO CONVENCIONAL	DÉFICIT TELÉFONO CELULAR	DÉFICIT DE INTERNET	DÉFICIT DE COMPUTADORA	DÉFICIT DE TV POR CABLE
Gonzanamá área consolidada/urbana	5,97 %	4,05 %	10,73 %	7,58%	8,65 %

Fuente: PDYOT Cantonal de Gonzanamá 2014-2019

Elaboración: Jhonny Chuquimarca Jaramillo

Los déficits de acceso a los servicios de comunicaciones se representan por zonas urbanas y rurales; en el caso del área urbana de Gonzanamá el mayor déficit es el internet con el 10.73 % de la población que no cuenta con este servicio.

#### 6.2.4.3. Sanidad

En Gonzanamá se ha identificado 2 sistemas de agua para el consumo humano: el agua denominada tratada (clorada) y la no tratada, los cuales ofrecen una cobertura de servicio de agua en cada una de las parroquias.

Cuadro N° 35: Procedencia de agua de Gonzanamá

PROCEDENCIA	VIVIENDAS	(%)
De red pública	1990	55.19
De pozo	310	8.60
De rio, vertiente, acequia o canal	1257	34.86
De carro repartidor	2	0.06
Otro (agua Iluvia/albarrada)	47	1.30
TOTAL	3606	100.00

Fuente: Plan de ordenamiento territorial 2011 Elaborado: Jhonny Stalin Chuquimarca Jaramillo

El agua tratada o clorada de red pública es utilizada por el 55.19% esto con respecto a las viviendas que se emplazan en las áreas urbanas, pero también se muestra que el 34.86 % de los casos analizados el agua proviene del rio o quebrada, esto efecto se evidencia en las áreas rurales.

#### Alcantarillado

Existe alcantarillado en Gonzanamá, de un total de 3606 viviendas, un 19.99% que es igual a 721 viviendas están conectadas a una red pública de alcantarillado dando esta cifra que más de la mitad de la población carece de este tipo de servicios básicos. (Plan de ordenamiento territorial 2011).

Cuadro N°36: Tipo de eliminación de aguas residuales de Gonzanamá

ELIMINACION	CASOS	PORCENTAJE (%)
Conectado a la red pública de alcantarillado	721	1999
Conectado a pozo séptico	858	23.79
Conectado a pozo ciego	346	9.60
Con descarga directa a quebradas o huertos familiares	18	0.50
Letrina	581	16.11
No tiene	1082	30.01
TOTAL	3606	100.00

Fuente: Plan de ordenamiento territorial 2011 Elaborado: Jhonny Chuquimarca Jaramillo

En aquellos asentamientos donde no existe el sistema de red de alcantarillado sanitario las descargas de las aguas servidas se realizan en las denominadas fosas sépticas, que según datos del último censo representa el 23.79 % del total de 3606 casos; y para otros asentamientos donde no existe ningún tipo de tratamiento de las aguas servidas, es decir no cuentan con servicio de evacuación de aguas residuales, representa en el cantón el 30.01 %, del total de 3606 casos analizados. (Plan de ordenamiento territorial 2011).

#### Residuos Sólidos

En cuanto a los residuos sólidos de la parroquia únicamente existe un 52% que cuenta con recolección de basura por medio de carro recolector, siendo evidente la baja cobertura en las demás parroquias; siendo la principal medida de eliminación de la basura, arrojarla en un terreno baldío. Además, existe principalmente otra forma de eliminación como ser enterrada o como quemada al aire libre.

Cuadro N° 37: Eliminación de la basura en la vivienda

Tipo de eliminación de basura	Porcentaje
Por carro recolector	52%
La arrojan en terreno baldío	37%
La arrojan al rio, acequia o canal	0.41%
De otra forma	11%

Fuente: PDYOT Cantonal de Gonzanamá 2014-2019

Elaboración: Jhonny Chuquimarca Jaramillo

#### Salud

Otras instituciones también brindan atención de salud dentro de la parroquia como el MIES (Ministerio de Inclusión Económica y social) que brinda apoyo para las campañas de desparasitación; y el Plan Internacional que apoya con equipamiento básico a través de botiquines de primeros auxilios, capacitación a promotores y agentes de salud y construcción de letrinas sanitarias.

El Centro de Salud Gonzanamá brinda atención primaria de salud, control prenatal a través del Programa de Maternidad Gratuita del Ministerio de Salud Pública del Ecuador, servicios de prevención como inmunización y capacitación en educación para la salud; control sanitario; servicio de laboratorio y odontológico. Pacientes con afecciones más serias necesitan ir a las unidades de salud de Loja, Catamayo y Cariamanga. (PDYOT Cantonal de Gonzanamá 2014-2019)

#### Energía

La cobertura de energía eléctrica cubre en un porcentaje mayor al 95% a nivel de parroquia, siendo evidente que la mayor cantidad de este servicio, es suplido por la empresa pública, mientras que el 4% de la parroquia no tienen el servicio de energía eléctrica un índice bajo en comparación a las demás parroquias teniendo un déficit del 14% de la parroquia Changaimina, 13% de la parroquia Nambacola y Sacapalca, 10.5% de la parroquia Purunuma.

#### 6.2.5. Gobernanza de la Parroquia Gonzanamá

En cuanto a la gobernanza de la parroquia Gonzanamá siendo esta la cabecera cantonal se identifican los actores públicos, privados y sociedad civil en sus roles y poderes más relevantes, en el ámbito económico, sociocultural, político y económico productivo.

Cuadro N° 38: Autoridades y organizaciones establecidas en la cabecera cantonal

AUTORIDADES	NOMBRES Y APELLIDOS
Alcalde	Ing. Paulo Patricio Herrera Rojas
Vicealcalde	Dr. Calixto Carrión Chamba
Secretaria	Dra. Dolores Elizabeth Quito Cango
	Sr. Luis Ochoa Rodríguez
	Sra. Verónica Villavicencio
Concejales	Dr. Diego Fernando Arias
Concojaleo	Sra. Tania Maza Puzma
Jefe de Planificación	Ing. Galo Piedra García
Jefatura Política del Cantón	Sra. Cecilia Cueva Marín
Comisaría Nacional del Cantón	Ab. Danilo Salvador Camacho

Policía Nacional	Cabo primero Marcos Armijos
Notaria Primera del Cantón	Dr. Hugo Patricio Córdova
Registro de la Propiedad	Dra. Rocío Álvarez
Juzgado Octavo Multicompetente	Dr. Edgar Flores Criollo
Director de Obras públicas Municipales	Ing. Cesar Paul Torres Flores
Director Financiero	Delgado Loaiza Witan
Procurador Síndico	Dr. Marcelo Mogrovejo León
Unidad de Agua Potable	Ing. César Piedra
Unidad de Medio Ambiente	Ing. Walter Acaro
Unidad de Talento Humano	Ing. Manuel Agustín Herrera
Unidad Avalúos y Catastros	Lic. Manuel Acaro
Unidad de Recaudación	Lic. Narcisa Luna
Unidad Rentas	Ing. Joselito Bravo
Unidad de Contabilidad	Lic. Julia Moreno Naula
Tesorero Municipal	Econ. Diego Fabián Bravo Veintimilla
Unidad de Movilidad y Transporte TTSV	Ing. Byron Ortiz Veintimilla

Fuente: PDYOT Cantonal de Gonzanamá 2014-2019 Elaboración: Jhonny Chuquimarca Jaramillo

El GAD Municipal de Gonzanamá brinda la siguiente información una vez identificados los principales actores sociales, tomando en cuenta instituciones: públicas, privadas, empresas, organizaciones sociales, entidades religiosas y actores individuales.

Cuadro N° 39: Actores Sociales en Gonzanamá

GRUPO DE ACTORES SOCIALES	ACTOR	ROL/FUNCIONES	
	Banco Nacional de Fomento	Entidades Privadas	
	Centro Agrícola Cantonal de Gonzanamá	Organismos Públicos	
Económico	Cooperativa de Transportes de Carga "30 de Septiembre"	Entidades Privadas	
Productivo	Lácteos GONZANAMALAC	Entidades Privadas	
	Lácteos GONZANAMEÑITO	Entidades Privadas	
	Productor de animales menores	Entidades Privadas	
Sociocultural	Unión Nacional de Educadores de Gonzanamá	Organismos de gestión autónoma	
Sociocultural	Instituto Nacional de la Niñez y la Familia a nivel provincial	Organismos Públicos	

	Comisionado de la Defensoría del Pueblo en Loja	Organismos Públicos
	Cruz Roja de Gonzanamá	Organismos Públicos
	Sindicato Cantonal de Choferes Profesionales de Gonzanamá	Organismos de Gestión autónoma
	Asociación de Mujeres Gonzanameñas	Organismos de Gestión autónoma
	MIESS	Organismos Públicos
	EERSA Gonzanamá	Organismos Públicos
	Asociación de empleados Municipales de Gonzanamá	Organismos de Gestión autónoma
	Asociación Cantonal de Protección Integral y Familiar	Organismos de Gestión autónoma
	Asociación de personas con Discapacidad	Organismos de Gestión autónoma
	Centro de Día Alejandrina Palacios (adultos mayores)	Organismos de Gestión autónoma
	Fundación Casa Hogar de los Desamparados	Organismos de Gestión autónoma
	La Liga Cantonal	Organismos de Gestión autónoma
	Fundación Reina de Gonzanamá	Organismos de Gestión autónoma
	Fundación Centro de Protección del Adulto Mayor Caritas	Organismos de Gestión autónoma
	Asociación de Gonzanameños residentes en el extranjero	Organismos de Gestión autónoma
	Asociación de artesanas	Organismos de Gestión autónoma
	Junta Cívica Cantonal	Organismos Públicos
	Dirección provincial de Registro civil	Organismos Públicos
	Patronato de Amparo Social Municipal	Organismos Públicos
	Organización del Seguro Social Campesino	Organismos Públicos
	Área de Salud N° 11 Gonzanamá	Organismos Públicos
	Policía Comunitaria	Organismos Públicos
Ambiente	MAGAP	Organismos Públicos
	GAD Gonzanamá	Organismos Públicos
	Juntas Parroquiales	Organismos Públicos
Político Institucional	Consejo Cantonal de Planificación	Organismos público
Fuente: PDYOT Cantonal de 0	Tenencia Política	Organismos Públicos

Fuente: PDYOT Cantonal de Gonzanamá 2014-2019 Elaboración: Jhonny Chuquimarca Jaramillo

#### 6.2.6. Comunidad Receptora

La parroquia Gonzanamá posee una relación económica, productiva y de desarrollo de la población principalmente con las 4 parroquias rurales del cantón, asimismo, con las cabeceras cantonales de Calvas, Quilanga y Catamayo por donde se comunica también con el Cantón Loja.

La zona urbana se presenta como un nodo principal de influencia interno de la parroquia con el resto de sectores, a su vez que, se encuentra rodeado de más de 15 asentamientos dispersos en el área rural, los cuales convergen sus actividades en la cabecera parroquial.

En general se puede distinguir de manera clara que la actividad que más se realiza en la parroquia es aquella dedicada a la agricultura y ganadería en donde además la mayor fuerza laboral sigue siendo la del hombre sin embargo las mujeres tienen mayor incidencia en los grupos de ocupación en cuanto se refiere a Directores y Gerentes, Profesionales e Intelectuales, y Técnicos Profesionales.

En cuanto a mejorar el nivel de vida de la población y sus actores involucrados, el plan de ordenamiento territorial del Cantón Gonzanamá pone a manifiesto los siguientes proyectos referentes al Turismo y al sector agrícola y ganadero de la parroquia, en todos estos proyectos están involucradas solamente instituciones nacionales.

Cuadro N° 40: Proyectos a implementarse en la parroquia

INSTITUCIÓN	NOMBRE	PROYECTO	ACTIVIDAD
	MTOP, GAD- Gonzanamá	Asfaltado de las calles ciudad de Gonzanamá 5km y Nambacola 3km.	<ul> <li>Mejorar ornato de la ciudad</li> <li>Contratar personal capacitado.</li> </ul>
Nacional	BNF, MAGAP, Cooperativas de la localidad	Campaña de socialización de acceso y facilidad de crédito productivo para tecnificación	<ul> <li>Contratación de personal y material necesario.</li> <li>Identificación de actividades económicas vinculadas a</li> </ul>

	agrícola y ganadera.	agricultores y ganaderos • Capacitaciones
GAD- Gonzanamá, MAGAP, GPL	Implementación de sistema de riego tecnificado para la producción agrícola y ganadera	<ul> <li>Contratación de personal y equipo necesario</li> <li>Implementación del sistema de riego</li> </ul>
GAD- Gonzanamá, INPC	Programa de Rescate de la Identidad Cultural ancestral y actual de Gonzanamá.	<ul> <li>Realizar un estudio antropológico de Gonzanamá.</li> </ul>
GAD, MINTUR, INPC	Estudio de implementación de un plan estratégico de mercadotecnia para la promoción turística del patrimonio cultural inmueble, mueble, inmaterial, arqueológico y cultural a nivel cantonal	Realizar un plan estratégico para el sector turístico.
MAGAP, BNF, Cooperativas de la localidad	Capacitación en tecnificación y buenas prácticas agrícolas y ganaderas	<ul> <li>Capacitación por personal adecuado.</li> <li>Estudio de principales actividades económicas a nivel cantonal.</li> </ul>

Fuente: PDYOT Cantonal de Gonzanamá 2014-2019 Elaboración: Jhonny Chuquimarca Jaramillo

#### 6.2.7. Inventario de Atractivos Turísticos

Haciendo uso de la metodología para inventarios de atractivos turísticos del MINTUR, a continuación, se detalla un cuadro resumen general de todos los atractivos a nivel de la parroquia, y seguidamente se adjuntan las fichas de resumen de cada atractivo.

Cuadro N° 41: Resumen de Atractivos turísticos de la Parroquia Gonzanamá

NOMBRE DEL ATRACTIVO	CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO	JERARQUÍA
Artesanías de Gonzanamá	ATRACTIVO CULTURAL	ACERVO CULTURAL Y POPULAR	ARTESANIAS Y ARTE	I
Gastronomía Gonzanameña	ATRACTIVO CULTURAL	ACERVO CULTURAL Y POPULAR	GASTRONOMIA	I
Feria Agrícola, Ganadera y Artesanal	ATRACTIVO CULTURAL	ACERVO CULTURAL Y POPULAR	FERIAS Y MERCADOS	I
Santuario al Señor del Buen Suceso y de Nuestra Señora de El Carmen	ATRACTIVO CULTURAL	ARQUITECTURA	HISTÓRICA/VERNÁCULA	I
Fábrica de lácteos "GONZANAMÁ MMCC"	ATRACTIVO CULTURAL	REALIZACIONES TÉCNICAS Y CIENTÍFICAS	CENTROS INDUSTRIALES	1
Cerro Colambo	ATRACTIVO NATURAL	MONTAÑAS	BAJA MONTAÑA	I
Las cascadas y aguas sulfurosas del barrio La Banda	ATRACTIVO NATURAL	RIOS	CASCADA	I
Hacienda "El Toldo"	ATRACTIVO CULTURAL	REALIZACIONES TÉCNICAS Y CIENTÍFICAS	EXPLOTACIONES AGROPECUARIAS	I

Fuente: PDYOT Cantonal de Gonzanamá 2014-2019

Elaboración: Jhonny Chuquimarca Jaramillo

FICHA # 10: Artesanías de Gonzanamá

NOMBRE DEL ATRACTIVO:		JERARQUÍA:
ARTESANIAS DE GONZANAMÁ		
CATEGORÍA:	TIPO:	SUBTIPO:
Atractivo Cultural	Acervo Cultural y Popular	Artesanías y arte
PROVINCIA:	CANTÓN:	LOCALIDAD:
Loja	Gonzanamá	Gonzanamá

# Figura N° 15: Artesanías de Gonzanamá



#### Ubicación:

Los locales de artesanías se encuentran a lo largo del casco urbano de Gonzanamá

Latitud: -4.230394

Longitud: -79.436509

#### Características:

Las artesanías de Gonzanamá son consideradas tanto utilitarias como decorativas y es una forma de ganarse la vida y ayudar al sustento familiar.

Se elaboran bolsos, vestimenta para dama, ponchos; alforjas, hamacas y otra serie de artículos se fabrican de forma artesanal y con las propias manos de mujeres nativas de la zona, esta acción era común hace muchos años y, en la actualidad, prevalece el arte; estos tejidos algunas veces tienen un labrado en alto relieve y una gran variedad de dibujos como: flores, animales, símbolo, letras, que forman nombres y frases, líneas verticales u horizontales, etc. Las ventas de los tejidos en épocas de fiestas especialmente en el mes de marzo, son ventas muy buenas pero el resto del año sus ventas bajan debido a la poca concurrencia de personas al local.

Los materiales utilizados para la elaboración de estas artesanías son a base de hilo de algodón y seda; utilizan un elemento muy importante que es la PARIMA, que es un cincho de zuela que sirve para templar el telar, las artesanas se la colocan más debajo de la cintura.

#### Recomendaciones

Es recomendable llevar dinero para adquirir alguna artesanía y prestar atención a el proceso de elaboración.

#### Actividades Turísticas

- Visita a talleres artesanales
- Compra de artesanías
- Participación en talleres artesanales

Fuente: Observación directa

FICHA # 11: Gastronomía Gonzanameña

NOMBRE DEL ATRACTIVO:		JERARQUÍA:
Gastronomía Gonzanameña		
CATEGORÍA:	TEGORÍA: TIPO:	
Atractivo Cultural	Acervo Cultural y Popular	Gastronomía
PROVINCIA:	CANTÓN:	LOCALIDAD:
Loja	Gonzanamá	Gonzanamá

Figura N° 16: Gastronomía Gonzanameña



Se ubica en todo el conglomerado urbano.

Latitud: -4.230394

Longitud: -79.436509

#### Características:

La gastronomía gonzanameña está relacionada estrechamente con la idiosincrasia de sus habitantes y enmarcada en una tradición cultural que involucra hábitos alimentarios y costumbres familiares. En lo nutricional y gustativo y maneras de elaboración de los alimentos, que, sin lugar a dudas, constituyen la esencia misma de su afamado prestigio es notoria la proverbial destreza de la población local.

Los platos típicos del sector son pocos, pero de un extraordinario sabor y apropiados para satisfacer exigentes paladares. Entre los principales anotamos los siguientes: arveja con guineo, caldo de gallina, sango de maíz, tamales de carne, humas, repe blanco, longaniza, queso, bollos de cema, bizcochuelos; postres como: dulce de leche, dulce de guayaba, miel con quesillo, higos con miel y queso, empanadillas; bebidas: leche de tigre, diamantina, jugo de caña.

#### Recomendaciones

Se recomienda llevar dinero y degustar muy bien de la gastronomía de Gonzanamá.

#### **Actividades Turísticas**

Degustación de platos tradicionales.

Fuente: GAD Gonzanamá

FICHA # 12: Feria Agrícola, Ganadera y Artesanal

NOMBRE DEL ATRACTIVO:		JERARQUÍA:
FERIA AGRICOLA, GANADERA Y ARTESANAL		
CATEGORÍA:	TIPO:	SUBTIPO:
Atractivo Cultural	Acervo Cultural y Popular	Ferias y Mercados
PROVINCIA:	CANTÓN:	LOCALIDAD:
Loja	Gonzanamá	Gonzanamá

Figura N° 17: Feria Agrícola, Ganadera y Artesanal



La fiesta se celebra en la cabecera cantonal Gonzanamá a 300 metros a 5 minutos del conglomerado urbano Complejo Ferial de Gonzanamá.

**Latitud:** -4.227912

Longitud: -79439405

#### Características:

La Feria Agrícola, Ganadera y Artesanal, se celebra el último domingo de marzo en el cantón Gonzanamá con la presencia de autoridades seccionales y nacionales e invitados especiales, Asociación de Productores Ganaderos y la Asociación de Artesanas, se da inicio a la Feria Agrícola, Ganadera y Artesanal de Gonzanamá, hay eventos de concursos de ejemplares de diversas razas, categorías, edad y sexo; en este ámbito se destaca y resalta la presencia mayoritaria de ganadería lechera de raza: Holstein, Jersey Y Friesian y de carne: Cebú, Brown Swisa y criolla, al igual que reproductores y exposiciones artesanales y agrícolas y expuesto se seleccionan los triunfadores. Por la tarde se realiza la esperada Corrida de Toros, amenizado por cómicos taurinos y la degustación de la típica bebida Diamantina compuesto de alcohol, anís y otros ingredientes.

#### Recomendaciones

Se recomienda ir con ropa cómoda, utilizar bloqueador solar, llevar gorra; o en este caso una buena alternativa es llevar sombrero por el ambiente que se vive en el lugar; además llevar cámara fotográfica y dinero por si desea hacer compras en lo referente a artesanías y artículos agrícolas.

#### **Actividades Turísticas**

- Exposiciones eventuales
- Degustación de platos tradicionales
- Participación de la celebración
- Actividades vivenciales
- Fotografía
- Compra de artesanías
- Observación de ganado bovino y espectáculos taurinos

Fuente: GAD Gonzanamá

FICHA #13: Santuario ad Señor del Buen Suceso y de Nuestra Señora de el Carmen

NOMBRE DEL ATRACTIVO:		JERARQUÍA:
SANTUARIO AL SEÑOR DEL BUEN SUCESO Y DE NUESTRA SEÑORA DE EL CARMEN		I
CATEGORÍA:	TIPO:	SUBTIPO:
Atractivo Cultural	Arquitectura	Histórica/Vernácula
PROVINCIA:	CANTÓN:	LOCALIDAD:
Loja	Gonzanamá	Gonzanamá

Figura N° 18: Santuario del Buen Suceso y de Nuestra Señora de el Carmen



Se encuentra en la cabecera cantonal Gonzanamá a 35 km de Catamayo, ubicándose en las calles Quito y Loja.

**Latitud:** -4,230207

Longitud: -79.435747

#### Características:

El "Santuario del Señor del Buen Suceso y Nuestra Señora del Carmen" está compuesto por dos naves y un altar mayor en donde se venera la imagen del Señor del Buen Suceso que fue tallada por Diego de Robles en el siglo XVII y de la Virgen de la Piedra la cual fue encontrada en el barrio colca, tiene una fusión de varios estilos como el romántico y el gótico, destacándose los arcos apuntados. En la actualidad presenta una fachada de hormigón formada por dos torres paralelas y sostienen un antiguo reloj de cuatro esferas.

La celebración de la fiesta al Señor del Buen Suceso empieza anualmente desde el 18 de Agosto, ofreciendo actividades como juegos pirotécnicos, música popular, vacas locas y otras actividades.

#### Recomendaciones

Al momento de ingresar al templo hacerlo con respeto; así mismo no destruyendo nada tanto en su interior como en el exterior, llevar cámara fotográfica de preferencia tomar fotos sin flash a las imágenes de pinturas, el horario de visitas es de 07h00 a 19h00.

#### **Actividades Turísticas**

- Recorridos guiados y auto guiados
- Fotografía
- Participación de la celebración
- Exhibición de obras

Fuente: Observación Directa

FICHA # 14: Fábrica de lácteos "GONZANAMÁ MMCC"

NOMBRE DEL ATRACTIVO:		JERARQUÍA:
FABRICA DE LACTEOS " GONZANAMÁ MMCC"		I
CATEGORÍA: TIPO:		SUBTIPO:
Atractivo Cultural	Realizaciones técnicas y científicas	Centros Industriales
PROVINCIA:	CANTÓN:	LOCALIDAD:
Loja	Gonzanamá	Gonzanamá

Figura N° 19: Fábrica de Lácteos "GONZANAMÁ MMCC"



Se encuentran a tres cuadras del parque central de Gonzanamá

Latitud: -4.231106

Longitud: -79.433639

#### Características:

En esta fábrica se elabora quesos y yogurt natural para lo cual se utiliza varios litros de leche para su elaboración; por lo general se procede al ordeño de las vacas en la Hacienda del Señor Marcelo Martínez quien es también el dueño de la fábrica ubicada a la entrada del sendero al Cerro Colambo, tiene áreas como la del área de producción, área de tratamiento de agua, área de ventas, se entrega los productos a nivel cantonal y a ciertas partes de cantones vecinos como lo es Calvas y Quilanga.

#### Recomendaciones

Pedir la autorización necesaria para ver la observación de los productos, además llevar dinero por si desea hacer alguna compra.

#### **Actividades Turísticas**

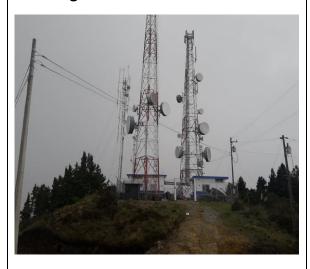
- Compras de productos lácteos
- Observación de la producción
- Degustación de los productos elaborados.
- Exposición de los productos en ferias y fiestas.

Fuente: Observación directa

FICHA # 15: Cerro Colambo

NOMBRE DEL ATRACTIVO:		JERARQUÍA:
Cerro Colambo		I
CATEGORÍA: TIPO:		SUBTIPO:
Atractivo Natural	Montañas	Baja montaña
PROVINCIA:	CANTÓN:	LOCALIDAD:
Loja	Gonzanamá	Gonzanamá

Figura N° 20: Cerro Colambo



Tiene una altitud de 3097 msnm y la distancia que hay entre Gonzanamá y el Cerro Colambo es de 7 km de distancia, en donde para llegar a la cima se recorre un sendero de 1h30 minutos.

Latitud: -4.233077

Longitud: -79.398339

#### Características:

El Cerro Colambo es una elevación mágica y de esplendorosa belleza, su nombre se debe al coloso Colambo, que tiene la figura de una Enorme Cabeza de Serpiente que alinea la ondulada rocosa de la cordillera de Sabanilla, en su cima se puede observar varios poblados como Malacatos y los cañaverales del Cantón Catamayo; existen senderos por donde se puede caminar y en épocas de verano se puede utilizar el automóvil para ascender hasta la cima en donde se encuentran instalado todo un sistema de comunicaciones incluidas antenas repetidoras de varios canales de radio y TV que se encuentran en la parte superior del cerro.

#### Recomendaciones

Se recomienda utilizar ropa abrigada y propicia para el campo, zapatos apropiados y botas de caucho en época de invierno, gorra, gafas, binoculares, llevar bebida hidratante, llevar cámara fotográfica, bloqueador solar.

#### **Actividades Turísticas**

- Cicloturismo
- Senderismo
- Cabalgata
- Observación de flora y fauna
- Caminata
- Fotografía

Fuente: Observación Directa

FICHA # 16: Cascada "La Banda"

NOMBRE DEL ATRACTIVO:		JERARQUÍA:
Cascada "La Banda"		
CATEGORÍA: TIPO:		SUBTIPO:
Atractivo Natural	Ríos	Cascada
PROVINCIA:	CANTÓN:	LOCALIDAD:
Loja	Gonzanamá	Gonzanamá

Figura N° 21: Cascada "La Banda"



Se encuentran en el Barrio La Banda a 3 km del centro urbano de Gonzanamá, para llegar a la cascada se recorre un sendero de 5 minutos.

Latitud: -4.220832

Longitud: -79.434218

#### Características:

La cascada de la quebrada la Banda es un lugar de ensueño con un remanso de agua fresca y cristalina, estas son caídas naturales de agua sobre rocas de gran tamaño se encuentra a 1.980 msnm, la caída tiene una altura de 10m y 5 de ancho, al llegar a tierra se forma una pequeña laguna que permite la recreación y baño de los visitantes. Su segunda caída es más profunda y de difícil acceso, tiene aproximadamente 7 m. de altura y 3 m. de ancho; además se complementa porque en el lugar hay un pequeño manantial de agua sulfurosa, es muy visitada especialmente en época de feriado y días de carnaval.

#### Recomendaciones

Se recomienda llevar ropa adecuada para campo, llevar traje de baño, repelente, utilizar bloqueador, llevar cámara fotográfica y es muy importante tener precaución cuando se visite la segunda caída de agua.

#### Actividades Turísticas

- Caminatas
- Observación de flora
- Fotografía
- Natación

Fuente: Observación Directa

FICHA # 17: Hacienda "El Toldo"

NOMBRE DEL ATRACTIVO:		JERARQUÍA:
Hacienda "El Toldo"		I
CATEGORÍA: TIPO:		SUBTIPO:
Atractivo Cultural	Realizaciones Técnicas y Científicas	Explotaciones Agropecuarias
PROVINCIA:	CANTÓN:	LOCALIDAD:
Loja	Gonzanamá	Gonzanamá

Figura N° 22: Hacienda "El Toldo"



La Finca El Toldo, está localizada en el Barrio El Toldo a setenta y ocho kilómetros en vía totalmente asfaltada y en buen estado desde la ciudad de Loja, cantón Gonzanamá, provincia de Loja a 2241 m.s.n.m.

Latitud: -4.207519

**Longitud:** -79.4273

#### Características:

La Hacienda cuenta con una extensión de 125 hectáreas aproximadamente, dedicadas a la producción agrícola y pecuaria en bajo proporción; el terreno de la finca es regular, con pequeñas pendientes; cuenta con una casa principal de una planta con 8 dormitorios, una sala, hall, y dos baños, además cuenta con una casa secundaria de dos plantas con dos cocinas, dos comedores, una zona de procesamiento de lácteos, una molienda, Glorieta, una urna con campanario, dos baterías higiénicas, zona para invernaderos de cultivos hidropónicos, tres galpones para crianza de cuyes, una sala de ordeño, corral para crianza de gallinas criollas, corral para crianza de patos, corral para crianza de cerdos, tres reservorios para riego y tilapia, piscina y una red de guardarrayas internas de la propiedad.

#### Recomendaciones

Se recomienda llevar ropa adecuada para campo, repelente, utilizar bloqueador, llevar cámara fotográfica.

#### **Actividades Turísticas**

- Agroturismo
- Senderismo
- Observación de flora y fauna
- Fotografía

Fuente: Observación Directa

#### 6.2.8. Resultados de la entrevista

Con el fin de recabar información sobre la situación turística actual, situación agrícola y ganadera y recopilar datos necesarios, se procedió a realizar la técnica de la entrevista a dos personas relacionadas con la actividad turística, entre ellas la presidenta del GAD Parroquial Nambacola y el Coordinador general del GADM-GONZANAMÁ; y a uno de los principales actores del estudio a realizarse como lo es el dueño de la Hacienda "El Toldo".

Primera pregunta: ¿Considera Ud. que la actividad agropecuaria de la parroquia Nambacola y parroquia Gonzanamá se lo debería promocionar como un atractivo turístico?, lo cual opinaron que la actividad agropecuaria si se la debería aprovechar ya que netamente el cantón Gonzanamá es un sector de producción agropecuario y ganadero; y que, por ende, las demás personas de otras partes deberían de conocer la manera en que trabaja su cantón y sus parroquias.

Segunda pregunta: ¿Considera Ud. importante que se establezca una ruta Agroturística para el desarrollo local de estas parroquias?, supieron mencionar que una ruta Agroturística traería mucho beneficio en las zonas por donde se podría establecer, generando un ingreso económico ya que turistas acudirían a utilizar este producto y así se generaría trabajo indirectamente ayudando al desarrollo local de las parroquias lo cual también ayudaría esto a nivel cantonal.

Tercera pregunta: ¿Cuál cree usted que serían los principales aportes que darían ustedes para la ruta Agroturística?, manifestaron que ellos podrían servir como intermediarios apoyando el producto agro turístico como apoyar con la difusión, promoción y logística del servicio, pero que todo esto depende mucho de las competencias de cada institución para que se pueda fortalecer la propuesta.

Cuarta pregunta: ¿Cree Ud. que la ruta traerá beneficios a las zonas vinculadas?, lo cual opinaron que esto sin duda traería beneficios económicos para el desarrollo local parroquial haciendo un buen uso de los

espacios implicados para que de tal manera no haiga temporalidad y los turistas acudan durante todo el año.

Quinta pregunta: En la actualidad ¿Cree usted que los organismos referentes al agro tienen un papel muy importante al momento de establecerse una ruta Agroturística? Supieron manifestar que para que se establezca una ruta de agroturismo, principalmente debe haber los servicios, tanto la producción agrícola como la pecuaria y que sin duda alguna los organismos en si juegan un papel muy importante y van de la mano ya que el apoyo que se les da a las personas dedicadas a esta actividad es bueno y, actualmente se están trabajando proyectos de reservorios y de riego para que sirvan de ayuda fundamental para aumentar la producción, es así que una vez haiga una buena producción se podrá dar a la vez una buena impresión al turista.

Sexta: ¿De qué manera piensa usted que se debería difundir la ruta Agroturística? , Manifestaron que se debería considerar una publicidad a escala, empezando a nivel parroquial, luego cantonal y provincial, dando una difusión acorde a la temática para fortalecer la propuesta; supieron manifestar que para la difusión se utilizaría trípticos, afiches, vallas publicitarias; y además recalcaron que en la actualidad los medios de comunicación como radio, televisión y redes sociales son muy importantes ya que tienen mucha acogida dentro de la sociedad, de esta manera se podrá hacer conocida la ruta incitando a las personas de otros lugares a que sean parte de esta experiencia.

#### 6.2.9. Matriz FODA

Cuadro N° 42: Matriz FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul> <li>A nivel cantonal Gonzanamá es un centro de distribución agrícola y ganadera.</li> <li>La población aún conserva la participación en las tareas, costumbres</li> </ul>	<ul> <li>Presencia de asociaciones que ayudan al sector agrícola y pecuario.</li> <li>Creación de fuentes de empleo para el desarrollo local de la comunidad</li> </ul>
y modos de vida de los habitantes del lugar.  Existencia de actores sociales, organizaciones civiles, presidentes barriales.  Gonzanamá se caracteriza por ser un lugar tranquilo.  Clima adecuado para	<ul> <li>Existe un proyecto de servicio de riego tecnificado que ayuda al sector agrícola y ganadero a nivel cantonal.</li> <li>Las parroquias poseen recursos turísticos tanto naturales como culturales.</li> </ul>
actividades agrícolas y pecuarias.  DEBILIDADES	<ul> <li>Existencia de ferias donde la comunidad puede vender sus productos.</li> <li>AMENAZAS</li> </ul>
<ul> <li>La señalización en cuanto a atractivos turísticos es muy deficiente la mayoría por falta de mantenimiento.</li> <li>Limitada infraestructura turística y personal técnico.</li> <li>Desinterés por parte de la población local en aprovechar los recursos agro turísticos que poseen.</li> <li>Carencia de promoción turística.</li> <li>Ausencia de apoyo institucional.</li> </ul>	<ul> <li>Falta de apoyo por los GADS parroquiales al creer que no está dentro su competencia actual el fomentar el turismo.</li> <li>Deterioro continúo de carreteras por las condiciones climáticas.</li> <li>Competencia de lugares cercanos con buena infraestructura turística como lo es Catamayo.</li> <li>Ausencia de capacitaciones técnicas por parte de instituciones públicas.</li> <li>Migración de pobladores por falta de empleo.</li> </ul>

Fuente: Trabajo de Campo
Elaboración: Jhonny Stalin Chuquimarca Jaramillo

## 6.2.10. Matriz de Estrategias FODA

## Cuadro N° 43: Matriz de Estrategias FODA

FACTORES EX	CTORES INTERNOS 2	FORTALEZAS-F  1. A nivel cantonal Gonzanamá es un centro de distribución agrícola y ganadera.  2. La población aún conserva la participación en las tareas, costumbres y modos de vida de los habitantes del lugar.  3. Existencia de actores sociales, organizaciones civiles, presidentes barriales.  4. Gonzanamá se caracteriza por ser un lugar tranquilo.  5. Clima adecuado para actividades agrícolas y pecuarias.	DEBILIDADES-D  1. La señalización en cuanto a atractivos turísticos es muy deficiente la mayoría por falta de mantenimiento.  2. Limitada infraestructura turística y personal técnico.  3. Desinterés por parte de la población local en aprovechar los recursos agro turísticos que poseen.  4. Carencia de promoción turística.  5. Ausencia de apoyo institucional.
OPORTUNIE	ADES-O	ESTRATEGIAS-FO	ESTRATEGIAS-DO
1. Presencia de asocia			
al sector agrícola y 2. Creación de fuentes			
desarrollo local de la			
3. Existe un proyecto		I. Realizar un inventario de atractivos turísticos para	1. Proponer el diseño de una ruta Agroturística para las
tecnificado que ayud y ganadero a nivel d		potencializar el turismo a nivel del cantón. (F1, O2, O4)	parroquias Nambacola y Gonzanamá. (O1, O4, D2, D3, D4)
4. Las parroquias	-	<ol> <li>Elaboración de estrategias de comercialización de la ruta Agroturística.(F1, F2,F5, O1, O4)</li> </ol>	D4)
turísticos tanto	naturales como	as ia raia rigistansisai(i 1, r 2,i 3, 3 1, 3 1,	
culturales. <b>5.</b> Existencia de f	erias donde la		
comunidad pued			
productos.			
AMENAZ	-	ESTRATEGIAS-FA	ESTRATEGIAS-DA
Falta de apoyo parroquiales al cree			
su competencia ac			
turismo.			
Deterioro continúo condiciones climático		I. Proponer a los organismos competentes realizar	1. Proponer el diseño de la señalética de atractivos turísticos
3. Competencia de lug		capacitaciones técnicas relacionadas a la actividad turística. (F1, F2, F3, A1, A3, A4)	por donde se va a integrar la ruta. (D1, D2,D4, A1, A3)
buena infraestructu	ra turística como lo	turiotion. (1 1, 1 2, 1 0, 711, 710, 714)	
es Catamayo. <b>4.</b> Ausencia de capa	ritaciones técnicas		
por parte de instituc			
5. Migración de pobla			
empleo  Fuente: Trabajo de Campo			

Fuente: Trabajo de Campo Elaboración: Jhonny Stalin Chuquimarca Jaramillo

# 6.3. Elaboración de la propuesta de la ruta de Agroturismo para las parroquias Nambacola y Gonzanamá del Cantón Gonzanamá, Provincia de Loja

#### 6.3.1. Justificación

En la presente propuesta se tomó en cuenta la actividad agropecuaria con la que cuenta el Cantón Gonzanamá, específicamente en las parroquias Nambacola y Gonzanamá; en la actualidad el turismo es una actividad generadora de ingresos que está tomando fuerza en sus diversas modalidades, el recorrer lugares con propuestas únicas y nuevas hacen que el turista genere un interés de visita, es por eso que mediante la ruta Agroturística de Gonzanamá se generará un nuevo producto vinculado hacia la comunidad receptora en donde se conozca las actividades productivas combinándolas con los sitios de interés turísticos que en la localidad hayan o que estén cercanos al destinos, de tal manera que se produzca un aprovechamiento de recursos que apoyen al desarrollo local.

Durante el recorrido se mostrará algunas de las actividades agrícolas y pecuarias a las que mayor se dedica la población como es la ganadería y sus derivados; así como también algunos de sus cultivos de ciclo corto como el maíz, caña de azúcar, café.

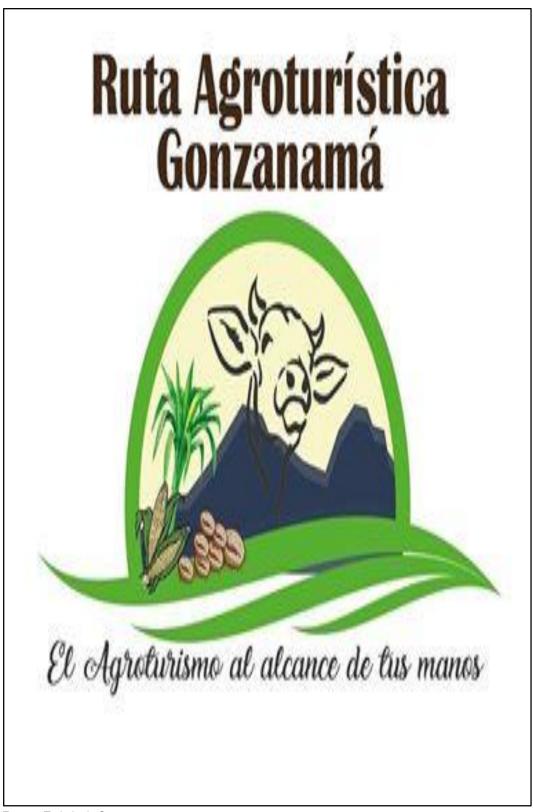
#### 6.3.2. Nombre de la ruta

Tema: Ruta Agroturística Gonzanamá

El nombre de la ruta hace referencia al cantón Gonzanamá, un lugar con atractivos naturales y culturales que conjuntamente con la producción agrícola y ganadera del lugar hacen que esta propuesta sea muy interesante para que se lleve a cabo a pesar de que esta solo recorra por dos parroquias, el nombre engloba a todo el Cantón para que luego en un proceso a futuro se puedan involucrar las demás parroquias con características agro turísticas que estas posean, como por ejemplo la apicultura en la parroquia Sacapalca.

#### 6.3.3. Elaboración de la marca

Figura N° 23: Marca



Fuente: Trabajo de Campo

Elaboración: Jhonny Stalin Chuquimarca Jaramillo

#### Slogan:

#### "El Agroturismo al alcance de tus manos"

#### Descripción de la marca:

En cuanto a la descripción de la marca primeramente se ha empleado un tipo de color base que es el verde que hace referencia a los paisajes que posee el cantón y a lo rica que es su producción agrícola, así como también hace referencia la calidad de sus tierras ya que estas son fértiles y propicias para los sembríos y la crianza de animales; se destaca la figura de una vaca que representa la actividad ganadera ya que mediante esto sacan diversos productos derivado de la crianza de estos animales como son los productos como el queso, yogurt, entre otros.

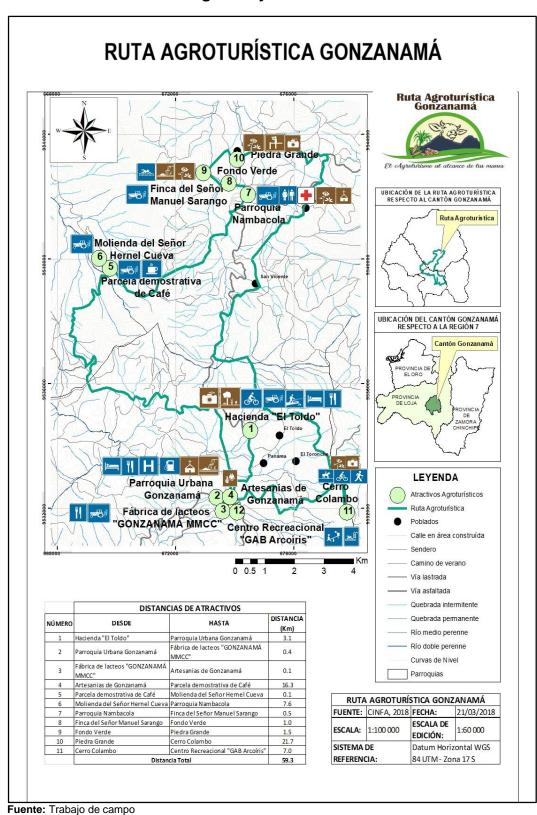
En la parte inferior de la marca se encuentra una hoja de planta, lo que representa la actividad agrícola que se genera en cada una de las parroquias; así mismo se encuentran las figuras de los granos de café, la caña de azúcar y la mazorca de maíz, ya que estos son los productos que más se cultivan a nivel del cantón.

En el fondo de la marca se puede observar dos elevaciones haciendo referencia a atractivos naturales característicos de cada parroquia como lo son el Cerro Colambo y Cerro Ingahurco en cuyas faldas se emplean actividades agrícolas y ganaderas.

Con la marca se da entender que en el cantón Gonzanamá y sus parroquias se engloban netamente y subsisten de la producción que estos lugares poseen, en este caso la agrícola-ganadera; esto mantiene la cultura y tradición a flote a pesar del tiempo; siendo así, que todas estas actividades son un factor importante al momento de combinarlas con una idea turística, dando paso a que se fomente la modalidad del agroturismo sirviendo como pilares para atraer y fomentar el turismo al sector.

#### 6.3.4. Mapa de la Ruta

Figura N° 24: Mapa de la Ruta Agroturística Gonzanamá "Producción Agrícola y Ganadera"



Elaboración: Jhonny Stalin Chuquimarca Jaramillo

6.3.5. Medios de transporte a utilizar

La forma de movilización será vehicular, se podrá combinar el uso de

bicicleta como por ejemplo en el Cerro Colambo observando los sembríos

y la vista panorámica de la ciudad, en este caso sería opcional; además se

tendrá que caminar pequeñas distancias para llegar y recorrer los

atractivos expuestos en la ruta Agroturística.

6.3.6. Tiempo y duración del recorrido

Los sectores que se consideraron para la integración de la ruta son: El

casco urbano de la ciudad de Gonzanamá, El Cerro Colambo, Barrio el

Toldo, La parroquia Nambacola, el Barrio Potrerillos, y el Barrio Piedra

Grande.

Inicio: Parroquia Urbana Gonzanamá (Hacienda el Toldo)

Fin: Centro Recreacional "GAB Arcoíris"

Duración: Dos días

Extensión de la ruta: 59.3 km

6.3.7. Servicios a incluir en la Ruta Agroturística

En cuanto a la determinación de los servicios que se va a brindar son:

transporte, hospedaje y alimentación por los dos días y una noche; así

mismo se brindará un guía para todo el recorrido y entrada gratuita a los

lugares.

103

### 6.3.8. Itinerario

### Cuadro N°44: Itinerario Ruta Agroturística

### Ruta Agroturística GONZANAMÁ

- Día 1: Parroquia Urbana Gonzanamá, Barrio El Toldo (Gonzanamá), Parroquia Rural Nambacola, Barrio Potrerillos (Parroquia Nambacola), Sector Piedra Grande (Parroquia Rural Nambacola).
- 06:30 Salida desde la ciudad de Loja
- **08:30** Llegada a la cabecera cantonal de Gonzanamá: Hospedaje y desayuno Hacienda "El Toldo"
- 09:30 Visita al casco urbano y charla de la ciudad
- **10:00** Visita a la fábrica de quesos "GONZANAMÁ MMCC". (Observación de la elaboración de productos derivados de la leche).
- 11:00 Visita a las artesanías de Gonzanamá.
- **12:00** Visita a la panadería de la Familia Martínez. (Observación de la elaboración de los Bizcochuelos y bollos de cema)
- **12:30** Almuerzo Típico del lugar en el Restaurante "Ahitanas".
- 13:30 Traslado al Barrio Potrerillos de la Parroquia Nambacola.
- **14:00** Visita al Señor José Jiménez Aguirre (Parcela demostrativa de café, cultivo de caña de azúcar y maíz)
- **15:00** Visita al Señor Hernel Cueva (Observación y preparación de bocadillos y alfajores)
- 16:30 Traslado a la Parroquia Nambacola
- **17:00** Llegada a la Finca del señor Manuel Sarango-Charla sobre la parroquia, visita a los atractivos Fondo Verde (Opción a bañarse en los atractivos o en Baños de cajón)
- **18:30** Visita al Sector Piedra Grande (Vista panorámica de los cultivos de la zona, fotografía)
- 19:30 Regreso a la Hacienda el Toldo (Gonzanamá)
- 20:00 Cena en el lugar

# Día 2: Barrio El Toldo(Gonzanamá), Cerro Colambo, Centro Recreacional "GAB Arcoíris"

- 05:30 Participación del ordeño en la Hacienda el Toldo(Opcional)
- 08:00 Desayuno Típico
- 09:00 Visita a la piscina de crianza de trucha
- 09:30 Visita a los establos de la Hacienda y huerto familiar
- 10:00 Visita a la molienda familiar de la hacienda
- 10:30 Visita a los criaderos de aves de corral y cuyes (Crianza y Alimentación)
- 11:00 Visita a los sembríos de cebada, avena, maíz, caña de azúcar
- **11:35** Visita a las dos represas de riego, represa de agua lluvia y laguna de crianza de tilapia (Explicación del sistema de riego empleado para los cultivos y pastizales)
- 12:15 Visita a las bodegas de alimento para los animales (Explicación del silo)
- 12:30 Almuerzo típico en la Hacienda
- 13:15 Traslado al Cerro Colambo
- 13:45 Vista panorámica de la ciudad de Gonzanamá y cultivos a las faldas del Cerro
- 15:15 Traslado al Centro Recreacional "GAB Arcoíris"
- 15:25 Tarde de Esparcimiento y diversión
- 17:30 Fin de los servicios y retorno a la ciudad de Loja.

### Incluye.

- El Alojamiento especificado en el Itinerario.
- Botella de agua diaria.
- Transporte todo el recorrido.
- Alimentación especificada en el Itinerario.
- Recuerdo de la Ruta

### No Incluye.

- Alimentos ni bebidas no especificadas en el itinerario.
- Productos tomados sin previa autorización ni especificados en el itinerario

#### Se debe llevar:

- · Ropa adecuada y cómoda para el viaje y las caminatas
- Zapatos deportivos
- Gorra y protector solar.
- · Repelente contra insectos
- Cámara fotográfica o filmadora (opcional)
- · Botas de caucho(opcional)
- Ropa de baño (opcional)

#### Recomendaciones:

- Puntualidad a la hora de manejar el itinerario establecido.
- Llevar ropa tanto para el frio o para el calor por el clima cambiante que el cantón posee.
- Respetar los diversos lugares a visitar y a las personas involucradas en la ruta.
- No arrojar desperdicios de ningún tipo en los lugares.
- No tomar productos sin autorización previa de los dueños de las haciendas o fincas.

Fuente: Trabajo de Campo

Elaboración: Jhonny Stalin Chuquimarca Jaramillo

### 6.3.9. Guion Turístico

### Cuadro N°45: Guion de la Ruta Agroturística

#### Guion Ruta Agroturística Gonzanamá

Buenos días Bienvenidos al cantón Gonzanamá, específicamente en su cabecera cantonal. Mi nombre es Jhonny Chuquimarca y en estos dos días de la ruta Agroturística seré su guía acompañante, ruta denominada "Gonzanamá" ya que integra dos parroquias muy productivas del cantón que son Nambacola y Gonzanamá, si existe cualquier duda o pregunta que tengan me la hacen saber para despejar cualquiera de sus inquietudes.

Como recomendaciones antes de iniciar es no alejarse del grupo para escuchar y aprender de las personas involucradas en esta ruta, respetar los senderos en las haciendas o fincas, así mismo los atractivos turísticos a visitar; además si desean adquirir algún producto avisar a mi persona o al propietario.

A esta ruta la recorreremos en vehículo combinándola con pequeñas caminatas durante el transcurso del itinerario.

El Cantón Gonzanamá es uno de los 16 cantones de la Provincia de Loja, está integrado por 5 parroquias; una urbana que es la parroquia Gonzanamá y 4 parroquias rurales que son Nambacola, Purunúma, Sacapalca y Changaimina. Este cantón limita al Norte con Catamayo, al Sur con Quilanga, al Este con Loja y Catamayo; y al Oeste con Calvas y Paltas.

El clima de este cantón va desde el tropical, en los valles de Sacapalca, Nambacola y Changaimina, hasta el templado, en las mesetas y el frío en las estribaciones y montañas de Purunúma y Gonzanamá; el clima de esta parte de la Provincia de Loja es muy agradable para propios y extraños pudiéndose comparar con el clima de Vilcabamba o porque no, mejor que esté; además de contar con dos estaciones bien definidas que son el invierno y verano.

Gonzanamá se asienta en las faldas del majestuoso Colambo, elevación mágica y de esplendorosa belleza a 3100 msnm, y que más adelante en el transcurso de la ruta hablaremos más de este hermoso atractivo natural; etimológicamente Gonzanamá está formado por los elementos: KUN-TZA-GNA-MA, pertenecientes a las lengua aborígenes: KUN-dios de la aguas, TZA-fuerte, duro, rígido; GNA-inflexión del verbo ser; MA-primero, origen, principio, proposiciones; lo que significaría "Lugar Predilecto Para El Dios De Las Aguas", definición que da a entender la existencia de pequeñas lagunas hace mucho tiempo atrás lo que le ha permitido al cantón ser un sector exclusivo para el desarrollo agrícola y ganadero, potencial económico del cantón.

El Cantón Gonzanamá es considerado como la Capital Agrícola, Ganadera y Artesanal de la provincia de Loja, debido a su alta producción agrícola y ganadera ya que su tierra es altamente productiva por lo que se puede apreciar unos paisajes maravillosos en cuanto valles, mesetas, lomas, cañadas y planicies que convergen en cumbres y montañas, siendo lugares propicios para la producción ganadera ofreciendo variedad de productos lácteos a gran parte de la provincia de Loja, Gonzanamá es artesanal ya que las artesanas del lugar confeccionan productos en base de lana y seda de alta calidad los que son comercializados a nivel nacional por su diversidad de diseños.

En estos momentos nos encontramos en la Hacienda el Toldo ubicada en el barrio del mismo nombre, es una hacienda con estilos colonial y contemporáneo; se encuentra alrededor de los 200 msnm a tan solo 5km de la cabecera cantonal; y es justamente a donde a continuación nos dirigiremos para que luego en el transcurso de la ruta les hablaremos más sobre la Hacienda y a las actividades que se dedican.

Nos encontramos en la cabecera cantonal Gonzanamá, su extensión como parroquia es de 72.59 km2, y a pesar de ser cabecera cantonal es la parroquia con menos población de todas, cuenta con 16 barrios entre ellos urbanos, suburbanos y rurales; aquí se podremos observar el parque central, el majestuoso cerro Colambo, el Santuario al Señor del Buen Suceso y Nuestra señora del Carmen, llamado así porque se venera a la imagen del Señor del Buen Suceso tallada por Diego de Robles en el siglo XVII y en donde además se venera a la Virgen de la piedra hallada en el barrio Colca; en el transcurso del tiempo visitaremos la fábrica de lácteos, las artesanías de Gonzanamá y disfrutaremos de la gastronomía del lugar.

Ahora nos encontramos en la fábrica de Lácteos "GONZANAMÁ MMCC" cuyo dueño es el Ing. Marcelo Martínez y cuyo equipo técnico les dará la debida explicación de cómo empieza el proceso de la elaboración de productos mediante el principal elemento que es la leche, si desean después de la debida observación y explicación pueden realizar compras de los diferentes productos que se elaboran aquí.

Como siguiente punto nos dirigiremos a visitar a las artesanas de Gonzanamá en donde podrán ver las distintas artesanías que elaboran a base de lana y seda que elaboran y que se siguen manteniendo de generación en generación, podrán ser partícipes de cómo se realizan estos productos dándoles la explicación debida por parte de ellas; así mismo, si desean pueden adquirir algún producto de su preferencia.

A continuación, nos dirigiremos a la panadería de la Familia Martínez, lugar que cuenta ya con muchos años brindando los mejores bizcochuelos y bollos de cema a los distintos visitantes que acuden al lugar, aquí se les dirá la preparación de los mismos y podrán probar estas delicias que hacen de Gonzanamá un lugar rico en gastronomía, para luego posteriormente ir al almuerzo al Restaurante "Ahitanas" donde se podrá degustar de platos típicos del lugar.

Ahora, nos dirigiremos al barrio potrerillos por la vía que conduce a la parroquia Sacapalca, este barrio se caracteriza por la masividad del cultivo de la caña de azúcar para la preparación de panela, miel, bocadillos, alfeñiques, entre otros derivados de este producto.

Nos encontramos en la Finca del Señor José Jiménez ganador del segundo lugar de la taza dorada del café 2017, la parcela demostrativa que hay en este sector es de una hectárea, es un café de alta calidad por un buen manejo y buen cuidado que se tiene del mismo, además cuenta con tres piscinas pequeñas de crianza de tilapia y posee cultivos de maíz, guineo, yuca; los dejo con el Señor José Jiménez para que les explique sobre la parcela de café y el proceso de dicho producto.

A continuación, visitaremos al señor Hernel Cueva, un agricultor que se dedica a la siempre de la caña de azúcar y uno de las personas que mayor saca a la venta sus productos a la cabecera cantonal como lo son los bocadillos, alfeñiques, panela, miel, entre otros.

Ahora nos trasladaremos a la Parroquia Nambacola, su nombre proviene de un término quechua compuesto por los vocablos: **NAMBA** (Elevaciones, montes, cerros) y **COLA** (Sector donde termina la columna vertebral); de ahí, que el término Nambacola significa **Pueblo asentado en la cola de los montes**; aunque, hay otras personas que aseguran que Nambacola significa **Pampa larga del águila.** 

Se estima que Nambacola mucho tiempo atrás, fue un sector deshabitado de difícil acceso, de exuberante vegetación y escasa vida animal. Se cree que los Nambacolas pertenecieron a la gran confederación de los Paltas, indios aguerridos, defensores de sus territorios. Esta confirmación se la hace en el sentido en que parte de las tribus Paltas, huyeron inconformes con las múltiples obligaciones impuestas por los invasores del sur. Temerosos del castigo cruzaron el gran río de sus tierras bajas "El Catamayo- y se infiltraron en las tierras ocultas por la agreste vegetación, donde se asentaron hasta en lo que ahora es ahora la población de Nambacola; ahora nos trasladaremos al atractivo natural Fondo Verde que nace de Quebrada Grande, una quebrada que tiene su naciente en el sitio Colca y queda a kilómetro y medio; además pasaremos por la finca del señor Manuel Sarango personaje ilustre de la parroquia quien nos contará más sobre la parroquia Nambacola; tendrán la opción de bañarse en el atractivo turístico o utilizar los baños de cajón que posee la finca.

Bien para finalizar este primer día regresaremos a la Hacienda el Toldo para la respectiva cena y descanso, se recomienda ir a descansar pronto para aquellos que desean ver el proceso y participar del ordeño de las vacas.

Buenos días con todos, en este segundo día observaremos y aprenderemos de actividades dentro dela Hacienda; algunos ya tuvieron la opción de ver el proceso y participar en el ordeño, sin embargo, nos queda muchas cosas de ser partícipes.

Bien luego del presente desayuno visitaremos la piscina de crianza de truchas en donde algunos de ustedes tendrán la opción de pescar para posteriormente ser preparada en la hora del almuerzo, seguidamente visitaremos el establo de la hacienda llamada "Los vergeles" en donde se tiene a los terneros y vaconas recién nacidos, aquí también se encuentra las nuevas máquinas de ordeño en donde se les explicara la forma en que funcionan para sacar y procesar la leche, a lado de este establo se encuentra el huerto familiar de la hacienda en donde poseen cultivos de guineo, café, plátano, culantro, plantas aromáticas y ornamentales, y árboles frutales de mandarina, limón, limón dulce, lima y naranja.

A continuación, nos dirigiremos a la molienda familiar de la hacienda en donde se utiliza un motor para moler y se explicará los utensilios que se utilizan y la forma en que sacan los productos derivados de la caña de azúcar como la panela, miel y el guarapo.

Muy bien, ahora nos encontramos en el criadero de aves de corral, la primera parte se divide en dos secciones en donde se encuentran las gallinas de postura habiendo en una sección 30 gallinas y un gallo y en la otra sección la misma cantidad; esto se debe a que según el acervo popular cada gallo puede empollar hasta un máximo de 30 gallinas dando un total de 60 gallinas de postura y dos gallos padrones; en la otra parte del criadero se encuentran los patos habiendo una cantidad de 24 de estos animales entre hembras y caries, a la mayoría de estas aves se las vende a las personas que deseen y poco se las utiliza para alimentación propia dentro de la hacienda.

En esta zona que nos dirigiremos se encuentra el criadero de cuyes contando con un total de 160 de estos ejemplares habiendo 25 caries y 135 hembras, para la crianza de estos animales se toma en cuenta un ciclo productivo que va desde reproducción, lactancia, recría y engordo, la limpieza se la realiza semanalmente y en la hacienda se la utiliza como alimentación propia, para vender y para deleite de los visitantes; además se comenzó a implementar la crianza de conejos con 4 hembras y un carie.

A continuación, nos dirigiremos a los sembríos de cebada, avena, maíz y caña de azúcar, todos son sembríos de ciclo corto y algunos de estos se utiliza para el forraje de los animales; se explicará el proceso de siembra y cosecha, adicionalmente nos dirigiremos a un punto de observación en donde se tiene una vista panorámica de los sembríos mencionados y una parte de la cabecera cantonal de Gonzanamá.

Continuando con el recorrido visitaremos las dos represas de riego que posee la Hacienda y una represa de riego de agua lluvia todas estas con el sistema de riego empleado para los cultivos y pastizales con un diámetro de alcancé de 800 mm a la redonda, se explicara cómo funcionan en beneficio de la productividad de la Hacienda, adicionalmente se encuentra una piscina de crianza de tilapia en donde se las podrá alimentar y también algunos de ustedes podrán pescar para ser preparadas posteriormente para el almuerzo; además podremos ver el ganado de marca Holstein de la Hacienda caracterizado por ser una de las razas que más producen leche a nivel mundial.

A continuación, retornaremos a la parte baja de la Hacienda cerca de la casa principal para poder ir a las bodegas donde se guarda el alimento de los animales como el maíz, cebada y avena; además conoceremos que es el silo y como se almacena para beneficio del ganado en época de verano, aquí además podremos observar una picadora de yerba antigua y un molino de maíz industrial que sirven de ayuda para la alimentación de los animales.

Una vez almorzado y haciendo el respectivo check out de la Hacienda, nos dirigiremos al Cerro Colambo, este se encuentra a una altura de 3097 m.s.n.m., es una elevación mágica y de esplendorosa belleza, su nombre se debe al coloso Colambo, que tiene la figura de una Enorme Cabeza de Serpiente que alinea la ondulada rocosa de la cordillera de Sabanilla, en su cima se puede observar varios poblados como Malacatos y los cañaverales del Cantón Catamayo; existen muchos senderos por donde se puede caminar y hacer ciclo ruta en su cima se encuentran instalado todo un sistema de comunicaciones incluidas antenas repetidoras de varios canales de radio y TV que se encuentran en la parte superior del cerro.

Ahora, nos dirigiremos al centro recreacional GAB Arcoíris para pasar una tarde diversión, este centro cuenta con una cancha deportiva de boli, piscina y bar.

Bueno hemos concluido la Ruta ha sido un gusto en lo personal haber estado con ustedes como su guía, esperamos que la hayan pasado de los más ameno con nosotros de nuestra parte les agradecemos su presencia y colaboración.

### GRACIAS

Fuente: Trabajo de Campo

Elaboración: Jhonny Stalin Chuquimarca Jaramillo

### 6.3.10. Descripción de las actividades

Las actividades que se van a realizar dentro de la ruta Agroturística constan de visitas a fincas o haciendas enfocadas en dar un producto característico de ellos; así mismo constarán actividades como el disfrutar de la gastronomía del lugar, visitar las artesanías, la observación de flora, conocer algunos de los atractivos naturales y culturales que poseen las parroquias, realizar pequeñas caminatas para acceder a los atractivos y poder hacer fotografía desde unos hermosos parajes.

Cuadro N° 46: Atractivos y Actividades de la Ruta Agroturística

Atractivos	Actividades
Parroquia urbana Gonzanamá	En la cabecera cantonal se podrá visitar las artesanías del lugar; así como de disfrutar su exquisita gastronomía, visitar la iglesia y tomar fotografías de las vivencias que se tendrá.
Hacienda "El Toldo"	La hacienda es muy rica en cuanto al agro, cuenta con hermosos senderos, se podrá obtener una vista genial de Gonzanamá desde su mirador; además de tomar hermosas fotografías mientras se observa la flora del lugar. Podremos visitar el criadero de tilapias, el ganado vacuno que posee la hacienda de diferentes razas; además de la crianza de ves, cerdos, cuyes y conejos.
Fábrica de Quesos "Gonzanamá MMCC"	En esta fábrica podremos visitar y observar la preparación de productos elaborados de la leche como el queso, yogurt, manjares.
Finca Señor José Jiménez	Se puede hacer agroturismo, ya que en esta finca hay cultivos de maíz, y lo que destaca es el café ya que es una parcela demostrativa de alta calidad.
Finca Señor	Se puede hacer agroturismo en lo referente a la caña de azúcar ya que se preparan
Hernel Cueva	productos en base a esto como panela, alfeñiques, bocadillos, miel.
Piedra Grande	En este sector se puede hacer una caminata hasta acceder a su mirador ya que se puede obtener una hermosa vista panorámica del lugar, así como hacer fotografía.
Finca Señor Manuel Sarango	Se puede realizar agroturismo ya que hay sembríos de maíz, café, hay árboles frutales y se puede hacer una activad complementaria como los baños de cajón con la debida exfoliación relajante. Agroturismo: Cultivos de maíz, café, árboles frutales.
Quebrada Fondo Verde	Se puede bañar y nadar en esta quebrada natural rodeado de la vegetación.
Cerro Colambo	Lugar propicio para hacer ciclo ruta y ver los diversos sembríos que se dan en sus faldas; se podrá tener una vista increíble de la ciudad; se puede realizar senderismo, cabalgata, excursiones, observación de la flora del lugar, así como tomar fotografías de aves y de los hermosos parajes de este sitio.
Centro Recreacional "GAB Arcoíris"	En este centro dedicado a la recreación se puede hacer uso de sus instalaciones como la piscina y sus canchas para una excelente tarde de entretenimiento.
Fuente: Trabajo do C	

#### 6.3.11. Gastos de operación

Cuadro N° 47: Gastos de Operación

Rubro	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Costos por 20 (pax)+guía			
Transporte	20	13,75	275,00
A	LIMENTACIÓN		
Desayuno	42	3,00	126
Almuerzo	42	2,50	105
Cena	21	3,00	63
HOSPEDAJE	21	15,00	315
ENTRADA	21	3,00	63
RECUERDO	20	2,00	40
BOTELLA DE AGUA	42	0,35	14,7
GUIA	2	50,00	100
SUBTOTAL			1101,70
Imprevisto 5%			55,085
SUBTOTAL			1156,79
Ganacia 20%			231,36
TOTAL GRUPO			1388
COSTO POR PAX	20		69

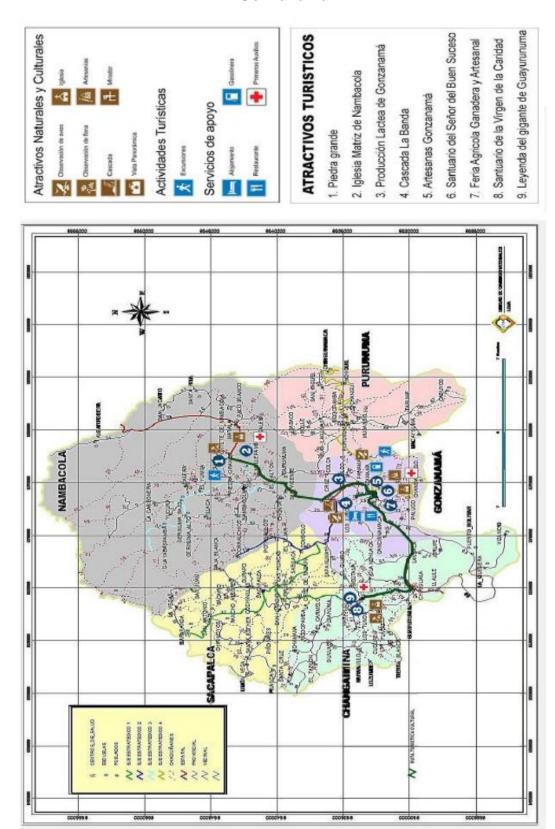
Fuente: Trabajo de Campo Elaboración: Jhonny Stalin Chuquimarca Jaramillo

#### 6.3.12. **Rutas Alternas**

Las rutas alternas son muy importantes para conocer otras modalidades de turismo referentes a un lugar, dentro del cantón Gonzanamá se podría tomar una ruta propuesta por el Señor Alex Eduardo Tapia Chamba en el año 2016 denominada "Ruta Turística Cultural del cantón Gonzanamá, Provincia de Loja".

Esta ruta busca impulsar al cantón Gonzanamá turísticamente ya que cuenta con atractivos culturales de gran importancia a nivel local y provincial, está ruta está enfocada a nivel cantonal en donde incluyen atractivos de todas las parroquias, razón por la cual es una buena alternativa de conocer el cantón y la productividad que posee cada parroquia haciéndolas distintivas una de otra.

Figura N° 25: Mapa de Ruta Alterna Turística Cultural del cantón Gonzanamá



Fuente: Tesis "Ruta Turística Cultural del Cantón Gonzanamá (Autor: Alex Eduardo Tapia Chamba,2016) Elaboración: Jhonny Stalin Chuquimarca Jaramillo

#### 6.3.13. Señalética

# FICHA N° 1: PANEL INFORMATIVO DE ATRACTIVOS HACIENDA "EL TOLDO"

SISTEMA DE SEÑALETICA TURISTICA		
TIPO DE SEÑAL:  FUNCION:  Servirá para dar la bienvenida e indicar los		COORDENADAS: Latitud: 4°12'26" S Longitud: 79°25'47"W  ACIÓN: nicio de la entrada de
servicios que posee la Hacienda.		km de la cabecera
MATERIALES: SUSTRATO: El sustrato sobre el cual se trabajará la señal está constituido por segmentos de madera de teca lijada y tratada con al menos dos manos de aceite de teca de 40 mm. de espesor.  PLINTOS: Serán cubos de hormigón ciclópeo de dimensiones 400 mm. x 400 mm. y 900 mm. de profundidad, serán fundidos en sitio una vez que se hayan nivelado los parantes.  PANTALLAS: Será elaborada con tablones de madera teca conformada por segmentos de 80mm x 40mm unida al sustrato (madera de soporte lijada que forma 1 solo tablero) mediante tirafondos de 2,5 pulgadas.  PARANTES: Los postes en donde se van a colocar las pantallas, serán compuestas por dos troncos rollizos de eucalipto inmunizado de al menos 120 mm. de diámetro en su parte más delgada.  CUBIERTA: La estructura cubierta estará conformada 2 triángulos, cada uno de estos estará formado por segmentos de madera teca y tendrán las siguientes medidas: 80 mm. x 40 mm. x 830 mm., los cuales tendrán la forma de las caídas del techo a construirse.  TECHO: Se conformará dependiendo de la zona geográfica en la cual será instalado y estará conformado por duelas de madera inmunizada, una sobre otra.		ENVENIDOS  Agroturistica  "El Toldo"
MANTENIMIENTO: Se deberá revisar la señalética en un periodo conveniente de un año, por caso de deterioro de la misma o vandalismo; así mismo el fabricante deberá brindar garantía del trabajo realizado.	COSTO:	90,00
OBSERVACION:		

La señalética propuesta está basada en el Manual de Señalética del Ministerio de Turismo.

# Diseño y Propuesta de Señalética Situación Actual



Propuesta de la Señalética



FICHA N° 2: SEÑALETICA INFORMATIVA DE SERVICIO DE APOYO DENTRO DE LA HACIENDA "EL TOLDO"

SISTEMA DE SE	NALETICA TURISTIC	CA
TIPO DE SEÑAL:	Informativa servicio	COORDENADAS:
	de apoyo basurero.	Latitud: 4°12'21" S
	' '	Longitud: 79°25'35"
		W
FUNCION:	UBICA	CIÓN:
Servir de contenedor para los desechos de	Se ubicará a 100 r	netros de distancia,
los visitantes.		casa principal de la
	Hacienda.	• •
MATERIALES:		
Sustrato: El elemento sobre el que se		
adherirá el material retrorreflectivo, está	60 cr	**
constituido por láminas de aluminio liso		<u>"</u>
anodizado de 2 mm.		т т
Medida: 600 mm. x 600 mm.		
		Abertaleur
Plintos: Tendrán las siguientes		60 cm
dimensiones: largo 300mm., ancho	137	
300mm.y profundidad 500 mm.; estas	9	
especificaciones dependerán de la		
capacidad portante del suelo.	T	
Pantallas: Tendrá 2 componentes: La		
estructura, fabricada en tubos de acero		
de 1" x 1,5 mm. La pantalla usará como		
sustrato láminas de aluminio liso		
anodizado de 2mm.; éstas pantallas se	220 cm	
sujetarán a los postes mediante acoples y		
pernos de carrocería galvanizados de al menos 2" x ½".		
ITIETIOS Z X /2 .		
Postes o Parantes: Para el pictograma		
se usa un solo tubo galvanizado de 50,8		
mm. x 50,8 mm. (2" x 2") x 2mm.de		
espesor y 3300mm.delargo.		
Deberán dejar una altura libre entre el	1	_
suelo con la parte baja de la señal de		
2200 mm.		
		-
Fondo: El fondo será una composición de		
material retrorreflectivo prismático, que		
cumplirá los niveles de retrorreflectividad		
tipo XI o tipo IV(de acuerdo a la		
información de zonas pluviosas)		
MANTENIMIENTO: Se deberá revisar la	COSTO:	
señalética en un periodo conveniente de		
un año, por caso de deterioro de la misma	\$13	5,00
o vandalismo; así mismo el fabricante		
deberá brindar garantía del trabajo		
realizado.		
OBSERVACION:		
La señalética propuesta está basada en el l	Manual de Señalética d	del Ministerio de

# Diseño y Propuesta de Señalética Situación Actual



Propuesta de la Señalética



## FICHA N° 3: SEÑAL INFORMATIVA DE ACTIVIDAD DENTRO DE LA HACIENDA "EL TOLDO"

SISTEMA DE SE	NALETICA TURISTICA	4
TIPO DE SEÑAL:	Información Mirador	COORDENADAS
FUNCION:	UBICAC	: Latitud: 4°12'28" S Longitud: 79°25'38" W
El letrero indica la actividad que se puede	Estará ubicada por la	parte derecha en la
hacer realizar en el sitio	entrada a la casa princ	ipal de la hacienda
MATERIALES: Sustrato: El elemento será de una medida de2400 mm. x 600 mm. sobre el que se adherirá el material retroreflectivo, está constituido por láminas de aluminio liso anodizado de 2mm. de espesor. Plintos: Serán cubos de hormigón de 180 kg/cm2 fundidos en sitio, los que servirán además de soportar la estructura de la señal para nivelar la misma, tendrán las siguientes dimensiones: Para soporte de señales de aproximación y vallas informativas de destinos 300 mm x 300 mm x 1000 mm. Postes o parantes: Para la señal turística de aproximación se usa dos tubos galvanizados de 50,8 mm. x 50,8 mm. (2" x 2") x 2 mm., de espesor de 3800 mm. de longitud, deberá dejar una altura libre bajo la señal de 2200 mm. Pantalla: Para las pantallas de las señales de aproximación y vallas informativas de destinos Tendrán 2 componentes: La estructura, fabricada en tubo cuadrado de 50,8mmx 1,5 mm (2" x 1,5 mm), sus uniones serán soldadas mediante suelda eléctrica; ésta estructura estará conformada por un marco y diagonales de refuerzo del mismo tubo y será tratada mediante laca automotriz al menos 2 manos.	2400 mm	Amigo del alma"
MANTENIMIENTO: Se deberá revisar la	COSTO:	
señalética en un periodo conveniente de un año, por caso de deterioro de la misma o vandalismo; así mismo el fabricante deberá brindar garantía del trabajo realizado.	\$280,	00
OBSERVACION:		

Turismo.

Fuente: Trabajo de Campo Elaboración: Jhonny Stalin Chuquimarca Jaramillo

La señalética propuesta está basada en el Manual de Señalética del Ministerio de

# Diseño y Propuesta de Señalética Situación Actual



Propuesta de la Señalética



# FICHA N° 4: TÓTEM INFORMATIVO TURÍSTICO GONZANAMÁ

SISTEMA DE	SEÑALETICA TURISTICA
TIPO DE SEÑAL:	Tótem Turístico COORDENADAS:
	Cabecera Cantonal Latitud: 4°13'49" S
	Gonzanamá Longitud: 79°26'9" W
FUNCION:	UBICACIÓN:
Brindar información al turista de los	Estará ubicada en el parque central de la
servicios de apoyo y turísticos que	cabecera cantonal Gonzanamá.
posee un lugar.	
MATERIALES:	
Sustrato: Se establecerá de un panel	
luminoso compuesto por dos placas de	1200 mm
vinil flexible traslúcido y vinilos	T Buta Agretariolica
autoadhesivos, sujetados a los tubos cuadrados de la estructura mediante	ecuador @
tornillos planos.	Grinz anama
torrillos piarios.	U Spiral distance in to come
Fondo: El fondo será una composición	The Asset
de una lámina adhesiva de vinil impreso	
full color en alta resolución, sobre el cual	
irá una lámina UV y sobre el cual se	
colocará el vidrio templado de 10 mm. de	
espesor.	
Estructura: La estructura exterior o	
contorno del tótem deberá ser	
construida con una lámina de hierro	2400 min
galvanizado que se ajuste a las medidas	
del tótem (1,20 m. x 2,40 m.), con un ancho de 200 mm. y 2 mm. de espesor,	GONZANAMÁ
adicional a ello deberá tener un doblez	
adicional de 20 mm. en cada borde la	
estructura (formando ángulos de 90°,	
que permitirán tener un soporte frontal	
para la fijación de las pantallas).	
	*
Plinto: Será de hormigón simple f'c =	<b>*</b> + <i>III</i>
210 kg/ cm2 con las siguientes medidas:	
1000 mm. x 200 mm. x 700 mm., para la	
sujeción de la estructura o tótem al plinto	
se construirá una estructura de 1000 mm. x 200 mm. x 200 mm. fabricada con	
segmentos de plancha de acero negro	1 Marine
de 6 mm.	" T
MANTENIMIENTO: Se deberá revisar la	COSTO:
señalética en un periodo conveniente de	
un año, por caso de deterioro de la	\$450,00
misma o vandalismo; así mismo el	
fabricante deberá brindar garantía del	
trabajo realizado.	
OBSERVACION:	ol Manual da Cañalática dal Ministeria da
La señalética propuesta está basada en e	o manual de Senaletica del Millistello de

# Diseño y Propuesta de Señalética Situación Actual



Propuesta de la Señalética



# FICHA N° 5: SEÑAL INFORMATIVA DE APROXIMACIÓN BARRIO **POTRERILLOS**

SISTEMA DE SEÑALETICA TURISTICA		
TIPO DE SEÑAL:	Señal de	COORDENADAS:
	Aproximación	Latitud: 4°11'28" S
	·	Longitud: 79°28'40"
		W
FUNCION:	UBICA	CIÓN:
Se las usa para informar sobre la	Se encontrará ubicac	la vía a la Parroquia
aproximación a un destino	Sacapalca	
MATERIALES:		
Sustrato:		
El elemento será de una medida de2400	2400 mm	
mm. x 600 mm. sobre el que se adherirá	2400 111111	
el material retroreflectivo, está		
constituido por láminas de aluminio liso	BARRIO POT	PEDRII I AO
anodizado de 2mm. de espesor.	m & BARRIO POT	RENNILLOS
Plintos:	50 T	→ 00g
Serán cubos de hormigón de 180	7 Km	909
kg/cm2 fundidos en sitio, los que		
servirán además de soportar la		
estructura de la señal para nivelar la misma, tendrán las siguientes		
dimensiones: Para soporte de señales		
de aproximación y vallas informativas de		
destinos 300 mm x 300 mm x 1000 mm.		
Postes o parantes:		
Para la señal turística de aproximación		
se usa dos tubos galvanizados de 50,8		2200 mm
mm. x 50,8 mm. (2" x 2") x 2 mm., de		8
espesor de 3800 mm. de longitud,		2
deberá dejar una altura libre bajo la		
señal de 2200 mm.		
Pantalla:		
Para las pantallas de las señales de		
aproximación y vallas informativas de		
destinos Tendrán 2 componentes: La		
estructura, fabricada en tubo cuadrado		
de 50,8mmx 1,5 mm (2" x 1,5 mm), sus		
uniones serán soldadas mediante		
suelda eléctrica; ésta estructura estará	-	P 9
conformada por un marco y diagonales de refuerzo del mismo tubo y será		
tratada mediante laca automotriz al		
menos 2 manos.		
MANTENIMIENTO: Se deberá revisar la	COSTO:	
señalética en un periodo conveniente de		
un año, por caso de deterioro de la	\$280	0,00
misma o vandalismo; así mismo el	Ψ20	-,
fabricante deberá brindar garantía del		
trabajo realizado.		
OBSERVACION:	ı	
La señalética propuesta está basada en e	el Manual de Señalética	del Ministerio de
Turiemo		

Turismo.

# Diseño y Propuesta de Señalética Situación Actual



Propuesta de la Señalética



FICHA N° 6: PANEL INFORMATIVO BARRIO POTRERILLOS

SISTEMA DE SEÑALETICA TURISTICA		
TIPO DE SEÑAL:	Panel Informativo de Servicios Latitud: 4°9'42" S Longitud: 79°28'20" W	
FUNCION:	UBICACIÓN:	
Servirá para dar la bienvenida e indicar los	Se ubicara en el centro del Barrio	
servicios que hay en el barrio.	Potrerillos.	
MATERIALES: SUSTRATO: El sustrato sobre el cual se trabajará la señal está constituido por segmentos de madera de teca lijada y tratada con al menos dos manos de aceite de teca de 40 mm. de espesor. PLINTOS: Serán cubos de hormigón ciclópeo de dimensiones 400 mm. x 400 mm. y 900 mm. de profundidad, serán fundidos en sitio una vez que se hayan nivelado los parantes. PANTALLAS: Será elaborada con tablones de madera teca conformada por segmentos de 80mm x 40mm unida al sustrato (madera de soporte lijada que forma 1 solo tablero) mediante tirafondos de 2,5 pulgadas. PARANTES: Los postes en donde se van a colocar las pantallas, serán compuestas por dos troncos rollizos de eucalipto inmunizado de al menos 120 mm. de diámetro en su parte más delgada. CUBIERTA: La estructura cubierta estará conformada 2 triángulos, cada uno de estos estará formado por segmentos de madera teca y tendrán las siguientes medidas: 80 mm. x 40 mm. x 830 mm., los cuales tendrán la forma de las caídas del techo a construirse. TECHO: Se conformará dependiendo de la zona geográfica en la cual será instalado y estará conformado por duelas de madera inmunizada, una sobre otra.	220 mm. 2000 mm. 120 mm. 100 mm. 100 mm. 100 mm. 100 mm.	
MANTENIMIENTO: Se deberá revisar la	COSTO:	
señalética en un periodo conveniente de un año, por caso de deterioro de la misma o vandalismo; así mismo el fabricante deberá brindar garantía del trabajo realizado.	\$350,00	
OBSERVACION:	Manual de Casalática del Ministeria da	

La señalética propuesta está basada en el Manual de Señalética del Ministerio de Turismo.

Fuente: Trabajo de Campo
Elaboración: Jhonny Stalin Chuquimarca Jaramillo

# Diseño y Propuesta de Señalética Situación Actual



Propuesta de la Señalética



## FICHA N° 7: SEÑAL DE DIRECCIONAMIENTO PARCELA **DEMOSTRATIVA DE CAFÉ**

SISTEMA DE SEÑALETICA TURISTICA			
TIPO DE SEÑAL:	Señal de	COORDENADAS	:
	Direccionamiento	Latitud: 4°9'44" S	
	Bircooloriamiento		-"
		Longitud: 79°28'2	o" VV
FUNCION:		ICACIÓN:	
Se las usa para informar sobre el			José
direccionamiento de un destino o actividad.	Jiménez en el barri	o Potrerillos	
MATERIALES:			
Sustrato:			
El elemento será de una medida de2400			
mm. x 600 mm. sobre el que se adherirá el material retroreflectivo, está	240	0 mm	
constituido por láminas de aluminio liso		100	
anodizado de 2mm. de espesor.			
Plintos:	Darcola D	emostrativa 🗸	
Serán cubos de hormigón de 180			900 mm
kg/cm2 fundidos en sitio, los que	de C	ate 🔨 📗	8
servirán además de soportar la			ø
estructura de la señal para nivelar la			
misma, tendrán las siguientes			
dimensiones: Para soporte de señales			
de aproximación y vallas informativas de			
destinos 300 mm x 300 mm x 1000 mm.			
Postes o parantes:			
Para la señal turística de aproximación se usa dos tubos galvanizados de 50,8			E
mm. x 50,8 mm. (2" x 2") x 2 mm., de			Ē
espesor de 3800 mm. de longitud,			2200 mm
deberá dejar una altura libre bajo la			
señal de 2200 mm.			
Pantalla:			
Para las pantallas de las señales de			
aproximación y vallas informativas de			
destinos tendrán 2 componentes: La			
estructura, fabricada en tubo cuadrado			
de 50,8mmx 1,5 mm (2" x 1,5 mm), sus			
uniones serán soldadas; ésta estructura estará conformada por un marco y			
diagonales de refuerzo del mismo tubo y			
será tratada mediante laca automotriz al			
menos 2 manos.			
MANTENIMIENTO: Se deberá revisar la	COSTO:		
señalética en un periodo conveniente de			
un año, por caso de deterioro de la	\$	280,00	
misma o vandalismo; así mismo el			
fabricante deberá brindar garantía del			
trabajo realizado.			
OBSERVACION:	al Managal de Occ. 17	daa alal Middelee da d	
La señalética propuesta está basada en el Manual de Señalética del Ministerio de			

# Diseño y Propuesta de Señalética Situación Actual



Propuesta de la Señalética



## FICHA N° 8: SEÑAL DE DIRECCIONAMIENTO MOLIENDA DEL **SEÑOR HERNEL CUEVA**

TIPO DE SEÑAL:  Señal de Direccionamiento  Señal
Latitud: 4°9'44" S Longitud: 79°28'25" W  FUNCION:  Se las usa para informar sobre el direccionamiento de un destino o actividad.  MATERIALES: Sustrato: El elemento será de una medida de2400 mm. x 600 mm. sobre el que se adherirá el material retroreflectivo, está constituido por láminas de aluminio liso anodizado de 2mm. de espesor.  Plintos: Serán cubos de hormigón de 180 kg/cm2 fundidos en sitio, los que servirán además de soportar la estructura de la señal para nivelar la misma, tendrán las siguientes dimensiones: Para soporte de señales de aproximación y vallas informativas de destinos 300 mm x 300 mm x 1000 mm.  Postes o parantes: Para la señal turística de aproximación se
FUNCION:  Se las usa para informar sobre el direccionamiento de un destino o actividad.  MATERIALES: Sustrato: El elemento será de una medida de2400 mm. x 600 mm. sobre el que se adherirá el material retroreflectivo, está constituido por láminas de aluminio liso anodizado de 2mm. de espesor.  Plintos: Serán cubos de hormigón de 180 kg/cm2 fundidos en sitio, los que servirán además de soportar la estructura de la señal para nivelar la misma, tendrán las siguientes dimensiones: Para soporte de señales de aproximación y vallas informativas de destinos 300 mm x 300 mm x 1000 mm.  Postes o parantes: Para la señal turística de aproximación se
FUNCION:  Se las usa para informar sobre el direccionamiento de un destino o actividad.  MATERIALES: Sustrato: El elemento será de una medida de2400 mm. x 600 mm. sobre el que se adherirá el material retroreflectivo, está constituido por láminas de aluminio liso anodizado de 2mm. de espesor.  Plintos: Serán cubos de hormigón de 180 kg/cm2 fundidos en sitio, los que servirán además de soportar la estructura de la señal para nivelar la misma, tendrán las siguientes dimensiones: Para soporte de señales de aproximación y vallas informativas de destinos 300 mm x 300 mm x 1000 mm.  Postes o parantes: Para la señal turística de aproximación se
FUNCION:  Se las usa para informar sobre el direccionamiento de un destino o actividad.  MATERIALES: Sustrato: El elemento será de una medida de2400 mm. x 600 mm. sobre el que se adherirá el material retroreflectivo, está constituido por láminas de aluminio liso anodizado de 2mm. de espesor.  Plintos: Serán cubos de hormigón de 180 kg/cm2 fundidos en sitio, los que servirán además de soportar la estructura de la señal para nivelar la misma, tendrán las siguientes dimensiones: Para soporte de señales de aproximación y vallas informativas de destinos 300 mm x 300 mm x 1000 mm.  Postes o parantes: Para la señal turística de aproximación se
FUNCION:  Se las usa para informar sobre el direccionamiento de un destino o actividad.  MATERIALES: Sustrato: El elemento será de una medida de2400 mm. x 600 mm. sobre el que se adherirá el material retroreflectivo, está constituido por láminas de aluminio liso anodizado de 2mm. de espesor.  Plintos: Serán cubos de hormigón de 180 kg/cm2 fundidos en sitio, los que servirán además de soportar la estructura de la señal para nivelar la misma, tendrán las siguientes dimensiones: Para soporte de señales de aproximación y vallas informativas de destinos 300 mm x 300 mm x 1000 mm.  Postes o parantes: Para la señal turística de aproximación se
Se las usa para informar sobre el direccionamiento de un destino o actividad.  MATERIALES: Sustrato: El elemento será de una medida de2400 mm. x 600 mm. sobre el que se adherirá el material retroreflectivo, está constituido por láminas de aluminio liso anodizado de 2mm. de espesor.  Plintos: Serán cubos de hormigón de 180 kg/cm2 fundidos en sitio, los que servirán además de soportar la estructura de la señal para nivelar la misma, tendrán las siguientes dimensiones: Para soporte de señales de aproximación y vallas informativas de destinos 300 mm x 300 mm x 1000 mm.  Postes o parantes: Para la señal turística de aproximación se
direccionamiento de un destino o actividad.  MATERIALES: Sustrato: El elemento será de una medida de2400 mm. x 600 mm. sobre el que se adherirá el material retroreflectivo, está constituido por láminas de aluminio liso anodizado de 2mm. de espesor.  Plintos: Serán cubos de hormigón de 180 kg/cm2 fundidos en sitio, los que servirán además de soportar la estructura de la señal para nivelar la misma, tendrán las siguientes dimensiones: Para soporte de señales de aproximación y vallas informativas de destinos 300 mm x 300 mm x 1000 mm.  Postes o parantes: Para la señal turística de aproximación se
actividad.  MATERIALES: Sustrato: El elemento será de una medida de2400 mm. x 600 mm. sobre el que se adherirá el material retroreflectivo, está constituido por láminas de aluminio liso anodizado de 2mm. de espesor.  Plintos: Serán cubos de hormigón de 180 kg/cm2 fundidos en sitio, los que servirán además de soportar la estructura de la señal para nivelar la misma, tendrán las siguientes dimensiones: Para soporte de señales de aproximación y vallas informativas de destinos 300 mm x 300 mm x 1000 mm.  Postes o parantes: Para la señal turística de aproximación se
MATERIALES: Sustrato: El elemento será de una medida de2400 mm. x 600 mm. sobre el que se adherirá el material retroreflectivo, está constituido por láminas de aluminio liso anodizado de 2mm. de espesor. Plintos: Serán cubos de hormigón de 180 kg/cm2 fundidos en sitio, los que servirán además de soportar la estructura de la señal para nivelar la misma, tendrán las siguientes dimensiones: Para soporte de señales de aproximación y vallas informativas de destinos 300 mm x 300 mm x 1000 mm. Postes o parantes: Para la señal turística de aproximación se
Sustrato: El elemento será de una medida de2400 mm. x 600 mm. sobre el que se adherirá el material retroreflectivo, está constituido por láminas de aluminio liso anodizado de 2mm. de espesor. Plintos: Serán cubos de hormigón de 180 kg/cm2 fundidos en sitio, los que servirán además de soportar la estructura de la señal para nivelar la misma, tendrán las siguientes dimensiones: Para soporte de señales de aproximación y vallas informativas de destinos 300 mm x 300 mm x 1000 mm. Postes o parantes: Para la señal turística de aproximación se
El elemento será de una medida de2400 mm. x 600 mm. sobre el que se adherirá el material retroreflectivo, está constituido por láminas de aluminio liso anodizado de 2mm. de espesor.  Plintos:  Serán cubos de hormigón de 180 kg/cm2 fundidos en sitio, los que servirán además de soportar la estructura de la señal para nivelar la misma, tendrán las siguientes dimensiones: Para soporte de señales de aproximación y vallas informativas de destinos 300 mm x 300 mm x 1000 mm.  Postes o parantes:  Para la señal turística de aproximación se
mm. x 600 mm. sobre el que se adherirá el material retroreflectivo, está constituido por láminas de aluminio liso anodizado de 2mm. de espesor.  Plintos: Serán cubos de hormigón de 180 kg/cm2 fundidos en sitio, los que servirán además de soportar la estructura de la señal para nivelar la misma, tendrán las siguientes dimensiones: Para soporte de señales de aproximación y vallas informativas de destinos 300 mm x 300 mm x 1000 mm.  Postes o parantes: Para la señal turística de aproximación se
material retroreflectivo, está constituido por láminas de aluminio liso anodizado de 2mm. de espesor.  Plintos: Serán cubos de hormigón de 180 kg/cm2 fundidos en sitio, los que servirán además de soportar la estructura de la señal para nivelar la misma, tendrán las siguientes dimensiones: Para soporte de señales de aproximación y vallas informativas de destinos 300 mm x 300 mm x 1000 mm.  Postes o parantes: Para la señal turística de aproximación se
por láminas de aluminio liso anodizado de 2mm. de espesor.  Plintos:  Serán cubos de hormigón de 180 kg/cm2 fundidos en sitio, los que servirán además de soportar la estructura de la señal para nivelar la misma, tendrán las siguientes dimensiones: Para soporte de señales de aproximación y vallas informativas de destinos 300 mm x 300 mm x 1000 mm.  Postes o parantes:  Para la señal turística de aproximación se
2mm. de espesor.  Plintos:  Serán cubos de hormigón de 180 kg/cm2 fundidos en sitio, los que servirán además de soportar la estructura de la señal para nivelar la misma, tendrán las siguientes dimensiones: Para soporte de señales de aproximación y vallas informativas de destinos 300 mm x 300 mm x 1000 mm.  Postes o parantes:  Para la señal turística de aproximación se
Plintos: Serán cubos de hormigón de 180 kg/cm2 fundidos en sitio, los que servirán además de soportar la estructura de la señal para nivelar la misma, tendrán las siguientes dimensiones: Para soporte de señales de aproximación y vallas informativas de destinos 300 mm x 300 mm x 1000 mm. Postes o parantes: Para la señal turística de aproximación se
fundidos en sitio, los que servirán además de soportar la estructura de la señal para nivelar la misma, tendrán las siguientes dimensiones: Para soporte de señales de aproximación y vallas informativas de destinos 300 mm x 300 mm x 1000 mm.  Postes o parantes: Para la señal turística de aproximación se
fundidos en sitio, los que servirán además de soportar la estructura de la señal para nivelar la misma, tendrán las siguientes dimensiones: Para soporte de señales de aproximación y vallas informativas de destinos 300 mm x 300 mm x 1000 mm.  Postes o parantes: Para la señal turística de aproximación se
de soportar la estructura de la señal para nivelar la misma, tendrán las siguientes dimensiones: Para soporte de señales de aproximación y vallas informativas de destinos 300 mm x 300 mm x 1000 mm.  Postes o parantes: Para la señal turística de aproximación se
dimensiones: Para soporte de señales de aproximación y vallas informativas de destinos 300 mm x 300 mm x 1000 mm.  Postes o parantes: Para la señal turística de aproximación se
aproximación y vallas informativas de destinos 300 mm x 300 mm x 1000 mm.  Postes o parantes:  Para la señal turística de aproximación se
destinos 300 mm x 300 mm x 1000 mm.  Postes o parantes:  Para la señal turística de aproximación se
Postes o parantes: Para la señal turística de aproximación se
Para la señal turística de aproximación se
usa dos tubos galvanizados de 50,8 mm. x
50,8 mm. (2" x 2") x 2 mm., de espesor de
3800 mm. de longitud, deberá dejar una
altura libre bajo la señal de 2200 mm.  Pantalla:
Para las pantallas de las señales de
aproximación y vallas informativas de
destinos Tendrán 2 componentes: La
estructura, fabricada en tubo cuadrado de
50,8mmx 1,5 mm (2" x 1,5 mm), sus
uniones serán soldadas mediante suelda
eléctrica; ésta estructura estará
conformada por un marco y diagonales de
refuerzo del mismo tubo y será tratada
mediante laca automotriz al menos 2
manos.
MANTENIMIENTO: Se deberá revisar la COSTO:
señalética en un periodo conveniente de
un año, por caso de deterioro de la misma \$280,00
o vandalismo; así mismo el fabricante deberá brindar garantía del trabajo
realizado.
OBSERVACION:
La señalética propuesta está basada en el Manual de Señalética del Ministerio de
Turismo.
Fuente: Trabajo de Campo
Elaboración: Jhonny Stalin Chuquimarca Jaramillo

# Diseño y Propuesta de Señalética Situación Actual



Propuesta de la Señalética



FICHA N° 9: PANEL INFORMATIVO PARROQUIA NAMBACOLA

SISTEMA DE SEÑALETICA TURISTICA		
TIPO DE SEÑAL:	Panel Informativo	COORDENADAS:
	de Servicios y	Latitud: 4°8'17" S
	Actividades	Longitud: 79°24'28"W
	Turísticas	
FUNCION:	UBIC	CACIÓN:
Servirá para dar la bienvenida e indicar los	Se ubicara en la	entrada a la vía que
servicios y actividades que hay en la	conduce al centro d	de la parroquia.
parroquia.		
MATERIALES:		
SUSTRATO: El sustrato sobre el cual se		
trabajará la señal está constituido por	220 mm.	120 mm.
segmentos de madera de teca lijada y	40 mm.	2000 mm. 120 mm.
tratada con al menos dos manos de		• • •
aceite de teca de 40 mm. de espesor.		
PLINTOS: Serán cubos de hormigón	0	
ciclópeo de dimensiones 400 mm. x 400	22	
mm. y 900 mm. de profundidad, serán	1	
fundidos en sitio una vez que se hayan	200	*1222**
nivelado los parantes.	ecuador	BIENVENIDOS 🚇
PANTALLAS: Será elaborada con		- Parraguia
tablones de madera teca conformada por	[	Parroquia Nambacola
segmentos de 80mm x 40mm unida al		Nambacola
sustrato (madera de soporte lijada que forma 1 solo tablero) mediante tirafondos		+
de 2,5 pulgadas.		<del>_</del>
PARANTES: Los postes en donde se van		
a colocar las pantallas, serán compuestas		
por dos troncos rollizos de eucalipto		
inmunizado de al menos 120 mm. de		
diámetro en su parte más delgada.	£	
CUBIERTA: La estructura cubierta estará	8	
conformada 2 triángulos, cada uno de		
estos estará formado por segmentos de		
madera teca y tendrán las siguientes		
medidas: 80 mm. x 40 mm. x 830 mm., los	+ H	
cuales tendrán la forma de las caídas del		
techo a construirse.		
TECHO: Se conformará dependiendo de	0.0	
la zona geográfica en la cual será	8	
instalado y estará conformado por duelas		
de madera inmunizada, una sobre otra.		
MANITENIMIENTO. Co. debagé made a la	COSTO	
MANTENIMIENTO: Se deberá revisar la	COSTO:	
señalética en un periodo conveniente de un año, por caso de deterioro de la misma	r.	200.00
o vandalismo; así mismo el fabricante	\$2	290,00
deberá brindar garantía del trabajo		
realizado.		
Tourizado.		
OBSERVACION:	•	

La señalética propuesta está basada en el Manual de Señalética del Ministerio de Turismo.

# Diseño y Propuesta de Señalética Situación Actual



Propuesta de la Señalética



## FICHA N° 10: SEÑAL DE DIRECCIONAMIENTO PARROQUIA **NAMBACOLA**

SISTEMA DE	SEÑALETICA TURI	STICA	
TIPO DE SEÑAL:	Señal de	COORDENADAS	<b>3</b> :
	Direccionamiento	Latitud: 4°8'29" S	
FUNCION		Longitud: 79°25'4	.0" W
FUNCION:	UBICACIÓN:		
Se las usa para informar sobre el			a la
direccionamiento de un destino o actividad.	Parroquia Nambac	oia	
MATERIALES:			
Sustrato:			
El elemento será de una medida de2400		10.10	
mm. x 600 mm. sobre el que se adherirá	240	00 mm	
el material retroreflectivo, está			
constituido por láminas de aluminio liso			Ι.
anodizado de 2mm. de espesor.	Manalas	anda 📥	300 mm
Plintos:	Namba	acola 🖵 🖊	8
Serán cubos de hormigón de 180			0
kg/cm2 fundidos en sitio, los que servirán además de soportar la	- 11	- 11	-
servirán además de soportar la estructura de la señal para nivelar la			
misma, tendrán las siguientes			
dimensiones: Para soporte de señales			
de aproximación y vallas informativas de			
destinos 300 mm x 300 mm x 1000 mm.			
Postes o parantes:			1100
Para la señal turística de aproximación			E
se usa dos tubos galvanizados de 50,8			2200 mm
mm. x 50,8 mm. (2" x 2") x 2 mm., de espesor de 3800 mm. de longitud,			ž
deberá dejar una altura libre bajo la			
señal de 2200 mm.			
Pantalla:			
Para las pantallas de las señales de			
aproximación y vallas informativas de			
destinos Tendrán 2 componentes: La			
estructura, fabricada en tubo cuadrado			4
de 50,8mmx 1,5 mm (2" x 1,5 mm), sus uniones serán soldadas mediante			
uniones serán soldadas mediante suelda eléctrica; ésta estructura estará			
conformada por un marco y diagonales			
de refuerzo del mismo tubo y será			
tratada mediante laca automotriz al			
menos 2 manos.			
MANTENIMIENTO: Se deberá revisar la	COSTO:		
señalética en un periodo conveniente de		2000 00	
un año, por caso de deterioro de la misma o vandalismo; así mismo el	1	\$280,00	
fabricante deberá brindar garantía del			
trabajo realizado.			
OBSERVACION:	L		
La señalética propuesta está basada en e	el Manual de Señalét	tica del Ministerio d	e
Turismo			

# Diseño y Propuesta de Señalética Situación Actual



Propuesta de la Señalética



FICHA N° 11: TÓTEM INFORMATIVO PARROQUIA NAMBACOLA

	SEÑALETICA TURISTICA
TIPO DE SEÑAL:	Tótem Turístico Parroquia Nambacola Latitud: 4°8'26" S Longitud: 79°25'45" W
FUNCION:	UBICACIÓN:
Brindar información al turista de los servicios de apoyo y turísticos que posee un lugar.	Estará ubicada en el parque central de la parroquia Nambacola.
MATERIALES: Sustrato: Se establecerá de un panel luminoso compuesto por dos placas de vinil flexible traslúcido y vinilos autoadhesivos, sujetados a los tubos cuadrados de la estructura mediante tornillos planos.  Fondo: El fondo será una composición de una lámina adhesiva de vinil impreso full color en alta resolución, sobre el cual irá una lámina UV y sobre el cual se colocará el vidrio templado de 10 mm. de espesor.	Tada Agridarinka  Control la vasa  Tada Agridarinka  Control la vasa  Tada Agridarinka
Estructura: La estructura exterior o contorno del tótem deberá ser construida con una lámina de hierro galvanizado que se ajuste a las medidas del tótem (1,20 m. x 2,40 m.), con un ancho de 200 mm. y 2 mm. de espesor, adicional a ello deberá tener un doblez adicional de 20 mm. en cada borde la estructura (formando ángulos de 90°, que permitirán tener un soporte frontal para la fijación de las pantallas).	NAMBACOLA  NAMBACOLA  THE TOTAL COLOR  T
Plinto: Será de hormigón simple f'c = 210 kg/ cm2 con las siguientes medidas: 1000 mm. x 200 mm. x 700 mm., para la sujeción de la estructura o tótem al plinto se construirá una estructura de 1000 mm. x 200 mm. x 200 mm. fabricada con segmentos de plancha de acero negro de 6 mm.	Western Co. Targetto
MANTENIMIENTO: Se deberá revisar la	COSTO:
señalética en un periodo conveniente de un año, por caso de deterioro de la misma o vandalismo; así mismo el fabricante deberá brindar garantía del trabajo realizado.	\$450,00
OBSERVACION:	

La señalética propuesta está basada en el Manual de Señalética del Ministerio de Turismo.

# Diseño y Propuesta de Señalética Situación Actual



Propuesta de la Señalética



# FICHA N° 12: SEÑAL DE DIRECCIONAMIENTO PIEDRA GRANDE

SISTEMA DE SEÑALETICA TURISTICA					
TIPO DE SEÑAL:	Señal de	COORDENADAS:			
	Direccionamiento	Latitud: 4°7'55" S Longitud: 79°25'50"	' W		
FUNCION:	UB	ICACIÓN:			
Se las usa para informar sobre el	Se ubicará al mor	mento de llegar al se	ector		
direccionamiento de un destino o	Piedra Grande a 17				
actividad.					
MATERIALES:					
Sustrato:					
El elemento será de una medida de2400	240	00 mm			
mm. x 600 mm. sobre el que se adherirá	-				
el material retroreflectivo, está					
constituido por láminas de aluminio liso			T		
anodizado de 2mm. de espesor.  Plintos:	Diodro	Grande 📸	E		
Serán cubos de hormigón de 180	Pleura	Granue 0	300 mm		
kg/cm2 fundidos en sitio, los que			9		
servirán además de soportar la			e de		
estructura de la señal para nivelar la					
misma, tendrán las siguientes					
dimensiones: Para soporte de señales					
de aproximación y vallas informativas de					
destinos 300 mm x 300 mm x 1000 mm.					
Postes o parantes:					
Para la señal turística de aproximación			Ē		
se usa dos tubos galvanizados de 50,8 mm. x 50,8 mm. (2" x 2") x 2 mm., de			2200 mm		
espesor de 3800 mm. de longitud,			220		
deberá dejar una altura libre bajo la					
señal de 2200 mm.					
Pantalla:					
Para las pantallas de las señales de					
aproximación y vallas informativas de					
destinos Tendrán 2 componentes: La					
estructura, fabricada en tubo cuadrado			6		
de 50,8mmx 1,5 mm (2" x 1,5 mm), sus		_			
uniones serán soldadas mediante					
suelda eléctrica; ésta estructura estará conformada por un marco y diagonales		4 12 19			
de refuerzo del mismo tubo y será					
tratada mediante laca automotriz al					
menos 2 manos.					
MANTENIMIENTO: Se deberá revisar la	COSTO:				
señalética en un periodo conveniente de					
un año, por caso de deterioro de la	9	\$280,00			
misma o vandalismo; así mismo el					
fabricante deberá brindar garantía del					
trabajo realizado.  OBSERVACION:					
	al Manual do Soñolós	tica dal Ministoria da			
La serialettoa propuesta esta basada en e	ii iviai iuai ue Selidiei	La señalética propuesta está basada en el Manual de Señalética del Ministerio de			

Turismo.

# Diseño y Propuesta de Señalética Situación Actual



Propuesta de la Señalética



## FICHA N° 13: SEÑAL DE PICTOGRAMA DE RESTRICCIÓN PIEDRA **GRANDE**

SISTEMA DE SEÑALETICA TURISTICA				
TIPO DE SEÑAL:	Pictograma de	COORDENADAS:		
	Restricción	Latitud: 4°7'53" S		
		Longitud: 79°25'53" W		
FUNCION:	UE	BICACIÓN:		
Se las usa para informar una restricción en	Se ubicará ante	es de subir un pequeño		
un destino.	sendero hacia el	atractivo Piedra Grande a		
	los 1744 m.s.n.m	1.		
MATERIALES:				
Sustrato: El elemento sobre el que se				
adherirá el material retrorreflectivo, está				
constituido por láminas de aluminio liso	_	600 mm		
anodizado de 2 mm.	T (			
Plintos: Serán cubos de dimensiones				
geométricas definidas, de hormigón de	E   1			
180 kg/cm2 fundidos en sitio, los que	mm 009			
servirán además de soportar la estructura,	8			
para nivelar la señal.		199		
Postes o Parantes: Para el pictograma se	E + N	O ARROJAR		
usa un solo tubo galvanizado de 50,8 mm. x 50,8 mm. (2" x 2") x 2 mm. de espesor y	200 mm	BASURA		
3300 mm. de largo.	2 L			
Pantallas: Tendrá 2 componentes: La				
estructura, será fabricada en tubo				
cuadrado de 50,8 mm x 1,5 mm y será				
tratada mediante anticorrosivo promotor				
de adherencia y laca automotriz. La	Ε			
pantalla usará como sustrato láminas de	2,00 m			
aluminio liso anodizado de 2 mm.; éstas				
pantallas se sujetarán a los postes				
mediante acoples y pernos de carrocería				
galvanizados de al menos 2" x ½".				
Fondo: El fondo será una composición de				
material retrorreflectivo prismático, que				
cumplirá los niveles de retrorreflectividad.				
El pictograma deberá estar protegido por				
un laminado transparente (lámina líquida o	E			
adhesiva) que asegure su estabilidad en	8			
presencia de rayos UV.	8			
		300 mm		
MANTENIMIENTO: Se deberá revisar la	COSTO:			
señalética en un periodo conveniente de		<b>.</b>		
un año, por caso de deterioro de la misma	\$150,00			
o vandalismo; así mismo el fabricante				
deberá brindar garantía del trabajo				
realizado.  OBSERVACION:				
La señalética propuesta está basada en el Manual de Señalética del Ministerio de				
La senaletica propuesta esta basada en el	ivianuai de Senalei	lica dei Ministerio de		

# Diseño y Propuesta de Señalética Situación Actual



Propuesta de la Señalética



# FICHA N° 14: SEÑAL INFORMATIVA DE ACTIVIDAD ATRACTIVO PIEDRA GRANDE

SISTEMA DE SEÑALETICA TURISTICA			
TIPO DE SEÑAL:	Información	COORDENADAS:	
	Mirador	Latitud: 4°7'49" S	
		Longitud: 79°25'52" W	
FUNCION:	U	IBICACIÓN:	
El letrero indica la actividad que se	Estará ubicada	a los 1774 m.s.n.m. en el	
puede realizar en el sitio	atractivo Piedra	Grande.	
MATERIALES:			
Sustrato:			
El elemento será de una medida de2400		2400 mm	
mm. x 600 mm. sobre el que se adherirá		100	
el material retroreflectivo, está		T	
constituido por láminas de aluminio liso		n	
anodizado de 2mm. de espesor.		Mirador/View point	
Plintos:	[ <u></u> ]	Mirador/View point "Piedra Grande"	
Serán cubos de hormigón de 180		Troura Grando	
kg/cm2 fundidos en sitio, los que		100	
servirán además de soportar la			
estructura de la señal para nivelar la			
misma, tendrán las siguientes dimensiones: Para soporte de señales			
de aproximación y vallas informativas de			
destinos 300 mm x 300 mm x 1000 mm.			
Postes o parantes:		100	
Para la señal turística de aproximación		E	
se usa dos tubos galvanizados de 50,8		Ē	
mm. x 50,8 mm. (2" x 2") x 2 mm., de		2200 mm	
espesor de 3800 mm. de longitud,			
deberá dejar una altura libre bajo la			
señal de 2200 mm.			
Pantalla:			
Para las pantallas de las señales de			
aproximación y vallas informativas de			
destinos Tendrán 2 componentes: La			
estructura, fabricada en tubo cuadrado			
de 50,8mmx 1,5 mm (2" x 1,5 mm), sus uniones serán soldadas mediante		_	
suelda eléctrica; ésta estructura estará		_	
conformada por un marco y diagonales			
de refuerzo del mismo tubo y será			
tratada mediante laca automotriz al			
menos 2 manos.			
MANTENIMIENTO: Se deberá revisar la	COSTO:		
señalética en un periodo conveniente de			
un año, por caso de deterioro de la		\$280,00	
misma o vandalismo; así mismo el			
fabricante deberá brindar garantía del			
trabajo realizado.			
OBSERVACION:		.,	
La señalética propuesta está basada en e	el Manual de Seña	iletica del Ministerio de	
Turismo			

# **FOTOGRAFIA N° 14**





# FICHA N° 15: SEÑAL INFORMATIVA DE ACTIVIDAD FINCA DEL **SEÑOR MANUEL SARANGO**

SISTEMA DE SEÑALETICA TURISTICA		
TIPO DE SEÑAL:	Pictograma de actividad	COORDENADAS: Latitud: 4°08'18" S Longitud: 79°25'58" W
FUNCION:	UBIO	CACIÓN:
Informar la actividad que se puede hacer en la finca.		rada de la casa principal
MATERIALES: Sustrato: El elemento sobre el que se adherirá el material retrorreflectivo, está constituido por láminas de aluminio liso anodizado de 2 mm. Plintos: Serán cubos de dimensiones geométricas definidas, de hormigón de 180 kg/cm2 fundidos en sitio, los que servirán además de soportar la estructura, para nivelar la señal. Postes o Parantes: Para el pictograma se usa un solo tubo galvanizado de 50,8 mm. x 50,8 mm. (2" x 2") x 2 mm. de espesor y 3300 mm. de largo. Pantallas: Tendrá 2 componentes: La estructura, será fabricada en tubo cuadrado de 50,8 mm x 1,5 mm y será tratada mediante anticorrosivo promotor de adherencia y laca automotriz. La pantalla usará como sustrato láminas de aluminio liso anodizado de 2 mm.; éstas pantallas se sujetarán a los postes mediante acoples y pernos de carrocería galvanizados de al menos 2" x ½". Fondo: El fondo será una composición de material retrorreflectivo prismático, que cumplirá los niveles de retrorreflectividad. El pictograma deberá estar protegido por un laminado transparente (lámina líquida o adhesiva) que asegure su estabilidad en presencia de rayos UV. MANTENIMIENTO: Se deberá revisar		60 cm
la señalética en un periodo conveniente de un año, por caso de deterioro de la misma o vandalismo; así mismo el fabricante deberá brindar garantía del trabajo realizado.	\$	135,00
OBSERVACION:	l	

adecuada.

Fuente: Trabajo de Campo Elaboración: Jhonny Stalin Chuquimarca Jaramillo

La señalética propuesta está basada en el Manual de Señalética del Ministerio de Turismo; se deberá limpiar con anticipación el área donde va ir la señalética

# **FOTOGRAFIA N° 15**

# Diseño y Propuesta de Señalética Situación Actual



Propuesta de la Señalética



# FICHA N° 16: SEÑAL DE DIRECCIONAMIENTO ATRACTIVO NATURAL "FONDO VERDE"

SISTEMA DE SEÑALETICA TURISTICA			
TIPO DE SEÑAL:	Señal de	COORDENADAS:	
	Direccionamiento	Latitud: 4°08'04" S	
	Longitud: 79°26'11" W		
FUNCION:	UBICACIÓN:		
Se las usa para informar sobre el	Se ubicará al inicio	del camino que conduce	
direccionamiento de un destino o	al atractivo a los 17	•	
actividad.			
MATERIALES:			
Sustrato:			
El elemento será de una medida de2400			
mm. x 600 mm. sobre el que se adherirá	240	0 mm	
el material retroreflectivo, está			
constituido por láminas de aluminio liso			
anodizado de 2mm. de espesor.		§	
Plintos:	For the second s	ndo Verde	
Serán cubos de hormigón de 180		2   8	
kg/cm2 fundidos en sitio, los que			
servirán además de soportar la			
estructura de la señal para nivelar la			
misma, tendrán las siguientes			
dimensiones: Para soporte de señales			
de aproximación y vallas informativas de			
destinos 300 mm x 300 mm x 1000 mm.		700	
Postes o parantes:		E E	
Para la señal turística de aproximación		2200 mm	
se usa dos tubos galvanizados de 50,8		90	
mm. x 50,8 mm. (2" x 2") x 2 mm., de		7	
espesor de 3800 mm. de longitud,			
deberá dejar una altura libre bajo la			
señal de 2200 mm.			
Pantalla:			
Para las pantallas de las señales de			
aproximación y vallas informativas de			
destinos Tendrán 2 componentes: La			
estructura, fabricada en tubo cuadrado			
de 50,8mmx 1,5 mm (2" x 1,5 mm), sus			
uniones serán soldadas mediante			
suelda eléctrica; ésta estructura estará			
conformada por un marco y diagonales			
de refuerzo del mismo tubo y será			
tratada mediante laca automotriz al menos 2 manos.			
MANTENIMIENTO: Se deberá revisar la	COSTO:		
señalética en un periodo conveniente de	50310.		
un año, por caso de deterioro de la			
misma o vandalismo; así mismo el		\$280,00	
fabricante deberá brindar garantía del	1	ψ <b>∠</b> UU,UU	
trabajo realizado.			
OBSERVACION:	<u> </u>		
	al Manual da Ca≅alá	tian dal Miniatania de	

La señalética propuesta está basada en el Manual de Señalética del Ministerio de Turismo; se deberá limpiar con anticipación el área donde va ir la señalética adecuada.

Fuente: Trabajo de Campo
Elaboración: Jhonny Stalin Chuquimarca Jaramillo

# **FOTOGRAFIA N° 16**

# Diseño y Propuesta de Señalética Situación Actual



Propuesta de la Señalética



# FICHA N° 17: PANEL INFORMATIVO "CERRO COLAMBO"

SISTEMA DE SEÑALETICA TURISTICA			
TIPO DE SEÑAL:	Panel Informativo	COORDENADAS:	
	Actividades	Latitud: 4°13'12" S	
	Turísticas	Longitud: 79°24'12" W	
FUNCION:	UBICACIÓN:		
Servirá para dar la bienvenida e indicar	Se ubicara entre	a vía de segundo orden	
las actividades que se puede hacer en el	que conduce al	barrio Purunuma de la	
atractivo.	Parroquia el mismo	nombre y la vía de tercer	
	orden que asciend	e al Cerro.	
MATERIALES: SUSTRATO: El sustrato sobre el cual			
se trabajará la señal está constituido	220 mm.	120 mm.	
por segmentos de madera de teca	40 mm.	2000 mm. 200 mm	
lijada y tratada con al menos dos		• • •	
manos de aceite de teca de 40 mm. de			
espesor.	210 mm		
PLINTOS: Serán cubos de hormigón	9		
ciclópeo de dimensiones 400 mm. x			
400 mm. y 900 mm. de profundidad,	8		
serán fundidos en sitio una vez que se	ecuador	-	
hayan nivelado los parantes.	A A	Cerro Colambo	
PANTALLAS: Será elaborada con		Ale applications belong a metamotic to 1007 to 1,000 to 1	
tablones de madera teca conformada	2	The Crosses is a region excellent and of agreeting	
por segmentos de 80mm x 40mm unida		heaty, it is tracked if SOIT MARKE, "You can projection be with of the neighboring carriers the IT Americ, IS Plants, as well as the nolleys of	
al sustrato (madera de soporte lijada			
que forma 1 solo tablero) mediante tirafondos de 2,5 pulgadas.			
PARANTES: Los postes en donde se			
van a colocar las pantallas, serán			
compuestas por dos troncos rollizos de			
eucalipto inmunizado de al menos 120	8		
mm. de diámetro en su parte más	2		
delgada.			
CUBIERTA: La estructura cubierta			
estará conformada 2 triángulos, cada			
uno de estos estará formado por			
segmentos de madera teca y tendrán			
las siguientes medidas: 80 mm. x 40 mm. x 830 mm., los cuales tendrán la	0		
forma de las caídas del techo	8		
<b>TECHO:</b> Se conformará dependiendo		U	
de la zona geográfica en la cual será		× .	
instalado y estará conformado por			
duelas de madera inmunizada, una			
sobre otra.			
MANTENIMIENTO: Se deberá revisar la	COSTO:		
señalética en un periodo conveniente de		2000 00	
un año, por caso de deterioro de la	\$	\$290,00	
misma o vandalismo; así mismo el			
fabricante deberá brindar garantía del trabajo realizado.			
OBSERVACION:			
La señalética propuesta está basada en el Manual de Señalética del Ministerio de			
La serialetica propuesta esta basada en el Maridal de Serialetica del Militisterio de			

Turismo.

# **FOTOGRAFIA N° 17**

# Diseño y Propuesta de Señalética Situación Actual



Propuesta de la Señalética



# FICHA N° 18: SEÑAL INFORMATIVA DE APROXIMACIÓN CERRO **COLAMBO**

SISTEMA DE SEÑALETICA TURISTICA			
TIPO DE SEÑAL:	Señal de Aproximación Latitud: 4°13'46" S Longitud: 79°25'56" W		
FUNCION:	UBICACIÓN:		
Se las usa para informar sobre la aproximación a un destino	Se encontrará ubicada en la vía que conduce al barrio "El Calvario" y por ende vía principal que conduce a la parroquia Purunuma y al Cerro Colambo.		
MATERIALES:			
Sustrato: El elemento será de una medida de2400 mm. x 600 mm. sobre el que se adherirá el material retroreflectivo, está constituido por	2400 mm		
láminas de aluminio liso anodizado de 2mm. de espesor.  Plintos: Serán cubos de hormigón de 180 kg/cm2 fundidos en sitio, los que servirán además de	Cerro Colambo 7 km		
soportar la estructura de la señal para nivelar la misma, tendrán las siguientes dimensiones: Para soporte de señales de aproximación y vallas informativas de destinos 300 mm x 300 mm x 1000 mm.  Postes o parantes:  Para la señal turística de aproximación se usa dos tubos galvanizados de 50,8 mm. x 50,8 mm. (2" x 2") x 2 mm., de espesor de 3800 mm. de longitud, deberá dejar una altura libre bajo la señal de 2200 mm.  Pantalla:	2200 mm		
Para las pantallas de las señales de aproximación y vallas informativas de destinos Tendrán 2 componentes: La estructura, fabricada en tubo cuadrado de 50,8mmx 1,5 mm (2" x 1,5 mm), sus uniones serán soldadas mediante suelda eléctrica; ésta estructura estará conformada por un marco y diagonales de refuerzo del mismo tubo y será tratada mediante laca automotriz al menos 2 manos.			
MANTENIMIENTO: Se deberá revisar la señalética en un periodo conveniente de un año, por caso de deterioro de la misma o vandalismo; así mismo el fabricante deberá brindar garantía del trabajo realizado.  OBSERVACION:	<b>COSTO:</b> \$280,00		
La señalética propuesta está basada en el Ma	anual de Señalética del Ministerio de		

Turismo.

# **FOTOGRAFIA N° 18**

# Diseño y Propuesta de Señalética Situación Actual



Propuesta de la Señalética



# FICHA N° 19: SEÑAL DE DIRECCIONAMIENTO CENTRO **RECREACIONAL "GABARCOIRIS"**

SISTEMA DE SEÑALETICA TURISTICA		
TIPO DE SEÑAL:	Letrero COORDENADAS:	
	Informativo sin Latitud: 4°13'59.29" S	
	postes Longitud: 79°25'55.76" W	
FUNCION:	UBICACIÓN:	
Se las usa para informar sobre el	Se ubicará en la entrada del Centro	
direccionamiento de un destino o	Recreacional.	
actividad.		
MATERIALES:		
Sustrato:		
El elemento será de una medida de2400		
mm. x 600 mm. sobre el que se adherirá el material retroreflectivo, está		
el material retroreflectivo, está constituido por láminas de aluminio liso		
anodizado de 2mm. de espesor.		
Plintos:		
Serán cubos de hormigón de 180		
kg/cm2 fundidos en sitio, los que		
servirán además de soportar la		
estructura de la señal para nivelar la		
misma, tendrán las siguientes		
dimensiones: Para soporte de señales	2400 mm	
de aproximación y vallas informativas de	2400 11111	
destinos 300 mm x 300 mm x 1000 mm.		
Postes o parantes:		
Para la señal turística de aproximación	Centro Recreacional "GAB Arcoíris"	
se usa dos tubos galvanizados de 50,8	"GAB Arcoíris"	
mm. x 50,8 mm. (2" x 2") x 2 mm., de		
espesor de 3800 mm. de longitud, deberá dejar una altura libre bajo la		
señal de 2200 mm.		
Pantalla:		
Para las pantallas de las señales de		
aproximación y vallas informativas de		
destinos Tendrán 2 componentes: La		
estructura, fabricada en tubo cuadrado		
de 50,8mmx 1,5 mm (2" x 1,5 mm), sus		
uniones serán soldadas mediante		
suelda eléctrica; ésta estructura estará		
conformada por un marco y diagonales		
de refuerzo del mismo tubo y será		
tratada mediante laca automotriz al		
menos 2 manos.		
MANTENIMIENTO: Se deberá revisar la	COSTO:	
señalética en un periodo conveniente de	00310.	
un año, por caso de deterioro de la	\$240,00	
misma o vandalismo; así mismo el	Ψ240,00	
fabricante deberá brindar garantía del		
trabajo realizado.		
OBSERVACION:	I	
La señalética propuesta está basada en e	el Manual de Señalética del Ministerio de	
Turismo.		

# **FOTOGRAFIA N° 19**

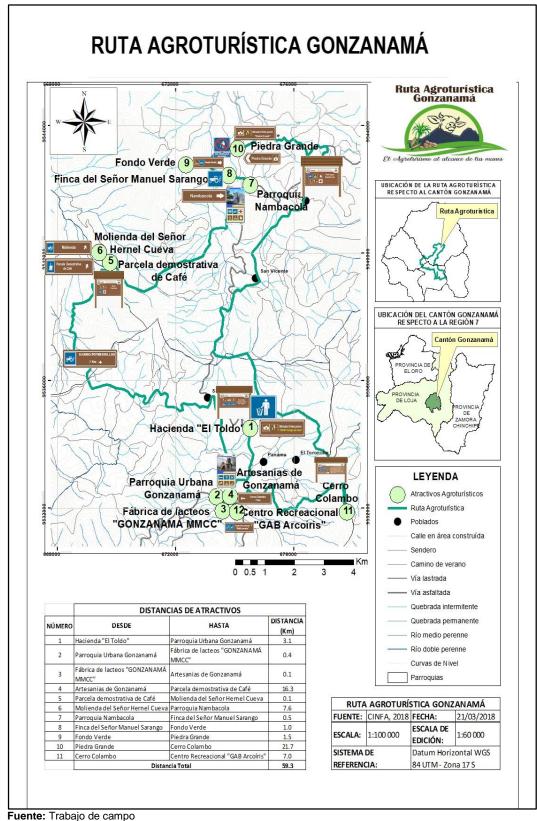
# Diseño y Propuesta de Señalética Situación Actual



Propuesta de la Señalética



#### 6.3.14. Mapa de señalética de la Ruta Figura N° 26: Mapa de Señalética de la Ruta



#### Presupuesto para la ejecución de la Señalética 6.3.15.

Cuadro N° 48: Presupuesto Señalética

Cantidad	Detalle	P. Unitario	P. Total
	Panel Informativo	\$290,00	\$1,160.00
4	de madera		
	Pictograma de	\$135,00	\$270,00
2	600 mm x 600		
_	con poste		•
2	Letrero	\$280,00	\$560,00
	informativo de		
	240 x 60 cm con		
	postes	Ф4 <b>Г</b> О ОО	ФООО ОО
2	Tótem Turístico	\$450,00	\$900,00
	con paneles luminosos.		
	Señal Turística	\$280,00	\$560,00
2	de Aproximación	φ200,00	φ300,00
	de 240x60 cm		
	Señal de	\$280,00	\$1,400.00
5	Direccionamiento	Ψ200,00	Ψ1,100100
	de 240 x 60 cm.		
	Pictograma de	\$150,00	\$150,00
	600x600 mm con		·
1	poste y placa de		
	200 mm bajo el		
	pictograma.		
	Letrero	\$250,00	\$250,00
1	informativo sin		
	postes de 240 x		
	60 cm.		<b>AT ATA AS</b>
	TOTAL		\$5,250.00

# 6.4. Determinar las estrategias de comercialización para la Ruta de Agroturismo para las parroquias Nambacola y Gonzanamá del Cantón Gonzanamá, Provincia de Loja.

#### 6.4.1. Justificación

Se logró determinar que para comercializar la propuesta de ruta Agroturística hace falta realizar estrategias de promoción que permitan dar a conocer sobre esta iniciativa en la modalidad del agroturismo fomentando la actividad turística de las parroquias por donde se va a proponer la ruta ayudando a la localidad; las estrategias de promoción y comercialización consideradas, nacen del diagnóstico turístico de las parroquias Nambacola y Gonzanamá, y de las entrevistas realizadas a los actores principales de la propuesta; estas se detallan a continuación en el siguiente cuadro.

Cuadro N° 49: Estrategias de Comercialización

ESTRATEGIA	CANAL	GRUPO OBJETIVO
Difusión de la Ruta Agroturística por medio de redes sociales.	Facebook Instagram Twitter	<ul> <li>Público en general a nivel nacional e internacional</li> </ul>
Creación de trípticos y afiches promocionales	Gads y agencias de viajes	<ul><li>Público en general</li><li>Turistas Nacionales y de la región</li></ul>
Elaboración de un paquete turístico para promocionar la ruta	Gads y agencias de viajes	<ul><li>Estudiantes</li><li>Turistas Nacionales y de la región</li></ul>
Promocionar la ruta a través de la prensa escrita y revistas turísticas	Diario La Hora Periódico de Gonzanamá "Mi Región" Revistas	<ul> <li>Público en general</li> <li>Turistas Nacionales y de la región</li> </ul>
Colocación de una valla publicitaria en un lugar estratégico	Valla Publicitaria	Público en general
Diseño de souvenirs para la promoción turística de la ruta	Gads y agencias	Consumidores

Fuente: Trabajo de campo

#### 6.4.2. Comercialización

El proceso de comercialización se lo realizará en aquellos organismos que influyen en el ámbito turístico como las agencias de viaje, el Gobierno Provincial de Loja, los GAD´s administrativos; además de hacer partícipes a los dueños de las fincas por donde va a incurrir la ruta Agroturística.

#### 6.4.3. Cliente objetivo

Los servicios a brindarse en la ruta están diseñados para todo tipo de turistas con una buena capacidad física para acceder a sitios difíciles de entrar, ya que la ruta se combina con caminatas; así mismo hay lugares de fácil acceso donde el transporte facilita el libre acceso hacia atractivos turísticos, por lo que la ruta Agroturística se adapta para hombres y mujeres entre edades de 16 a 65 años de edad.

#### Meta

Se tiene como finalidad lograr que los turistas tengan una nueva alternativa de hacer turismo visitando los espacios propuestos para realizar agroturismo generando un desarrollo local en beneficio de la comunidad.

#### **Políticas**

Los Organismos competentes como los gobiernos autónomos descentralizados de Nambacola y Gonzanamá desarrollaran la promoción mensual.

Los actores principales como los dueños de las fincas o haciendas mantendrán los diferentes espacios adecuados para que se dé una promoción acorde a la realidad.

Los GADs competentes y los actores involucrados en la ruta utilizarán los distintos medios de comunicación para la promoción, en donde difundirán el respectivo producto presentando diseños óptimos y de fácil interpretación para el turista sobre esta modalidad de turismo.

#### Responsable:

- GAD Gonzanamá
- GAD Nambacola
- Dueños de las fincas.
- Propietarios de los negocios.

#### 6.4.4. Diseño de las Estrategias de Promoción

#### **Redes Sociales**

#### **Facebook**

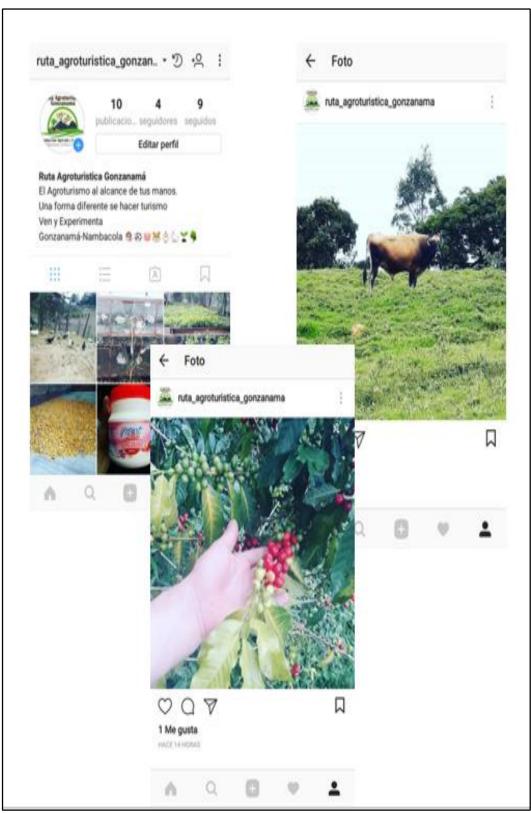
Figura N° 27: Publicidad en Facebook



Fuente: Trabajo de Campo

# Instagram

Figura N° 28: Publicidad en Instagram



#### **Twitter**

Figura N° 29: Publicidad en Twitter



Fuente: Trabajo de Campo

#### **Afiche**

Ruta Agroturística Gonzanamá Vna nueva forma de hacer turismo Fondo Verde Finca del Seño Manuel Sarango Parroquia Et Agrobitions at alcance de les mains Nambacola Molienda del Señor 6 Hernel Cueva arceta demostrativa Hagienda "El Toldo" Parroquia Urbana 4 Artesanias de Gonzanama 2 abrica de lacteos ZANAMA MMCC" Centro R GAD Nambacola

Figura N° 30: Afiche Formato A3

Fuente: Trabajo de Campo

### Tríptico. Anverso

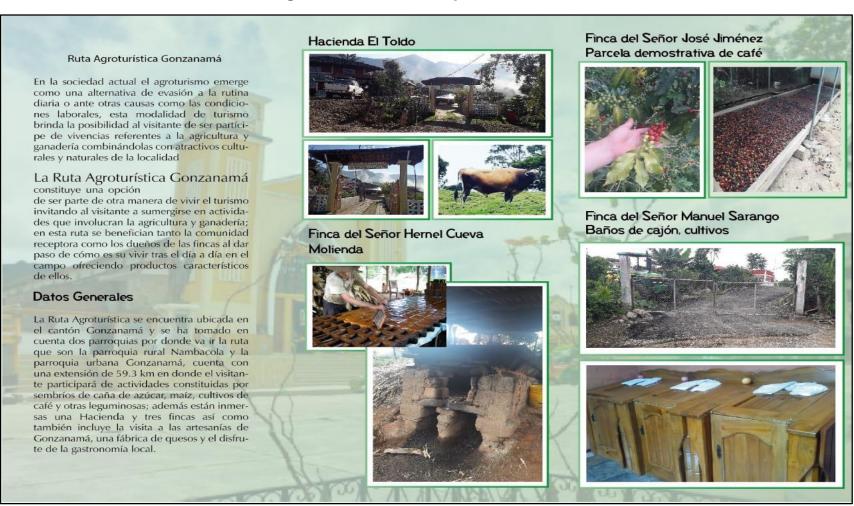
Ruta Agroturística Ruta Agroturística Gonzanamá Gonžanamá Ruta Agroturística Gonzanamá Ruta Agroturística Gonzanamá LEYENDA ecuador Ruta Agroturística Via tastrada Curvas de Nivel

Figura N° 31: Diseño Tríptico Formato A4

Fuente: Trabajo de Campo

#### Tríptico. Reverso

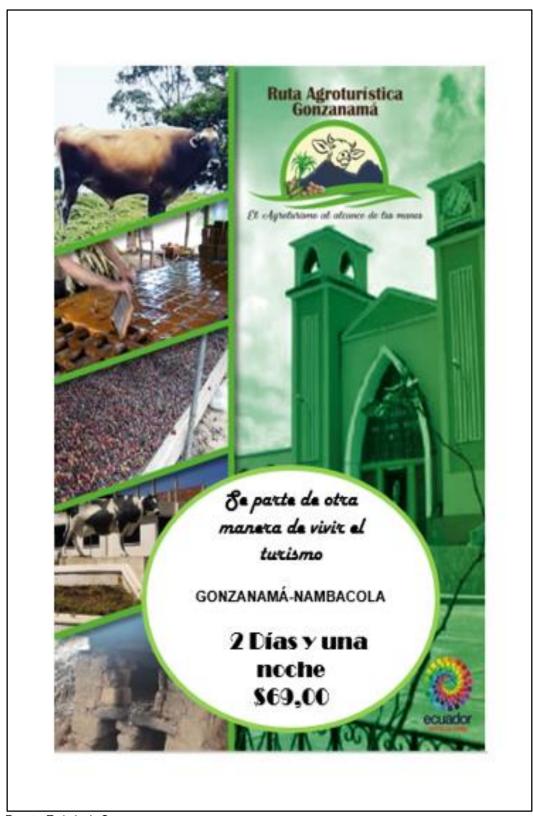
Figura N° 32: Diseño Tríptico Formato A4



Fuente: Trabajo de Campo

# **Paquete Turístico**

Figura N° 33: Diseño del Paquete Turístico (Primera Página)



Fuente: Trabajo de Campo

Figura N°34: Diseño del Paquete Turístico (Segunda Página)



Fuente: Trabajo de Campo

Figura N° 35: Diseño del Paquete Turístico (Tercera Página)



Fuente: Trabajo de Campo

Figura N°34: Diseño del Paquete Turístico (Cuarta Página)



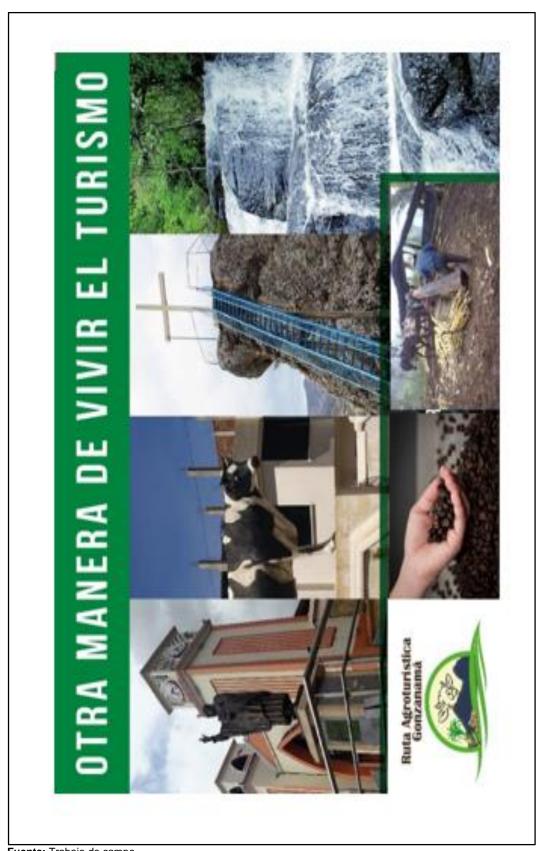
Fuente: Trabajo de Campo

Figura N° 37: Diseño del Paquete Turístico (Quinta Página)



Fuente: Trabajo de campo

Figura N° 38: Diseño del Paquete Turístico (Sexta Página)



#### Prensa Escrita

Figura N° 39: Contenido de la propuesta para el periódico y la revista

# Gonzanamá se aventura a una nueva modalidad de Turismo con una Ruta Agroturística





La Ruta Agro turística Gonzanamá constituye una opción de ser parte de otra manera de vivir el turismo invitando al visitante a sumergirse en actividades que involucran la agricultura y ganaderia-, en esta ruta se benefician tanto la comunidad receptora como los dueños de las fincas al dar paso de cómo es su vivir tras el día a día en el campo ofreciendo productos característicos de ellos.

La Ruta donde se combina lo agro con el turismo se encuentra ubicada en el cuntón Gonzanamá y se ha tomado en cuenta dos parroquias por donde va ir la ruta que son la parroquia rural Nambucola y la parroquia Urbana Gonzanamá; cuenta con una extensión de 59.3 km de recorrido en donde el visitante participará de actividades constituidas por sembrios de caña de azúcar, maiz, cultivos de café y otras leguminosas; además están inmersas una Hacienda y tres fincas así como también incluye la visita a las artesanías del casco urbano del cantón, una fábrica de quesos y el disfrute de la gastronomía local.

Para mayor información contactarse a los números 0980222392-073103518 o al correo @gadgonzanamá.

Fuente: Trabajo de Campo

#### Diario La Hora

Figura N° 40: Propuesta periódico La Hora



Fuente: Trabajo de Campo

Elaboración: Jhonny Stalin Chuquimarca Jaramillo

#### Periódico "Mi Región"

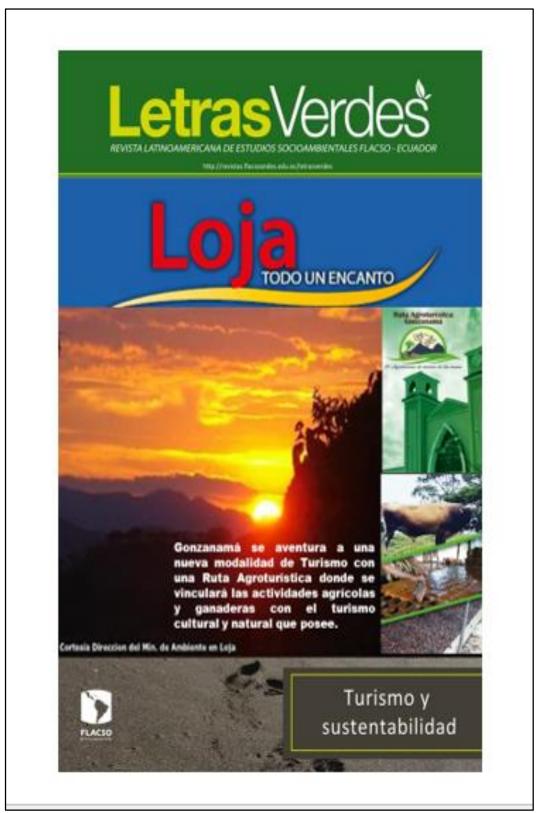
Figura N° 41: Propuesta periódico "Mi Región"



Fuente: Trabajo de Campo

#### Revista

Figura N° 42: Propuesta Revista



Fuente: Trabajo de Campo

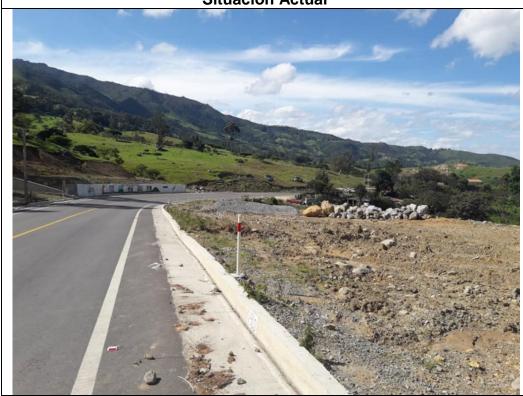
# Valla Publicitaria

# FICHA N° 20: VALLA PUBLICITARIA

SISTEMA DE SEÑALETICA TURISTICA			
TIPO DE SEÑAL:	Valla Turística	COORDENADAS:	
		Latitud: -4.217982	
		Longitud: -79.426502	
FUNCION:	UBIC	ACIÓN:	
Informar la presencia de una Ruta		tes de ingresar a la	
Agroturística en el Cantón Gonzanamá.	cabecera cantonal d	e Gonzanamá a 2115	
	m.s.n.m.		
MATERIALES:			
Sustrato:			
La estructura en su conjunto será tratada	12	AYZAMAYA	
con un fondo anticorrosivo, promotor de		8,00m	
adherencia y dos manos de esmalte		I ACTION	
automotríz brillante en el color que se	nonem de vivir el		
establecerá oportunamente.	turismo.		
ociaziosera oportamamento.	Ruta Agraturbilica	Althorities All	
Plintos con armadura de hierro: Es un	Genranamá	THE STATE OF THE S	
cubo de hormigón de 1,20 x 1,20 x 2,00	CASA	TOTAL CONTRACTOR	
m (210 kg/cm2) con una armadura de			
hierro constituida por 12 varillas de 2,00	Produceble Apricols V Benedica	STATE AND	
mm de longitud x 24 mm de diámetro de	Allerton Coloreda and	der Mittel ()	
hierro corrugado fy'= 4200 kg/cm2			
(NORMA INEN).			
	.8		
Pantallas: El ensamble se realizará	11,20m		
mediante pernos, que permitirán	E		
eventualmente desmontar o adicionar			
pantallas, todos estos elementos se			
realizarán en plancha de 6 mm de			
espesor.			
Poste (Estructura Tubular): La			
estructura tubular de 780 mm de			
diámetro y 12,00 m de longitud, se			
conseguirá mediante la superposición			
de tramos de tubo de 1,22 m de altura			
resultado de barolar planchas de hierro			
negro de 1,22 x 2,44 metros.			
	L		
		7	
MANTENIMIENTO: Se deberá revisar la	COSTO:		
señalética en un periodo conveniente de			
un año, por caso de deterioro de la	\$2.0	00,00	
misma o vandalismo; así mismo el			
fabricante deberá brindar garantía del			
trabajo realizado.			
OBSERVACION:		- I.I.B.W L. C L L.	
La señalética propuesta está basada en e	ei ivianual de Senalética	a del Ministerio de	
Turismo.			

# **FOTOGRAFIA N° 20**

# Diseño y Propuesta de Señalética Situación Actual



Propuesta de la Señalética



#### **Souvenirs**

#### **Camisetas**

Figura N°43: Diseño de camisetas



Fuente: Trabajo de Campo Elaboración: Jhonny Chuquimarca

#### **Gorras**

Figura N°44: Diseño de gorras



Fuente: Trabajo de Campo Elaboración: Jhonny Chuquimarca

#### **Jarros**

Figura N° 45: Diseño de jarros



Fuente: Trabajo de Campo Elaboración: Jhonny Chuquimarca

#### Llaveros

Figura N° 46: Diseño de llaveros



#### Resultados esperados

Se espera que con las estrategias de comercialización y promoción se pueda generar un mayor conocimiento de la ruta Agroturística, así mismo que los habitantes de las parroquias sigan con iniciativas de productividad en los aspectos agrícolas y ganaderos para que se mantenga la ruta generando ingresos adicionales para los productores y contribuyendo al desarrollo local del cantón no perdiendo y rescatando siempre las costumbres y tradiciones de un pueblo.

#### **Indicadores**

Redes sociales: En la actualidad la mejor forma de promoción es el internet para lo cual las redes sociales juegan un papel muy importante ya que captan la atención de un público a nivel mundial por eso se ha creído conveniente utilizarlas para difundir la ruta Agroturística y todo lo que ofrece difundiéndola de una manera adecuada para la afluencia de visitantes.

**Afiche:** Otra manera de promocionar nuestro producto es el afiche, en donde se puede observar algunos de los atractivos y actividades turísticas que se pueden desarrollar en la ruta, así como también el mapa que comprende la ruta Agroturística.

**Tríptico:** El tríptico se divide en 6 pequeñas partes en donde se detalla desde la parte principal que consta de una imagen principal con la marca y el nombre de la ruta, consecuentemente se encuentra el mapa de la ruta con la respectiva leyenda, para dar paso a una pequeña introducción y datos generales, se puede observar también algunas fotografías de las fincas y de la hacienda que integran la ruta.

Paquete Turístico: Se realizó el respectivo paquete turístico con una duración de dos días y una noche; consta de 6 páginas full color con imágenes acordes a las actividades que se van a realizar por día, se especifica el itinerario que se va a emplear con lo que incluye y lo que no incluye y el precio que se va a manejar para su venta.

**Prensa Escrita:** Se realizará la promoción y difusión a través del periódico "La Hora" que cubre a nivel nacional y local; y, el periódico "Mi Región" que cubre a nivel sectorial de los cantones; además de solicitar espacio en revistas que promocionen el turismo.

Valla Publicitaria: La valla turística publicitaria se ubicará en un lugar estratégico antes de llegar a la cabecera cantonal Gonzanamá por la vía panamericana E35, contendrá la marca respectiva de la ruta, con una fotografía del lugar y con un mensaje que invite a las personas a ser parte de esta ruta Agroturística.

**Suvenires:** Se realizó este material de publicidad indirecto para generar un recuerdo físico de la ruta y se obsequiaran a aquellas personas que compren el paquete turístico, se diseñaron camisetas polo, gorras, jarros y llaveros, todos estos con el respectivo logotipo de la ruta.

#### Presupuesto:

Cuadro N° 50: Presupuesto de Promoción y Difusión

Cantidad	Detalle	P. unitario	Precio Total
2 al mes	Periódico	50,00	100,00
2 Anual	Revistas	100,00	200,00
1 Anual	Valla Publicitaria Turística	2000,00	2000,00
500 Anual	Tríptico	0.25	125,00
500 Anual	Afiches	0.15	75,00
100 Anual	Impresión de paquetes turísticos	0.50	200,00
25	Camisetas polo	10.00	250,00
25	Gorras	5.00	125,00
50	Jarros	2.00	100,00
50	Llaveros	1.75	87,50
	TOTAL		3,262.50

Fuente: Trabajo de Campo

Elaboración: Jhonny Stalin Chuquimarca Jaramillo

# 7. DISCUSIÓN

Para el desarrollo del presente tema de tesis se propuso el siguiente tema: Propuesta de Ruta Agroturística para las Parroquias Nambacola y Gonzanamá del Cantón Gonzanamá, Provincia de Loja. Para cumplir con el desarrollo del tema antes mencionado se plantearon los siguientes objetivos:

Realizar un Diagnóstico Turístico de las Parroquias Nambacola y Gonzanamá; en la cual se aplicó la ficha de caracterización de comunidades de Carla Ricaurte, la misma que ayudo a obtener la información requerida de los sectores; así mismo se utilizó la técnica de observación directa para llevar a cabo la aplicación de las fichas de inventario, resumen y jerarquización del Mintur, en las cuales se evidencio el estado actual de los atractivos; también se aplicó la técnica de la entrevista, la misma que se llevó a cabo con el fin de obtener la matriz FODA respectivo de las parroquias.

Como segundo objetivo se planteó: Elaborar la Propuesta de la Ruta de Agroturismo para las Parroquias Nambacola y Gonzanaamá; para el desarrollo de este objetivo se utilizó el GPS para obtener las coordenadas geográficas de los sitios, así como de los atractivos y la debida señalética por donde se propone la ruta; así también se procedió a diseñar y elaborar una marca con el slogan identificativo del producto en donde además se realizó el respectivo guion e itinerario turístico detallando y dando a conocer la información de los puntos que se van a recorrer.

Finalmente, como tercer objetivo se propuso: Determinar las Estrategias de Comercialización para la Ruta Agroturística para las parroquias de Nambacola y Gonzanamá, para cumplir esto se establecieron las mejores estrategias de comercialización, en donde se determinó que la mejor forma de promoción es a través de las redes sociales, medios impresos y visuales; así como la implementación de una valla publicitaria, todo esto acompañado de suvenires como camisetas, jarros, gorros y llaveros.

#### 8. CONCLUSIONES

- El Cantón Gonzanamá es un centro de distribución agrícola y ganadero lo cual hace que se generen actividades relacionadas a la modalidad del Agroturismo.
- La Ruta Agroturística Gonzanamá se establece como una nueva alternativa de producto que incentiva a otros productores integrase a esta ruta.
- La Ruta Agroturística permite la promoción y difusión del cantón lo que conlleva a aumentar el turismo directa e indirectamente a los que están inmersos en este sector.
- El tema de investigación delimito que sectores tiene el potencial para que se desarrolle el agroturismo.
- El poco enfoque que tienen las competencias de los GAD's en el ámbito turístico no ayuda a buscar nuevas alternativas de turismo que ayuden al desarrollo de las parroquias.
- Las estrategias de comercialización en cuanto a la promoción y difusión son las que influyen para generar una demanda que incite al turista para que sea participe de esta nueva modalidad de turismo.
- Mediante el trabajo realizado se puede evidenciar que hay interés por parte de los productores en que se dé la ruta para obtener un ingreso adicional atreves de lo que ellos producen y ofrecen.
- La Propuesta de Ruta Agroturística busca generar un impulso turístico en cooperación con prestadores turísticos y propietarios de las fincas para lo cual las debidas capacitaciones ayudarían a vender el producto de una mejor manera.

#### 9. RECOMENDACIONES

- Se recomienda que los GAD,s tengan alianzas estratégicas con operadoras de turismo para impulsar los atractivos que poseen a nivel de parroquia.
- Se recomienda al GAD de Nambacola buscar alternativas con el organismo competente superior para tener un espacio donde las personas dedicadas a la agricultura y ganadería puedan sacar a la venta sus productos.
- Al departamento de Interculturalidad y Turismo de Gonzanamá para que la modalidad del Agroturismo entre como un factor importante entre sus competencias.
- A los prestadores de servicios turísticos para que se inserten en capacitaciones para que puedan brindar una mejor atención.
- Se recomienda a los dueños de las fincas que sigan produciendo de manera adecuada en pro de la ruta y la actividad turística.
- A los GAD's para que se adecue una nueva señalética facilitando la llegada de los turistas al lugar deseado, así como también se de mantenimiento en las vías de segundo y tercer orden.
- Se recomienda a los Gobiernos Autónomos Descentralizados de Gonzanamá y Nambacola dar facilidades de apoyo para que los productores puedan seguir trabajando en beneficio propio y de la localidad.
- A los GAD's competentes para que promocionen y difundan los recursos turísticos que poseen y las actividades agrícolas y ganaderas para fortalecer la propuesta y posibles proyectos relacionados a este sector a futuro.

#### 10. BIBLIOGRAFIA

- Abarca Zaquinaula, M. A. (2010). MONOGRAFÍA DEL CANTÓN GONZANAMÁ DE LA PROVINCIA DE LOJA. Loja.
- Cortes Rodriguez, N. (2012). Administración Turistica. Corporacion Unificada
   Nacional de Educaión Superior.
- Paucar Jumbo, M. I. (2012). Propuesta de Desarrollo del Agroturismo en la finca el Arenal de la Parroquia Nambacola del Cantón Gonzanamá. Loja.
- Urquiola Sánchez, C., & Lalangui Ramírez, J. (2016). La Ruta Agroturística y de Naturaleza Banagua de la Provincia El Oro. Revista Universidad y Sociedad, 128-134.

#### **NETGRAFIA**

- Anónimo. (4 de Julio de 2013). Agroturismo LOJA. Obtenido de Agroturismo
   LOJA: <a href="https://agroturismoloja.wordpress.com/">https://agroturismoloja.wordpress.com/</a>
- Blanco M., M., & Riveros S., H. (2010). Desarrollo de los agronegocios y la agroindustria rural en América Latina y el Caribe. Obtenido de El agroturismo como diversificación de la actividad agropecuaria y agroindustrial: file:///D:/Downloads/El\_agroturismo\_como\_-\_Marvin\_Blanco\_M%20(1).pdf
- Ceres Ecotur. (04 de Noviembre de 2013). La consolidación del ecoagroturismo. Obtenido de Ceres Ecotur.es: http://ceresecotur.com/turismo-rural-responsable/la-consolidacion-del-ecoagroturismoen-panama-del-sueno-la-realidad/
- Coppin, L. (2015). Ecoturismo y America Latina. Obtenido de https://www.estudiosenturismo.com.ar/search/PDF/V1n1a1.pdf
- CRACYP. (s.f). Progreso Verde. Obtenido de CRACYP: http://www.progresoverde.org/sobre.html
- FAVA. (2016). Formación en Ambientes Virtuales de Aprendizaje. Obtenido de
   Diseño de Rutas Turisticas:

- https://senaintro.blackboard.com/bbcswebdav/institution/semillas/634122\_ 1 VIRTUAL/OAAPs/OAAP4 Fase2/swf/aa3 oa2/utilidades/oa.pdf
- GAD Parroquial Nambacola. (2015). Plan de Desarrollo y Ordenamiento
   Territorial.
   Obtenido de http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL\_SNI/data\_sigad\_plus/sigadplusdiagnostico/1160024500001
   \_DIAGNOSTICO\_30-10-2015\_23-57-02.pdf
- GoRaymi. (2015). GoRaymi. Obtenido de Gonzanamá: https://www.goraymi.com/es-ec/gonzanama/ciudades/gonzanamaa0e05537c
- Henao, F. (2015). Articulos Turisticos. Obtenido de Agroturismo: http://www.turismoecuador.com/espanol/articulospub/11.htm
- Marquez, A. (13 de Julio de 2011). corbuse\_turismo. Obtenido de Clasificacion de Atractivos Turisticos: http://corbuseturismo.blogspot.com/2011/07/clasificacion-de-atractivosturisticos.html
- Ministerio de Agricultura y Ganaderia (MAG). (s.f.). Obtenido de En la parroquia El Airo, Loja, diversifican producción en huertas familiares: http://www.agricultura.gob.ec/en-la-parroquia-el-airo-loja-diversificanproduccion-en-huertas-familiares/
- Ministerio de Turismo (MINTUR). (2 de Septiembre de 2009). Estudi
   Agroturismo en Ecuador. Obtenido de
   https://jorgepaguay.files.wordpress.com/2011/10/formacion-red agroturismo-mintur-2009.pdf
- Ministerio de Turismo (MINTUR). (2017). Guia Metodológica para la jerarquizacion de atractivos y Generacion de espacios en el Ecuador . Obtenido de Ministerio de Turismo : http://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/Par te1\_GuiaMetodologicaInventarioGeneracionEspacioTuristico2017\_2daEd.pdf

- MINTUR. (Octubre de 2017). GUÍA METODOLÓGICA PARA LA JERARQUIZACIÓN
   DE ATRACTIVOS Y GENERACION DE ESPACIOS TURISTICOS DEL ECUADOR 2017.
   Obtenido de Clasificación de los Atractivos Turisticos:
   http://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/Gui
   a MetodologicaInventarioAtractivosGeneracionEspacios2017.pdf
- MINTUR. (2017). Manual de instrucciones para levantamiento de información en territorio. Obtenido de http://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/ane xoParte2\_AsociacionEspacioTuristico\_GuiaLevantamientoAtractivosTuristicos 2017\_2daEd.pdf
- Montecinos Torres, A. (6 de Julio de 2013). GASTROPEREGRINO. Obtenido de Definiciones Turismo Gastronómico: https://peregrinogastrosofo.wordpress.com/2013/07/06/definicion-turismogastronomico/
- Municipio de Gonzanamá. (2015). GAD Gonzanamá. Obtenido de Reseña
   Historica: http://www.gonzanama.gob.ec/
- Organizacion Mundial de Turismo (OMT). (2017). Obtenido de Organismo
   Especializado de las Naciones Unidas, Organizacion Mundial de Turismo.:
   http://www2.unwto.org/es/press-release/2017-01-17/el-turismo-internacional-mantiene-un-crecimiento-sostenido-pese-las-dificul
- Quintana Canessa, F. (24 de 07 de 2013). ISSUU. Obtenido de Introducción al Agroturismo:https://issuu.com/franciscoquintanacanessa/docs/unidad\_i\_introducci\_\_n\_al\_agroturis
- Ricaurte Quijano, C. (2009). Manual de diagnostico turistico local. Obtenido de Guia para planificadores: http://unrn.edu.ar/blogs/pt/files/2013/03/6-Ricaurte09-GuiaPlanTuris-ver-fichas-al-final-post-2007.pdf
- Riveros, H., & Blanco, M. (2010). Obtenido de El agroturismo como diversificación de la actividad agropecuaria y agroindustrial:

- http://www.pa.gob.mx/publica/rev\_49/Análisis/el\_agroturismo\_como\_-Marvin Blanco M..pdf
- Sayadi, S., & Calatrava, J. (23 de Abril de 2001). Cuadernos de Turismo.
   Obtenido de AGROTURISMO Y DESARROLLO RURAL: http://revistas.um.es/turismo/article/viewFile/22091/21381
- SERNATUR. (Julio de 2008). SERNATUR-Departamento de Planificación.
   Obtenido de Glosario de Turismo: http://www.fedetur.org/otros\_estudios\_y\_publicaciones/Glosario-de-Turismo-2008-SERNATUR.pdf
- Simon, X., Gil Pereira, C., & Carpintero, P. (2011). PASOS. Revista de Turismo y
   Patrimonio Cultural. Obtenido de Proyecto de agroturismo en la comarca de
   Terra de Lemos. (Galicia):
   http://www.pasosonline.org/Publicados/9211/PS0211\_11.pdf
- Universidad Austral de Chile. (2014). Escuela Administración Empresas de Turismo. Obtenido de Rutas de Turismo: http://www.gestionturistica.cl/biblioteca/tesis/pregrado/uach/doc/AR\_cuer po.pdf
- Universidad Austral de Chile. (2015). Universidad Austral de Chile. Obtenido de Escuela Administración Empresas de Turismo: http://www.gestionturistica.cl/biblioteca/tesis/pregrado/uach/doc/AR\_cuer po.pdf

#### 11.ANEXOS

# **ANEXO 1: Anteproyecto de Tesis**



# UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA FACULTAD JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA CARRERA DE ADMINISTRACION TURISTICA

"PROPUESTA DE RUTA AGROTURISTICA PARA LAS PARROQUIAS NAMBACOLA Y GONZANAMÁ DEL CANTÓN GONZANAMÁ, PROVINCIA DE LOJA"

> ANTEPROYECTO DE TESIS PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TITULO DE INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN TURISTICA

AUTOR

**Jhonny Stalin Chuquimarca** Jaramillo

Loja-Ecuador 2017

# 1. TEMA

"PROPUESTA DE RUTA AGROTURISTICA PARA LAS PARROQUIAS NAMBACOLA Y GONZANAMÁ DEL CANTÓN GONZANAMÁ, PROVINCIA DE LOJA"

# 2. PROBLEMÁTICA

En los últimos años el turismo ha ido evolucionando, según el último número del Barómetro OMT del Turismo Mundial, las llegadas de turistas internacionales aumentaron un 3,9 % hasta situarse en los 1.235 millones, alrededor de 46 millones de turistas más. (Organizacion Mundial de Turismo (OMT), 2017)

El crecimiento de las llegadas en este período fue impulsado por la demanda de turismo emisor proveniente de los principales mercados emisores. En particular, el Canadá, China, la República de Corea, España, los Estados Unidos, Francia y el Reino Unido han continuado informando de un fuerte crecimiento de sus gastos del turismo emisor, la demanda turística ha aumentado, apuntando a un fuerte crecimiento en todos los aspectos relacionados con esta industria; uno de los aspectos que más destaca dentro de esta rama es el dedicado a las actividades agrícolas y ganaderas llamado el Agroturismo; por lo general esta modalidad se da en medios rurales alejados de los sectores urbanizados y que en sí trata de que las personas conozcan más de como es el ambiente en espacios abiertos como los campos, fincas, granjas, haciendas, etc., y de que estas personas disfruten de todo lo que se puede dar en estos espacios; aquí se pueden desarrollar las actividades productivas utilizando de buena manera los recursos que poseen como (suelo, vegetación, fauna, agua, etc.) y de esta manera poder lograr una verdadera atracción a los visitantes locales y extranjeros.

El agroturismo a nivel internacional representa una actividad minoritaria, que apenas representa entre 5% y 10% del turismo rural en países como España. Ha sido poco estudiada y aún no es reconocida en muchos países como una oferta diferenciada del turismo rural. Sin embargo, los cambios de hábitos de los turistas están provocando un crecimiento de la demanda, ante la cual se han desarrollado productos como los tours de café, muy de moda en América Central, México y Colombia. (Riveros & Blanco, s.f.). En Panamá se ha optado por incentivar emprendimientos en donde están

enfocadas como eje principal las fincas y que cada una de estas opte por tener buenas ideas que conlleven al crecimiento turístico sostenible, dándoles sus respectivas licencias acorde a lo establecido por el ministerio regulador. (Ceres Ecotur, 2013)

En Ecuador la Corporación Red Arborizadora Campo y Progreso (CRACYP), ha sido un fuerte impulsador de esta modalidad de Turismo; su misión es desarrollar la parte social, económica y pone énfasis en el ambiente. Un buen ejemplo de esto se da en la comunidad de San Luis de Pambil, de la Provincia de Bolívar; ellos han optado que los turistas acudan a ir a su entorno en un llamado "Agro-Turismo Vacaciones "en donde los turistas experimentan la vida verdadera del Ecuador; donde serán parte de las cosechas del lugar, exploración de la zona, cabalgatas, encuentro con ganado, montañismo, visitar sus petroglifos y sus bosques. (CRACYP, s.f)

Así, ecuador está optando por un cambio para generar Turismo sostenible dentro del país, y es tanto su esfuerzo que las Provincias como el Guayas y los Ríos cuentan ya con iniciativas en base al agroturismo como lo es la "Formación de una Red de Agroturismo en las dos provincias" (Ministerio de Turismo (MINTUR), 2009), y la provincia de Loja no es la excepción claro es el ejemplo de la Asociación de Productores de Café de Altura y Comercialización de Productos Agropecuarios de El Airo (APROCAIRO), que es una organización creada en el 2005 como grupo de interés, cuya legalidad es lograda en el año 2007 en el Ministerio de Comercio Exterior, Industria, Pesca y Competitividad (MICIP). Donde se encuentran inmersos doscientos productores de la parroquia El Airo, del cantón Espíndola, de la provincia de Loja, que forman parte del grupo de beneficiados del proyecto "Diversificación de la Huerta Familiar Campesina en la parroquia El Airo, del cantón Espíndola", que es un aporte al desarrollo del agroturismo dentro de esta zona. (Ministerio de Agricultura y Ganaderia (MAG), s.f.)

En el Cantón Gonzanamá de la provincia de Loja este tipo de turismo no ha logrado obtener un desarrollo local adecuado a pesar de contar con los recursos necesarios como lo son la agricultura, ganadería y maneras ancestrales de producción como la dispersión de ceniza en las superficies destinadas al cultivo luego de una vez quemada la vegetación ya que esto hace que el suelo sea más productivo; las parroquia rural Nambacola y la parroquia urbana Gonzanamá poseen atractivos naturales y culturales para desarrollar agroturismo, sin embargo su principal problema es la escasa promoción de estos lugares como destino turístico, lo cual es generado en parte por el desconocimiento de esta actividad lo que provoca poca afluencia de turistas; además la poca accesibilidad a los sectores donde se puede generar esta modalidad de turismo como lo son las fincas, debido a que no se cuenta con el apoyo de los organismos competentes que se encargan del mejoramiento de las vías de acceso hacia los distintos lugares; así mismo la falta de personal capacitado provoca la inexistencia de nuevos productos turísticos que ayuden a mejorar la calidad de vida de la población.

Con estos antecedentes se determina que el principal problema de las parroquias Nambacola y Gonzanamá es la falta de un producto turístico integrador, para lo cual se propone una ruta de agroturismo que ayude a contribuir con el desarrollo de la población local.

# 3. JUSTIFICACIÓN

Como estudiante de la Carrera de Administración Turística de la Facultad Jurídica, Social y Administrativa de la universidad Nacional de Loja, además sin dejar pasar por alto la misión social del centro educativo con la colectividad y previo a la obtención del Título de Ingeniero en Administración Turística, se ha procedido a desarrollar el presente proyecto de tesis denominado "PROPUESTA DE RUTA AGROTURISTICA PARA LAS PARROQUIAS NAMBACOLA Y GONZANAMÁ DEL CANTÓN GONZANAMÁ, PROVINCIA DE LOJA", poniendo en práctica los conocimientos adquiridos durante el periodo de enseñanzas y aprendizajes académicos de la carrera.

El turismo en el ámbito económico, se constituye en una de las principales fuentes de generación de recursos en el país, beneficiando a toda la sociedad; esto permite a los pobladores contar con ingresos para mejorar su calidad de vida y para el desarrollo local de estas parroquias y del cantón; esto se logrará potencializando y promocionando el Agroturismo como una ruta establecida, en donde contará con atractivos naturales y culturales para que sean visitados por turistas locales, nacionales e internacionales.

Dentro de la parte social la presente propuesta servirá como fuerza integradora para favorecer a la comunidad local donde se va a ejercer la Ruta Agro turística de las parroquias, con la finalidad de generar nuevas oportunidades de trabajo y dejar conocimiento para las nuevas generaciones sobre esta modalidad de turismo que favorece al desarrollo social convirtiéndose en una nueva forma de producción que ayudará al fortalecimiento del Cantón.

En el ámbito turístico la parroquia rural Nambacola y la parroquia urbana Gonzanamá del Cantón del mismo nombre cuenta con diferentes atractivos naturales y culturales, aplicando la ruta agro turística se podrá brindar al turista facilidades para llegar al lugar y que estos acudan hacia los

diferentes puntos contemplados para la ruta; como propósito principal esta modalidad de turismo tiene la finalidad de promover y potencializar la visita al Cantón Gonzanamá mediante el Agroturismo involucrando a la comunidad en la actividad turística con el fin de ofrecer un producto turístico carente en el lugar.

En el aspecto cultural la ruta agro turística permitirá el rescate del valor cultural de las parroquias fortaleciendo los atractivos turísticos de los sectores ya mencionados y del Cantón; además facultará el conocimiento de las maneras ancestrales de producción para que se sigan manteniendo de generación en generación de tal manera que el turista aprecie y comprenda todo lo que concierna en esta actividad, ya que es el sustento de vida de muchas familias y por lo tanto una forma cultural de subsistir.

#### 4. OBJETIVOS

## 4.1. Objetivo General

 Contribuir al desarrollo turístico de las parroquias Nambacola y Gonzanamá a través del diseño de una ruta agro turística.

### 4.2. Objetivos Específicos

- Realizar un diagnóstico turístico de las parroquias Nambacola y Gonzanamá del Cantón Gonzanamá, Provincia de Loja.
- Elaborar la propuesta de la ruta de Agroturismo para las parroquias
   Nambacola y Gonzanamá del Cantón Gonzanamá, Provincia de Loja.
- Determinar las estrategias de comercialización para la Ruta de Agroturismo para las parroquias Nambacola y Gonzanamá del Cantón Gonzanamá, Provincia de Loja.

#### 5. ESQUEMA DE MARCO TEORICO

#### 5.1. MARCO CONCEPTUAL

- **5.1.1.** Concepto de Turismo
- **5.1.2.** Clasificación del Turismo
- 5.1.3. Tipos de Turismo
- **5.1.3.1.** Concepto de Agro Turismo
- 5.1.3.2. El Agro Turismo en el Ecuador

## 5.1.4. Diagnostico Turístico

- 5.1.4.1. Matriz de Carla Ricaurte Quijano
- **5.1.4.2.** Pasos para elaborar el Diagnostico Turístico
- **5.1.5.** Inventario de Atractivos Turísticos
- 5.1.6. Atractivos Turísticos Culturales
- **5.1.7.** Atractivos Turísticos Naturales
- 5.1.8. Concepto de Ruta Turística
- 5.1.9. Elementos de una Ruta Turística

# 5.1.10. Tipos y Diseño de Ruta

- 5.1.10.1. Ruta Agro Turística
- 5.1.11. Difusión de los Atractivos Turísticos
- **5.1.12.** Apoyo Publicitario

#### 5.2. MARCO REFERENCIAL

- 5.2.1. Datos Generales del Cantón Gonzanamá
- 5.2.2. Antecedentes Geográficos
- **5.2.2.1.** Ubicación
- **5.2.2.2.** Limites
- 5.2.3. Ámbitos Generales de las Parroquias Nambacola y Gonzanamá
- 5.2.3.1. Atractivos Turísticos
- 5.2.3.2. Producción Agrícola
- 5.2.3.3. Producción Pecuaria
- 5.2.3.4. Gobernanza

#### 6. METODOLOGÍA

#### 6.1. Métodos

#### 6.1.1. Método Analítico

Este método consiste en clasificar, sintetizar y ordenar la información acerca del proyecto, analizando cada uno de los atractivos que tiene el cantón Gonzanamá con la finalidad de proponer una ruta Agro turística integrando a los actores principales en esta actividad.

#### 6.1.2. Método Sintético

Este método será utilizado para un análisis de los resultados bibliográficos, así también se podrá evidenciar las facilidades y dificultades que tiene el Cantón Gonzanamá; se procederá a elaborar la ruta agro turística tomando en cuenta las necesidades de las parroquias a tratar para poderlas integrar a la actividad turística.

#### 6.1.3. Método Inductivo

A través del método inductivo se podrá estudiar las particularidades de cada lugar por donde se establecerá ruta con la finalidad de determinar su incidencia social y económica de dichos sectores sin obviar las incidencias a nivel del cantón ya que se tendrá una visión más global de lo que se desea emplear.

#### 6.1.4. Método Deductivo

Se podrá determinar las respectivas conclusiones en base a la problemática, necesidades y propuestas que tengan criterios técnicos en aspectos turísticos para beneficio y mejoramiento de los atractivos fomentando el potencial turístico del sector.

#### 6.2. Técnicas

#### 6.2.1. Técnica de Observación Directa

La técnica de observación directa permitirá evidenciar la situación actual en el ámbito turístico del Cantón Gonzanamá y las parroquias por donde se propondrá la Ruta Agro turística, para contribuir con el desarrollo local y así aportar con medidas que mitiguen la problemática planteada, optando por actividades que facilitan el desarrollo de cada uno de los objetivos.

#### 6.2.2. Entrevistas

Esta técnica consiste en un interrogatorio a los actores principales vinculadas con la actividad turística, ya que estas pueden dar información sobre el asunto investigado, entre ellos el GAD Cantonal, la unidad de turismo, empresarios turísticos, dueños de fincas y demás personas que se encuentren enlazados con el tema y crean propicio que haiga un desarrollo local adecuado.

#### 6.3. METODOLOGÍA POR OBJETIVOS

Para el cumplimiento del primer objetivo específico: Realizar un diagnóstico turístico de las parroquias Nambacola y Gonzanamá del Cantón Gonzanamá, Provincia de Loja.

Se utilizará el método analítico el mismo que permitirá realizar un análisis del entorno del atractivo, con el fin de conocer la realidad del mismo Se empleará la matriz de diagnóstico turístico de Carla Ricaurte Quijano (*Ver Anexo 1*) ajustándola a la realidad del cantón y sus parroquias, se tomarán como fuentes principales las tesis, trabajos investigativos y otros estudios que residen en el GAD municipal del cantón y en el GAD de las parroquias, los cuales permitirán obtener la información fiable del lugar. De igual forma los métodos sintético, inductivo y deductivo serán utilizados para el desarrollo de la tesis, se procederá a llenar la ficha de atractivos turísticos del MINTUR (*Ver Anexo 2*); en esta nueva ficha también se va a inventariar los atractivos turísticos y se los jerarquizará, para esto procederemos a

recurrir a la observación directa y otras fuentes de ayuda como los Planes de Ordenamiento Territorial de cada parroquia, en esta fase se podrá describir los diferentes atractivos y determinar su potencial turístico.

Para el cumplimiento del segundo objetivo específico: Elaborar la propuesta de la ruta de Agroturismo para la parroquia Nambacola y Gonzanamá del Cantón Gonzanamá, Provincia de Loja.

Partiendo del diagnóstico elaborado de la matriz de Carla Ricaurte. Se determinará la importancia de los atractivos a considerase para el diseño de la ruta agro turística, valiéndose de la metodología del MINTUR, y su ficha de campo; se realizará el trabajo de campo respectivo para establecer los puntos de la misma y la distancia que hay entre cada atractivo.

Posteriormente se considerará los componentes para la validación de rutas turísticas por el MINTUR, en la que se establecen lo componentes necesarios para su desarrollo.

En base al manual de señalética turística presentada por el MINTUR, se considerarán los pictogramas y señales turísticas, finalizando con un guion para la ruta agro turística.

Para el cumplimiento del tercer objetivo específico: Determinar las estrategias de comercialización para la Ruta de Agroturismo para las parroquias Nambacola y Gonzanamá del Cantón Gonzanamá, Provincia de Loja.

Una vez diseñado el producto de la ruta Agroturística, y presentada en los respectivos mapas en el que se visualiza los puntos y la señalética, se buscará las estrategias para dar a conocer el producto elaborado que pueden estar contempladas desde soportes publicitarios: (Tríptico, díptico, guía, video o maqueta).

# 7. CRONOGRAMA

ACTIVIDADES	ı	ME:	S 1			ΜE	S 2			ΜE	S 3			ME	S 4			ME	S 5			ME	S 6	
ACTIVIDADES			3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Elaboración del proyecto de tesis	X	X	X	X																				
Desarrollo del primer objetivo																								
Revisión de literatura					X	X																		
FASE DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN DE CAMPO																								
Aplicación de la Ficha de Diagnóstico Turístico de Comunidades						X	X	X	X	X														
Aplicación de Ficha de Caracterización de Demanda						X	X	X	X	X														
Ficha para el Levantamiento y Jerarquización de Atractivos Turísticos						X	X	X	X	X														
ANÁLISIS Y SISTEMATIZACIÓN DE RESULTADOS																								
Sistematización de los resultados obtenidos en el diagnóstico										X	X													
FODA												X												
Desarrollo del Segundo objetivo																								
Análisis institucional del sector turismo													X											
Diseño de la ruta turística													X	X										
Diseño del producto agro turístico														X	X									
Desarrollo del Tercer objetivo especifico																								
Diseño de estrategias de promoción y difusión																	X	X						
Elaboración de informe final																			X	X				
Correcciones																					X	X		
Trámites legales																						X	X	
Aprobación																								X

Fuente: Observación Directa Elaboración: Jhonny Chuquimarca Jaramillo

# 8. PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO

El presupuesto del trabajo de investigación será:

RECURSOS HUMANOS
Aspirante de la carrera de Administración Turística
Director de tesis
GAD Cantonal de Gonzanamá (Autoridades)
GAD Parroquial de Nambacola (Autoridades)

Nº	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
	Equip	os	
1	Computador	\$600,00	\$600,00
1	Cámara Fotográfica	\$150,00	\$150,00
1	Alquiler de GPS	\$200,00	\$200,00
1	Alquiler de Infocus	\$15,00	\$15,00
	Material bibl	iográfico	_
-	Libros(Fotocopias)	-	\$50,00
-	Internet	-	\$80,00
	Materiales d	le oficina	
3	Anillados	\$10,00	\$30,00
4	Empastados	\$38,00	\$152,00
	Moviliza	ción	
10	Transporte	\$12,00	\$120,00
30	Alimentación	\$3,00	\$60,00
	Otro	S	-
1	Señalética	\$1.000,00	\$1.000,00
1	Mapas	\$100,00	\$100,00
5%	Imprevistos	-	\$127.85
	TOTAL		\$2684.85

Fuente: Observación Directa

Elaboración: Jhonny Stalin Chuquimarca Jaramillo

# **Financiamiento**

El Autor del trabajo de investigación asumirá en su totalidad el financiamiento del proyecto.

# 9. BIBLIOGRAFÍA

- Abarca Zaquinaula, M. A. (2010). MONOGRAFÍA DEL CANTÓN GONZANAMÁ DE LA PROVINCIA DE LOJA. Loja.
- Anónimo. (4 de Julio de 2013). Agroturismo LOJA. Obtenido de Agroturismo LOJA: https://agroturismoloja.wordpress.com/
- Ceres Ecotur. (04 de Noviembre de 2013). La consolidación del ecoagroturismo. Obtenido de Ceres Ecotur.es: http://ceresecotur.com/turismo-rural-responsable/la-consolidacion-delecoagroturismo-en-panama-del-sueno-la-realidad/
- Coppin, L. (2015). Ecoturismo y America Latina. Obtenido de https://www.estudiosenturismo.com.ar/search/PDF/V1n1a1.pdf
- Cortes Rodriguez, N. (2012). Administración Turistica. Corporacion Unificada Nacional de Educaión Superior.
- CRACYP. (s.f). Progreso Verde. Obtenido de CRACYP: http://www.progresoverde.org/sobre.html
- FAVA. (2016). Formación en Ambientes Virtuales de Aprendizaje.
   Obtenido de Diseño de Rutas Turisticas: https://senaintro.blackboard.com/bbcswebdav/institution/semillas/6341 22\_1\_VIRTUAL/OAAPs/OAAP4\_Fase2/swf/aa3\_oa2/utilidades/oa.pdf
- GAD Parroquial Nambacola. (2015). Plan de Desarrollo y Ordenamiento
   Territorial. Obtenido de http://app.sni.gob.ec/sni-

- link/sni/PORTAL\_SNI/data\_sigad\_plus/sigadplusdiagnostico/11600245 00001\_DIAGNOSTICO\_30-10-2015\_23-57-02.pdf
- GoRaymi. (2015). GoRaymi. Obtenido de Gonzanamá: https://www.goraymi.com/es-ec/gonzanama/ciudades/gonzanamaa0e05537c
- Henao, F. (2015). Articulos Turisticos. Obtenido de Agroturismo: http://www.turismoecuador.com/espanol/articulospub/11.htm
- Marquez, A. (13 de Julio de 2011). corbuse\_turismo. Obtenido de Clasificacion de Atractivos Turisticos: http://corbuseturismo.blogspot.com/2011/07/clasificacion-de-atractivos-turisticos.html
- Ministerio de Agricultura y Ganaderia (MAG). (s.f.). Obtenido de En la parroquia El Airo, Loja, diversifican producción en huertas familiares: http://www.agricultura.gob.ec/en-la-parroquia-el-airo-loja-diversificanproduccion-en-huertas-familiares/
- Ministerio de Turismo (MINTUR). (2 de Septiembre de 2009). Estudi
   Agroturismo en Ecuador. Obtenido de
   https://jorgepaguay.files.wordpress.com/2011/10/formacion-red agroturismo-mintur-2009.pdf
- Ministerio de Turismo (MINTUR). (2017). Guia Metodológica para la jerarquizacion de atractivos y Generacion de espacios en el Ecuador.
   Obtenido de Ministerio de Turismo : http://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/Parte1\_GuiaMetodologicaInventarioGeneracionEspacioTuristico2017\_2daEd.pdf
- MINTUR. (Octubre de 2017). GUÍA METODOLÓGICA PARA LA JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS Y GENERACION DE ESPACIOS TURISTICOS DEL ECUADOR 2017. Obtenido de

- Clasificación de los Atractivos Turisticos: http://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/Guia\_MetodologicaInventarioAtractivosGeneracionEspacios2017.pdf
- MINTUR. (2017). GUÍA PARA EL LEVANTAMIENTO DE ATRACTIVOS
   TURÍSTICOS DEL ECUADOR. Obtenido de Difusión, promoción y
   comercialización del producto:
   http://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos
   /Guia\_LevantamientoInformacionAtractivos2017.pdf
- MINTUR. (2017). Manual de instrucciones para levantamiento de información en territorio. Obtenido de http://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos /anexoParte2\_AsociacionEspacioTuristico\_GuiaLevantamientoAtractiv osTuristicos2017\_2daEd.pdf
- Montecinos Torres, A. (6 de Julio de 2013). GASTROPEREGRINO.
   Obtenido de Definiciones Turismo Gastronómico: https://peregrinogastrosofo.wordpress.com/2013/07/06/definicion-turismo-gastronomico/
- Municipio de Gonzanamá. (2015). GAD Gonzanamá. Obtenido de Reseña Historica: http://www.gonzanama.gob.ec/
- Organizacion Mundial de Turismo (OMT). (2017). Obtenido de Organismo Especializado de las Naciones Unidas, Organizacion Mundial de Turismo.: http://www2.unwto.org/es/press-release/2017-01-17/el-turismo-internacional-mantiene-un-crecimiento-sostenido-peselas-dificul
- Paucar Jumbo, M. I. (2012). Propuesta de Desarrollo del Agroturismo en la finca el Arenal de la Parroquia Nambacola del Cantón Gonzanamá.
   Loja.

- Quintana Canessa, F. (24 de 07 de 2013). ISSUU. Obtenido de Introducción al Agroturismo: https://issuu.com/franciscoquintanacanessa/docs/unidad\_i\_introducci\_ \_n\_al\_agroturis
- Ricaurte Quijano, C. (2009). Manual de diagnostico turistico local.
   Obtenido de Guia para planificadores: http://unrn.edu.ar/blogs/pt/files/2013/03/6-Ricaurte09-GuiaPlanTuris-ver-fichas-al-final-post-2007.pdf
- Ricaute Quijano, C. (2009). Manual para el diagnostico turístico local.
   Obtenido de http://unrn.edu.ar/blogs/pt/files/2013/03/6-Ricaurte09-GuiaPlanTuris-ver-fichas-al-final-post-2007.pdf
- Riveros, H., & Blanco, M. (s.f.). Obtenido de El agroturismo como diversificación de la actividad agropecuaria y agroindustrial: http://www.pa.gob.mx/publica/rev\_49/Análisis/el\_agroturismo\_como\_-\_Marvin\_Blanco\_M..pdf
- Sayadi, S., & Calatrava, J. (23 de Abril de 2001). Cuadernos de Turismo.
   Obtenido de AGROTURISMO Y DESARROLLO RURAL: http://revistas.um.es/turismo/article/viewFile/22091/21381
- SERNATUR. (Julio de 2008). SERNATUR-Departamento de Planificación. Obtenido de Glosario de Turismo: http://www.fedetur.org/otros\_estudios\_y\_publicaciones/Glosario-de-Turismo-2008-SERNATUR.pdf
- Simon, X., Gil Pereira, C., & Carpintero, P. (2011). PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural. Obtenido de Proyecto de agroturismo en la comarca de Terra de Lemos. (Galicia): http://www.pasosonline.org/Publicados/9211/PS0211\_11.pdf
- Universidad Austral de Chile. (2014). Escuela Administración Empresas de Turismo. Obtenido de Rutas de Turismo:

- http://www.gestionturistica.cl/biblioteca/tesis/pregrado/uach/doc/AR\_cu erpo.pdf
- Universidad Austral de Chile. (2015). Universidad Austral de Chile.
   Obtenido de Escuela Administración Empresas de Turismo: http://www.gestionturistica.cl/biblioteca/tesis/pregrado/uach/doc/AR\_cuerpo.pdf
- Urquiola Sánchez, C., & Lalangui Ramírez, J. (2016). La Ruta Agroturística y de Naturaleza Banagua de la Provincia El Oro. Revista Universidad y Sociedad, 128-134.
- PDYOT. (s.f.). Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Canton Gonzanamá
- PDYOT. (s.f.). Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial, Parroquia
   Nambacola del Canton Gonzanamá, Provincia de Loja.

# **ANEXO 2: FICHAS DEL MINTUR**

# FICHA N°1: Cuevas del Cóndor Huasi





	F	ICHA PA	ARA EL I	EVAN	TAMIEN	ILO V JI	ERARQI	UIZACIÓ	N DE A	TRACTI	VOS TUF	ÍSTICO	s				
	1	34	0	7	5	3	A	N	0	7	0	9	0	2	0	0	- 14
Código del atractivo:		vincia	Cant			oguia	200000	egoría	0	ipo	Subi	61	Jera			Atractive	
1. DATOS GENERALES	1 110	VIIIOIG	Outil	(01)	1 4411	oquia	Oak	ogoria .		φο	000	ф	Jora	quia		Allactive	fo.
I. DATOS GENERALES					111	ombro c	ial Atrac	ctivo Tu	ríctico								
								NDOR									
100-1-					COE				TUASI					10.11	11		
1.2 Cate			-		1202012	S. 1 P. 1 C. 1 C. 1	1.3 Tipe							4 Subti			
ATRACTIVOS_N	1000	ES			FENC	OMENO:	S_ESPE	LEOLÓG	aicos				GUEV	A O CA	/ERNA	-	
2. UBICACIÓN DEL ATRACT			T				V. V. V.	<u> </u>					5000				
2.1 Prov							.2 Cante	8						Parroq	10000		
LOJ	***						ONZANA	MA					NA	MBACC	70000		
2.4 Barrio, Secto		una			2.5 C	Calle Pri	ncipal			1000000	úmero			2.7	Transve	ersal	
NAMBAC	COLA					S/I				5	VN				S/I		
2.8 Latitud (grade	os decima	ales)		:	2.9 Long	gitud (gr	ados de	ecimales	3)	Click			2.10	Altura (r	nsnm)		
-4.195	361						79.4834	09						2.196			
2.11 Información del admini-	strador																
a. Tipo de Administrador.			PUBL	ICO			b. Nom	ibre de la	Instituc	ción:	GAD PA	RROQ	JIAL				
c. Nombre del Administrador:	texto						d. Carg	go que oc	upa:		texto						
e. Teléfono / Celular:			07310	3518			f. Corre	eo Electro	ónico:		marciaal	or@gm	ail.com				
Observaciones: texto																	
3. CARACTERISTICAS DEL	ATRACTI	vo															
3.1 Características climatoló	gicas		Z														
a. Clima: Tropical, St	ubtropical,	Temperad	lo y frio su	b teme	prado	b. Te	mperatu	ra(ºC):	1	21	c. Pre	cipitació	n Pluvio	métrica (	mm):	5	00
3.2 Línea de producto al que	pertenec	ce el atra	ctivo (U)	1		Ы											
a. Cultura						b. Nat	uraleza			☑			c. Av	entura			
3.3 Escenario donde se loca	liza el atr	activo tu	rístico		v												
a. Prístino	b. Pri	imitivo	П		c. R	ústico Na	atural	П		d. F	Rural	Þ		e. U	rbano	FI	
3.4 Ingreso al atractivo (U)		G	2														
a. Tipo de Ingreso	. Horario	de Atend	ión							c. At	ención						
	ngreso	Sal	ida	То	dos los d	iías	Fine	s de sem feriados	ana y	Sol	o días háb	iles	0	tro	0	Especifica	ar
Libre 🗵	8:00	17:	:00		v											texto	
Restringido	0:00	0:0	00										9			texto	
Pagado 🖂	0:00	0:0	00		П			П			П		â	П		texto	
d. Maneja un sistema de reser	vas:		f. Form	na de	Efec	ctivo			nero rónico		Depó Banc			Tarj	eta de D	lébito	
e. Precio: Desde 0,00	Hasta	0,00	Pag		Tarjeta	de Créd	lito		Transfe	erencia E	Bancaria			Cheque			
g. Meses recomendables de v	isita:				•					texto							
Observaciones: texto																	
4. ACCESIBILIDAD Y CONEC	CTIVIDAD	AL ATR	ACTIVO									SI	lel .	NO	ш	S/I	п
a. Nombre de la ciudad o pobl	ado más c	ercano (	Que pres	ente co	ondicione	es mí nim	as de s	ervicios):					C	ATAMAY	0		
<ul> <li>b. Distancia desde la ciudad poblado más cercano:</li> </ul>	o <sub>27.5</sub>	km	c. Tie desplazar	mpo miento e	estimac en auto:	do de	0:30	h/min	d. Coo	rdenada decimales	s (grados	Lat.:	-3.9	3333	Long.:	-79	9.35
Observaciones: texto		-									,						
4.2 Vías de Acceso (M)		☑															
		Tipo o	de vía		Coord	enada d	e inicio	Coor	denada	de fin	Distanc	ia (km)	Tipo	de mat	erial	Est	tado
74 700 7000	a. Prime	er orden		[7]	-4.129	548,-79.	103813	-4.120	919,-79.	405146	2 k	m	A	SFALTAI	00	Bu	eno





	7-06-3	12.			\\\\\\\\\\\\\\\\\\\\\\\\\\\\\\\\\\\\\\						-30			100	
a. remeaue	. (141)	_	b. Segundo orde	en 🗆											
			c. Tercer orden	P	-4.120919,-	79.405146	-4.15	56428,-79.4	123872	2 km		TIERR	А		Malo
Observacio	nes:	At finaliz	ar la via de terce	er orden se debe rec	correr un send	lero de 3km									
		Mar	ítimo 🗆	Puerto / Muelle de partida	texto	0.00				o / Muelle de Llegada	1	texto			
b. Acuático (U)	0	Lac	ustre I	Puerto / Muelle de partida	texto	Estado				o / Muelle de Llegada	1	texto	Estado		
		Flu	ıvial 🗆	Puerto / Muelle de partida	texto					o / Muelle de Llegada	t	texto			
Observacio	nes:	texto													
c. Aéreo (U)	П			Naci	onal:		П			Internacional:	8		П		
Observacio	nes:	texto													
4.3 Servicio de	trans	porte (M)	E	3											
a. Bus	Ø	b. Buse	ta 🗵	c. Transporte 4x4	Z	d. Taxi				e. Moto taxi		f. Telef	férico		
g. Lancha		h. Bote		i. Barco		j. Cano	a			k. Avión		I. Avior	neta		
m. Helicóptero	П	n. Otro	ы	Especifique											
Observacio	nes:	Ranche	ras, Camionetas												
4.3.1 Detalle de	e trans	porte had	cia el atractivo	(M)											
			700 No.			c. Fre	cuencia								
<ul> <li>a. Nombre de presta el servicio</li> </ul>		perativa o	asociación qu	b. Estación / te	rminal g	inal	ena	Inal		d. Detal	le (Trasi	ado orige	n / destin	0)	
					chelC chelC	Semanal	Mensua	Eventual							
COOPERATIVA	DE TR	ANS. CARI	AMANGA	TERMINAL	ব	П	П	П	VIA CAT	AMAYO/CARIA	MANGA				
TRANSPORTE N	OTXIN	NAMBACC	LA S.A.	NAMBACOLA		Ø		Ø	NAMBAG	COLA/BARRIO E	L PORT	ETE			
COOPERATIVA	DE TR	ANS. 30 D	ESEPTIEMBRE	GONZANAMÁ		Ø		Ø	GONZAN	IAMÁ/ BARRIO	EL POR	TETE			
texto				texto	ы	Ш	1	ш	texto						
texto				texto					texto						
4.4 Condicione	es de a	accesibilio	dad del atractiv	vo turístico al me	dio físico pa	ara person	as con	discapac	idad (M)	X.	2				
General	N		oacidad	Discapacidad Visual		capacidad Auditiva	П	Discap	acidad I	ntelectual o Psi	cosocia	П		No es esible	П
Observacio	nes:	texto													
4.5 Señalizacio	ón														
a. Señalización o	de apro	ximación al	atractivo	□ Estac	io (U)	Bueno	П		Reg	ular 🗆		,	Malo		
Observacio	nes:	No exist	te señalización de	e aproximación al a	tractivo										
5. PLANTA TU	RÍSTIC	CA / COM	PLEMENTARIO	s						SI	⊴	NO	ш	S/I	
5.1 Planta turis	stica (I	M)													
			a. En el Atr	activo 🗆					b.	En la ciudad	o pobla	do cerca	ano	Ø	
Alojamier	nto		Establecimi registrad			lúmero de Plazas	1	Alojamier	nto		ecimient		nero de taciones		mero de





UNISMO													
Hotel		0		0	0	Hotel			4	15	91		349
Hostal	П	0	1	0	0	Hostal		и	5	9	9	- 1	135
Hostería		0	- 9	0	0	Hostería		Ø	7	9	1		181
Hacienda Turística		0		0	0	Hacienda Turístic	a		0	(	)	1	0
_odge	П	0		0	0	Lodge		ш	0	(	)		0
Resort		0		0	0	Resort			0	(	)	- 1	0
Refugio	ш	0		0	0	Refugio		ш	0	(	)		0
Campamento Turístico	П	0	à	0	0	Campamento Tur	ístico	п	0	(	)	1	0
Casa de Huéspedes		0		0	0	Casa de Huéspec	les	0	0	(	)	1	0
Observaciones:	texto	-				Observacion	nes:	texto					
Alimentos y bebidas		Establecimientos registrados		ero de sas	Número de Plazas	Alimentos y bebidas	Ø	Establecir registra		Núme Me:			ero de azas
Restaurantes		0		0	0	Restaurantes	<b>3</b>	26		25	55	1	020
Cafeterías	ш	0		0	0	Cafeterías	Ы	-1		87	7.5		28
Bares		0	Н	0	0	Bares		0		(	)	0	0
Fuentes de soda		0		0	0	Fuentes de soda	Ø	3		2	0	1	во
Observaciones:	texto					Observacion	ies:	texto					
Agencias de	Viaje	П	stableci	mientos re	egistrados	Agen	cias de	Viaje		Estab	lecimie	ntos regis	trados
Mayoristas				0		Mayoristas						0	
nternacionales		ш		0		Internacionales			Ш			0	
Operadoras				0		Operadoras						0	
Observaciones:	texto					Observacion	ies:	texto					
Guia Local	Naci	onal Nacional Especializado	Cul	ltura	0	Guia	Local	Nacional		onal alizado	С	ultura	0
0	- (	- 1	Ave	ntura	0		0	0		)	Av	entura	0
Observaciones:	texto			90		Observacion	ies:	texto					
5.2 Facilidades en el e	entorno a	al atractivo	2			l							
Categoría (M)		Tipo (M)		Can	tidad C	oordenadas	Ad	ministrador	Accesi		В	Estado (	U) N
	Punto de	e Información	[v]	,	-4.14	10860,-79.429822	G/	AD Parroquial	I.		M	Ц	L
	I-Tur			(		0		texto		1			
a. De apoyo a la gestión turística	Centro	le interpretación		(		0		texto		3			
☑	Centro d	le facilitación turística	П	(		0		texto	1	1	п	п	П
	Centro d	le recepción de visitantes		(		0		texto		]			
	Garitas	de guardianía		(		0		texto	1	1			
	Miradore	~	Ш	(	)	0		texto	1	ı	П	Ц	П
b. De observación y vigilancia		e avistamiento de aves		(		0		texto	-	]			
	Torres	de vigilancia para		(		0		texto	4	1			
	salvavid		<b>=</b>			AD Parroquial	-4.156	428,-79,423872	-	a	_	_	
	-	nes de sombra y descanso	_		_	0		texto	+	]	_	_	
<ul> <li>c. De recorrido y descanso</li> </ul>	, personal to	e acampar	П			0		texto	-	1	П	151	
		de alta montaña				0		texto	-				
	2000000	sanitarias	_			0		texto	+ -	1			
d. De servicio								S-ADMICTO:		C-1	10000	6.60	
e. Otros	Estacion	namientos	П			0		texto		1	П		П
a Otroc	1			(	2/	0		texto	1 [	3			





Observaciones:	texto						
5.3 Complementarios	a la actividad turístic	a (M)					
	a. En el A	tractivo		b. En la c	iudad o	poblado cercano	[2]
Alquiler y venta de especializado	e equipo	Venta de artesanías merchandising	у П	Alquiler y venta de equipo especializado	य	Venta de artesanía merchandising	as y [7]
Casa de cambio	☐ Cajero automa	ático 🔲 Otro		Casa de cambio	Cajero a	automático 🗵 (	Otro 🗖
Especifique: texto				Especifique: texto			
Observaciones:	texto						
6. ESTADO DE CONSI	ERVACIÓN E INTEGR	ACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO	)		SI	☑ NO □	S/I 🗆
6.1 Atractivo (U)	J						
a. Conservado	□ b. Alt	erado 🗵	c. En p	eroceso de deterioro		d. Deteriorado	
Observaciones:	texto						
6.1.1 Factores de altera	ación y deterioro (M)						
6.1.1.1 Na	aturales (M)			6.1.1.2 Antrópicos / Antropogén	icos (M)		
a. Erosión		a. Actividades agrícolas y ganaderas	•	b. Actividades forestales		c. Actividades extractivas / minería	
b. Humedad	ш	d. Actividades industriales	Ц	e. Negligencia / abandono	м	f. Huaquearía	Ш
c. Desastres naturales		g. Conflicto de tenencia		h. Condiciones de uso y exposición	Ø	i. Falta de mantenimiento	<b>₽</b>
d. Flora/Fauna	Ц	j. Contaminación del ambiente	Ц	k. Generación de residuos	Ш	Expansión urbana	Ц
e. Clima	7	m. Conflicto político / social	П	n. Desarrollo industrial / comercial	П	o. Vandalismo	П
Otro		Especifique: texto					
Observaciones:	texto						
6.2 Entorno (U)	V						
a. Conservado	□ b. Alt	erado 🔽	c. En p	roceso de deterioro		d. Deteriorado	
Observaciones:	texto						
6.2.1 Factores de altera	ación y deterioro (M)						
6.2.1.1 Na	aturales (M)			6.2.1.2 Antrópicos / Antropogén	icos (M)		
a. Erosión	П	Actividades agrícolas y ganaderas	и	b. Actividades forestales	П	c. Actividades extractivas / minería	П
b. Humedad	-	d. Actividades industriales		e. Negligencia / abandono	Ø	f. Huaquearía	
c. Desastres naturales		g. Conflicto de tenencia		h. Condiciones de uso y exposición		i. Falta de mantenimiento	<b>2</b>
d. Flora/Fauna	<b>8</b> 4	j. Contaminación del ambiente	П	k. Generación de residuos	ш	I. Expansión urbana	Ш
e. Clima	☑	m. Conflicto político / social		n. Desarrollo industrial / comercial		o. Vandalismo	
Otro	Ш	Especifique: texto					
Observaciones:	texto						
6.3. Declaratoria del e	spacio turístico asoc	iado al atractivo					
a. Declarante:	texto	b. Denominación:	texto	b. Fecha de declaración:	texto	c. Alcance:	texto
Observaciones:	texto			# B # # # # # # # # # # # # # # # # # #			
7. HIGIENE Y SEGURI	DAD TURÍSTICA				SI	☑ NO □	S/I 🗆
7.1 Servicios Básicos		u)					
		tractivo 🗆		b. En la ciu	dad o p	oblado mas cercano	⊴
	a. En el a				177		
Agua:	a. En el a			Agua 🗹		Potable	
Agua: Especifique: texto	6000			Agua ☑ Especifique: texto		Potable	
	6000			1 B)		Potable  Red eléctrica de servicio p	oúblico
Especifique: texto				Especifique: 1exto			oública





	400000						and the Sopret Control					
Especifique:							specifique: texto			and the same and t		
Disposición de d						Disp	osición de desech	os 🗹	9	Carro Recolecto	ır	
Especifique:	texto					E	specifique: texto	ii.				
Observacion	nes: texto											
7.2 Señalética	en el atractivo		П									
7.2.1 Ambiente		7.2.2	. Tipo	,			7.2.3. Materiali	dad		7	7.2.4. Est	tado
					a. Madera	b.Aluminic	c.Otro		Especifique	В	R	М
	Pictograma de at	tractivos	naturales		0	0	0		texto	Ц	LI	Ш
	Pictograma de at	tractivos	culturales		0	0	0		texto			
	Pictograma de ac	ctividades	s turísticas		0	0	0		texto			
En áreas	Pictograma de se	ervicios d	le apoyo		0	0	0		texto			
urbanas	Pictogramas de r	estricción	n		0	0	0		texto			
	Tótems de atract	ivos turís	sticos		0	0	0		texto	п	П	П
	Tátems de sitio				0	0	0	10	texto			
	Tátems direccion	nales			0	0	0		texto			
	Pictograma de at	tractivos	naturales		0	0	0		texto			
	Pictograma de at	tractivos	culturales		0	0	0		texto			
	Pictograma de ad	ctividades	s turísticas		0	0	0	3	texto			
	Pictograma de se	ervicios d	le apoyo		0	0	0		texto	п	П	П
,	Pictogramas de r	estricción	n		0	0	0		texto			
En áreas	Señales turística	s de apro	ximación		0	0	0		1ex to			
naturales	Paneles de direc	cionamie	into hacia atractiv	os	0	0	0		texto			
_	Panel informativo	de atrac	ctivos		0	0	0		texto			
	Panel informati atractivos, servic			to hacia	0	0	0		texto			
	Mesas interpreta	tivas			0	0	0		texto			
	Tátem de sitio				0	0	0		texto			
	Tátem de direcci	onamient	to		0	0	0		texto	п	П	П
Letreros informativos	De información b	otánica			0	0	0		texto			
	Normativos de co	onciencia	ición		0	0	0		texto			
Señalética interna de seguridad	Protección de los	s element	tos del atractivo	5	0	0	0		texto			0
Otros 🗆				-		tex	to					
Observacio	nes: No exist	le señale	tica ni de aproxin	nación al at	ractivo ni señale	tica de llegada						
7.3 Salud (más	cercano) (M)		2									
		a. Ei	n el atractivo				b	. En la ciud	dad o poblado ma	as cercano	Ø	
Hospital o Clínica	a 🗆			0	(C)	Hos	pital o Clínica			0		
Puesto / Centro	desalud 🗆			0	rii.	Pue	sto / Centro de sali	ıd 🖸		1		
Dispensario méd	ico 🗆	Cantidad		0	rii.	Disp	ensario médico	<b>2</b>	Cantidad	1		
Botiquín de prima	eros	- S		0		Boti	quin de primeros	LI	3	0		
Otros				0		Otro				0		
Observacio	nes: texto											
7.4 Seguridad	(M)		DI.									
a. Privada			-	texto								
b. Policía nacio	nal		☑ 💩	UNIDAD	POLICIAL COM	UNITARIA GO	NZANAMA					





				7 1002 -													
c. Policía metropol	litana /	Municipal		Det	texto												
d. Otra			61		texto												
Observaciones	s:	texto															
7.5 Servicio de co	omuni	cación de uso ¡	público	(M)	1	•											
		a. Er	n el atra	ctivo	М					b. E	n la ciuda	d o p	oblado	mas ce	rcano	M	
Telefonía (M)	<b>☑</b>		Conexi	ón a inte	rnet (M)		Z.	Telefonía	(M) E	3			Conexi	ión a int	emet (	M) 🖸	
Fija 🗆		Línea telefónica			Fibra óp	otica		Fija	9	3	Línea telet	ónica	Ø	Fibra o	ptica		
Móvil 📝		Satélite		П	Redes in	nalámbricas	п	Móvil	12	4	Satélite		П	Redes	inalám	bricas	ার
Satelital		95	Te	lefonía m	óvil		Ø	Satelital	Ē	1			Telefor	nía móv	l.		Ø
Observaciones	s:	texto						10.									
Radio portátil (U)		п															
De uso exclusivo p	para el	visitante			De us	so exclusivo para	comun	icación interr	na		De uso ex	clusiv	vo en ca	so de e	merge	ncia	
Observaciones	s:	texto															
7.6 Multiamenzaz	as (M	)															
Deslav	es				Sismos			Erupci	ones v	olcánic	cas			Incendic	s fores	tales	
Sequi	a	Ц		In	undacion	ies	Ш		Aguaj	es		П		Ts	unami		Ш
¿Existe un plan de de catástrofes?	conti	ngencia en caso		Institució		laboró el	texto		mbre ument	del o:		texto		Año elabor	ación:	de	0
Observaciones	s:	texto						30000									
8. POLÍTICAS Y F	REGUL	ACIONES										SI	П	NO	n	S/I	12l
a. ¿El GAD cuenta o	con el l	Plan de Desarrollo	o Turístic	o Territor	ial?		SI		ю [	)			Año	de elab	oración:		2016
b. ¿El atractivo se e	encuent	tra dentro de la pla	anificació	ón turístic	a territori	ial (GAD'S)?				SI		NO			Es	pecifique:	
texto																	
c. ¿Existen normativ	vas que	e se apliquen para	a el desa	rrollo de l	la activida	ad turística en el a	tractivo?			SI		NO			Es	pecifique:	
texto																	
d. ¿Existen ordenan	ızas qu	e se apliquen par	ra el desa	arrollo de	la activio	dad turística en el	atractivo'	?		SI	0	NO			Es	pecifique:	
texto																	
Observaciones	s:	texto															
9. ACTIVIDADES	QUE S	SE PRACTICAN	I (U)									SI	Ø	NO		S/I	
9.1 ATRACTIVOS	NAT	JRALES (M)	<b>3</b>														
9.1.1 En el Agua (l	M)	П															
a. Buceo		□ b. Kayak	k de mar			c. Kayak lacustre	,	□ d. K	layak d	de Río	Е	1	e. Surf				
f. Kite surf		☐ g. Raftin	ng			h. Snorkel		□ i.To	ubing			]	j. Regat	ta			
k. Paseo en panga		□ I. Paseo	en bote	-	П	m. Paseo en land	cha		aseo ( ática	en moto	• г	1	o. Para	sailing		п	
p. Esquí acuático		☐ q. Banar	na flotant	te		r. Boya		□ s. F	esa de	portiva	a C	1	Otro			texto	
Observaciones	s:	texto															
9.1.2 En el Aire (M	1)	п															
a. Alas Delta		☐ b. Canor	ру			c. Parapente		□ d0	tro	-				11	exto		
Observaciones	s:	texto															
9.1.3 En Superficie	e Terre	estre (M)	☑														
a. Montañismo		☐ b. Escal	ada			c. Senderismo		☑ d.C	iclotur	ismo		<b>7</b>	e. Cany	oning			
f. Exploración de cu	uevas	g. Activic Recreati			П	h. Cabalgata		П LC	aminat	ta	9	v	j. Camp	ing		П	
k. Pionic			vación de	e flora y	2	m. Observación o	de astros	□ n.C	Otro					9	exto		
Observaciones	s:	texto															
9.2 ATRACTIVOS	CULT	TURALES (U)	Ш														





9.2.1 Tangibles e intang	jibles 🗆																
a. Recorridos guiados			Ц	b. Recor	rido aut	oguiado	s			Ц	c. Visit	a a tallere	es artístic	os			Ш
h. Participación en talleres	s artísticos			d. Visita	a tallere	es artesa	anales				i. Parti	cipación e	en talleres	artesan	ales		
e. Exposiciones temáticas y eventuales	s permaner	ntes, tempo	orales	f. Exhib originale		de pieza	as, mues	stras, ot	oras, e	tc., 🗆	i. Activ	idades viv	venciales	y/o lúdio	as		
g. Presentaciones o repre	sentacione	s en vivo	П	h. Muest	ras aud	liovisual	es			П	g. Foto	grafía					П
j. Degustación de platos tr	radicionale	s		I. Particip	pación o	de la cel	ebración				m. Cor	mpra de a	rtesanías				
n. Convivencia				o. Medic	ina ano	estral				٥	Otro				texto		
Observaciones:	texto																
10. PROMOCIÓN Y CO	MERCIAL	LIZACIÓN	DEL ATRAC	стіvо								SI		NO		S/I	<b>2</b>
10.1. Medios de Promo	oción del	Atractivo	(M)														
¿Existe un plan de pron	noción turí	stica cant	onal?			SI		NO		Es	pecifique:	texto					
¿El Atractivo se encuen	ntra incluid	o en el pla	ın de promoc	ión turísti	co can	tonal?		SI	П	NO	П						
Medi	o Promoci	ional			Dir	ección	y nombre	de los	medios	promoc	ionales		Р	eriodicio	iad de la p	ro moc	ión
a. Página WEB				URL:				1	exto						Ninguna		
b. Red Social			П	Nombre:	ŷ.	texto									Ninguna		
c. Revistas Especializada	s			Nombre:	ŷ	texto									Ninguna		
d. Material POP			Ц	Nombre:	i i	texto							8		Ninguna		
e. Oficina de Información	Turística			Nombre:		texto									Ninguna		
f. Medios de comunicació	n (radio, tv,	, prensa)		Nombre:		texto									Ninguna		
g. Asistencia a ferias turís	ticas		Ш	Nombre:		texto									Ninguna		
h. Otro				Nombre:		texto									Ninguna		
Observaciones:	texto			180													
10.2. El atractivo forma	a parte de	una ofe	ta estableci	da (paqu	ete tur	ístico)		SI	п	NO	<b>)</b> ₪	Espe	cifique:	texto			
Observaciones:	texto																
11. REGISTRO DE VIS	ITANTES	Y AFLUE	NCIA (M)									SI		NO		S/I	
11.1. Frecuencia de vis	sita segúr	n datos e	stadísticos			П											
a. ¿Posee un sistema de	registro de	visitantes*	? SI		NO		Tipo:	Digital		Pape	1 🗆	Añ	os de reç	gistro		0	
b. ¿Se genera reporte de	estadística	s de visita	al atractivo?		SI		NO		F	recuenci	a de los rej	portes:			Ninguna		
c. Temporalidad de visita	al atractivo	)															
Alta (meses)	0	Especifique					texto						aro de		0		
Baja (meses)	п	Espec					texto						Número de visitantes		0		
d. Llegada de turistas	-												-0.0				
☐ Turista naci	onal		Liegadas mer	suales	Tota	al anual		Ti	urista ex	tranjero		Llega	adas mer	suales	To	tal Anu	ual
	text	to	0			0					texto		0			0	
Ciudades de origen	text	to	0			0	Pa	ises de	origen		texto		0			0	
	text	to	0			0					texto		0			0	
Observaciones:	texto																
11.2. Frecuencia de vis	sita segúr	n informa	ntes clave														
Nombre del Informante	Clave:			tex	do				Co	ntactos:				(+593)			
D	emanda se	egún días	de visita							Dema	nda según	frecuenci	a de visit	a	П		
Lunes a viernes 0	Fines sema		0 Días f	feriados	0	Perr	manente		Es	stacional		Espo	orádica		Inexist	ente	
Observaciones:	texto																- 8







# FICHA N°2: Fondo Bravo





			F	ICHA P	ARA EL	LEVAN	TAMIENTO Y JE	RARQL	JIZACIÓ	N DE AT	TRACTI	VOS TUF	RÍSTICC	os				
	10 70000 1000		1	1	0	7	5 3	A	N	0	8	0	5	0	2	0	0	2
Código	del atractiv	/o:	Prov	rincia	Ca	ntón	Parroquia	Cate	goría	Ті	ро	Subt	tipo	Jera	rquia		Atractivo	0
1. DATOS G	SENERALES	s																
							1.1 Nombre d	lel Atrac	tivo Tu	rístico								
							FON	IDO BR	RAVO									
	1.2	? Catego	oría					1.3 Tipo	,					1.	4 Subtip	00		
	ATRACTIV	/OS_NA	TURALI	ES			FENÓMEN	IOS_GE	OLÓGIO	os				Q	UEBRAI	DA		
2. UBICACI	ÓN DEL AT	RACTIV	0															
	2.1	Provin	cia				2	.2 Canté	ón					2.3	Parroq	uia		
		LOJA					GC	ONZANA	MA					NA	MBACC	LA		
	2.4 Barrio,	Sector	o Comu	ına			2.5 Calle Pri	ncipal			2.6 N	úmero			2.7	Transve	ersal	
	NA	MBACC	LA				S/I				s	i/N				S/I		
	2.8 Latitud	(grados	decima	iles)		:	2.9 Longitud (gr	ados de	cimales	5)	Click			2.10 A	Altura (n	nsnm)		
		4.19536	1				-	79.48340	09						2.046			
2.11 Informa	ación del a	dminist	rador															
a. Tipo de A	dministrado	c			PUB	LICO		b. Nom	bre de la	Instituc	ión:	GAD PA	RROQI	UIAL				
c. Nombre d	lel Administr	ador.	texto					d. Carg	o que o	cupa:		texto						
e. Teléfono / Celular: 073103518 f. Correo Electrónico: marciaalor@gmail.c													ail.com					
Observaciones: texto																		
3. CARACT	ERISTICAS	DEL A	TRACTIV	vo														
3.1 Caracte	risticas clin	natológ	icas		2													
a. Clima:	Trop	ical, Sub	tropical, 1	Temperad	do y frio s	sub teme	prado b. Te	mperatur	a(°C):	2	21	c. Pre	ecipitacio	ón Pluvio	métrica (	mm):	5	00
3.2 Línea de	e producto	al que p	ertenec	e el atra	ctivo (l	J)												
	a. Cı	ultura					b. Nat	uraleza			2			c. Ave	entura			
3.3 Escenar	rio donde s	e localiz	za el atra	activo tu	ırístico		☑											
a. Pristino			b. Pri	mitivo			c. Rústico Na	ntural			d. F	Rural	Ø		e. Ur	bano		
3.4 Ingreso	al atractivo	(U)		t	2													
a. Tipo de	Ingreso	b.	Horario d	de Atend	ión						c. Ate	ención						
u. ripo de	s ingreso	Ing	reso	Sa	lida	То	dos los días	Fines	s de sem feriados	ana y	Sol	o días háb	iles	O	tro	1	Especifica	ar
Libre	Ø	8:	00	17	:00		Ø										texto	
Restringido		0:	00	0:	00										3		texto	
Pagado		0:	00	0:	00												texto	
d. Maneja ur	n sistema de	reserva	as:		f. For	ma de	Efectivo			nero rónico		Depo Band			Tarj	eta de D	ébito	
e. Precio:	Desde	0,00	Hasta	0,00	Pa	igo:	Tarjeta de Créd	ito		Transfe	rencia E	Bancaria			Cheque	•		
g. Meses red	comendable	s de vis	ita:								texto							
Observa	ciones:	texto																
4. ACCESIB							SI	•	NO		S/I							
				ercano (	Que pre	sente co	ondiciones mínim	as de se	ervicios):					С	ATAMAY	0		
<ul> <li>b. Distancia poblado más</li> </ul>	desde la c s cercano:	iudad o	27.5	km	c. Todesplaz	iempo amiento e	estimado de en auto:	0:30	h/min		denada: tecimales	S (grados ):	Lat.:	-3.9	8333	Long.:	-79	9.35
Observa	iciones:	texto																
4.2 Vías de	Acceso (M)			2														
				Tipo	de vía		Coordenada d	e inicio	Cool	denada	de fin	Distanc	ia (km)	Tipo	de mat	erial	Est	tado
a Ta	stm (M)		a. Prime	r orden		Ø	-4.140860,-79.4	429576	-4,195	361,-79.4	183409	1,	5	AS	SFALTA	00	Bu	eno





a. remedic	(IVI)	b. Segundo oro	den 🗆										
		c. Tercer order											8
Observacio	nes:	1						1				1	
		Marítimo 🗆	Puerto / Muelle de partida	texto				Puerto / Muelle de Llegada	te	exto			
b. Acuático (U)		Lacustre 🗆	Puerto / Muelle de partida	texto	Estado			Puerto / Muelle de Llegada	te	exto	Estado		
		Fluvial	Puerto / Muelle de partida	texto				Puerto / Muelle de Llegada	te	exto			
Observacio	nes:	texto			,		,						
c. Aéreo (U)			Nacio	onal:				Internacional:					
Observacio	nes:	texto											
4.3 Servicio de	transp	orte (M)	☑										
a. Bus	Ø	b. Buseta 🗵	c. Transporte 4x4	2	d. Taxi		Ø	e. Moto taxi		f. Telefé	rico		
g. Lancha		h. Bote	i. Barco		j. Cano	а		k. Avión		I. Avione	eta		
m. Helicóptero		n. Otro	Especifique										
Observacio	nes:	Rancheras, Camionetas	i										
4.3.1 Detalle de	e trans	oorte hacia el atractivo	(M)										
					c. Fre	cuencia							
Nombre de presta el servicio	la coop	erativa o asociación q	b. Estación / ter	minal Diarie	Semanal	Mensual	Eventual	d. Detail	le (Trasla	ado origen	/ destino	)	
COOPERATIVA	DE TRA	NS, CARIAMANGA	TERMINAL	Ø				LOJA-NAMBACOLA-CAF	RIAMANO	ЗА			
TRANSPORTE I	M OTXIN	AMBACOLA S.A.	NAMBACOLA		7		Ø	NAMBACOLA					
COOPERATIVA	DE TRA	NS. 30 DE SEPTIEMBRE	GONZANAMÁ		•		Ø	GONZANAMÁ/NAMBAC	OLA				
texto			texto					texto					
texto			texto					texto					
4.4 Condicione	es de ac	cesibilidad del atract	ivo turístico al med	dio físico pa	ra person	as con	discapac	idad (M)	V				
General	~	Discapacidad Física	Discapacidad Visual		apacidad kuditiva		Discap	acidad Intelectual o Psi	cosocial			lo es esible	
Observacio	nes:	texto											
4.5 Señalizació	ón												
a. Señalización o	le aproxi	mación al atractivo	☐ Estad	o (U)	Bueno			Regular		М	alo		Ĵ
Observacio	nes:	No existe señalización o	de aproximación al at	ractivo									
5. PLANTA TU	RÍSTIC	A / COMPLEMENTARIO	os					SI	<b>V</b>	NO		S/I	
5.1 Planta turi:	stica (M	)	_	)									
		a. En el At	ractivo 🗆					b. En la ciudad d	pobla	do cercai	10	<b>V</b>	
Alojamier	nto	☐ Establecin			imero de	1	Alojamien		ecimiento	Núme Hobite	ero de		ero de





Hotel		0	Si	0	0	Hotel		•	4	19	91	3	149
Hostal		0	Ŷ	0	0	Hostal		<b>2</b>	5	9	9	1	35
Hosteria		0		0	0	Hostería		<b>I</b>	7	9	1	1	81
Hacienda Turística		0	73	0	0	Hacienda Turístic	a		0	(	)		0
Lodge		0		0	0	Lodge			0	(	)	1	0
Resort		0		0	0	Resort			0	(	)		0
Refugio		0		0	0	Refugio			0	(	)		0
Campamento Turístico		0	1	0	0	Campamento Tur	ístico		0	(	)		0
Casa de Huéspedes		0		0	0	Casa de Huéspeo	des	_	0	(	)		0
Observaciones:	texto					Observacion	nes:	texto					
Alimentos y bebidas		Establecimientos registrados		ero de sas	Número de Plazas	Alimentos y bebidas	Ø	Establecim registra		Núme Me:			ero de azas
Restaurantes		0	-	0	0	Restaurantes	Ø	26		25			020
Cafeterías		0	9	0	0	Cafeterias	Ø	1		7	7	1	28
Bares		0	9	0	0	Bares		0		(	)		0
Fuentes de soda		0	- 0	0	0	Fuentes de soda	Ø	3		2	0		80
Observaciones:	texto					Observacion	nes:	texto					
Agencias de	Viaje	E	stablecii	mientos r	egistrados	Ager	ncias de	Viaje		Estab	lecimien	tos regis	trados
Mayoristas				0		Mayoristas						0	
Internacionales				0		Internacionales						0	
Operadoras		-		0		Operadoras				3		0	
Observaciones:	texto	<u> </u>				Observacion	nes:	texto					
Guía Local	Naci	ional Nacional Especializado	Cul	tura	0	Guía	Local	Nacional	Naci Especi	ional alizado	Cu	tura	0
□ 0	(	7	Ave	ntura	0		0	0		)	Ave	ntura	0
Observaciones:	texto					Observacion	nes:	texto					
5.2 Facilidades en el e	ntorno a	al atractivo	Ø										
Categoría (M)		Tipo (M)		Can	tidad (	Coordenadas	Ad	ministrador	Accesi		В	stado (I	U) M
	Punto de	e Información	<b>V</b>		1 -4.1	40860,-79.429822	G/	D Parroquial		<u>a</u>	<b>V</b>		
	I-Tur				0	0		texto		)			
a. De apoyo a la gestión turística	Centro d	le interpretación		11	0	0		texto		]			
	Centro d	le facilitación turística			0	0		texto		]			
	Centro d	le recepción de visitantes		1)	0	0		texto	τ	]			
	Garitas o	de guardianía			0	0		texto	-	]			
h Da shoi-	Miradore	es			0	0		texto		1			П
b. De observación y vigilancia	Torres d	e avistamiento de aves			o o	0		texto	-	1			
	Torres salvavid	de vigilancia para			0	0		texto		]			
	Sendero				0	0		texto		1			
o De	Estacion	nes de sombra y descanso			0	0		texto		1			
c. De recorrido y descanso	Áreas de	e acampar			0	0		texto		1			
	Refugio	de alta montaña			0	0		texto		1			
	Baterías	sanitarias			0	0		texto		]			
d. De servicio				ı		_			500		(670000)	26-302	1900
	Estacion	namientos			0	0		texto					
e. Otros	Estacion	namientos			0	0		texto			0		





Observaciones:	texto							
5.3 Complementarios	a la activ	ridad turística (l	M) 🗵					
		a. En el Atra	ctivo 🗆		b. En la c	iudad o	poblado cercano	<b></b>
Alquiler y venta de especializado	equipo		Venta de artesanías merchandising	у 🗆	Alquiler y venta de equipo especializado	. 3	Venta de artesanías merchandising	у 🛽
Casa de cambio		Cajero automático	Otro		Casa de cambio	Cajero	automático 🗹 Otr	го 🗆
Especifique: texto					Especifique: texto			
Observaciones:	texto							
6. ESTADO DE CONSI	ERVACIÓ	N E INTEGRAC	IÓN ATRACTIVO / ENTORNO			SI	✓ NO □ :	S/I 🗆
6.1 Atractivo (U)	☑							
a. Conservado		b. Altera	do 🗹	c. En p	roceso de deterioro		d. Deteriorado	
Observaciones:	texto							
6.1.1 Factores de altera	ción y de	terioro (M)						
6.1.1.1 Na	aturales (I	M)			6.1.1.2 Antrópicos / Antropogén	icos (M)		9
a. Erosión			Actividades agrícolas y ganaderas	v	b. Actividades forestales		c. Actividades extractivas / minería	
b. Humedad			d. Actividades industriales		e. Negligencia / abandono	V	f. Huaquearía	
c. Desastres naturales			g. Conflicto de tenencia		h. Condiciones de uso y exposición	Ø	i. Falta de mantenimiento	Ø
d. Flora/Fauna			j. Contaminación del ambiente	<b>V</b>	k. Generación de residuos		I. Expansión urbana	
e. Clima		Ø	m. Conflicto político / social		n. Desarrollo industrial / comercial		o. Vandalismo	
Otro			Especifique: texto					
Observaciones:	texto		# # · · · · · · · · · · · · · · · · · ·					
6.2 Entorno (U)	<b>V</b>							
a. Conservado		b. Altera	do 🗵	c. En p	roceso de deterioro		d. Deteriorado	
Observaciones:	texto							
6.2.1 Factores de altera	ición y de	terioro (M)						
6.2.1.1 Na	aturales (I	M)			6.2.1.2 Antrópicos / Antropogén	icos (M)		
a. Erosión	158		a. Actividades agrícolas y ganaderas	Ø	b. Actividades forestales		c. Actividades extractivas / minería	
b. Humedad			d. Actividades industriales		e. Negligencia / abandono	Ø	f. Huaquearía	
c. Desastres naturales			g. Conflicto de tenencia		h. Condiciones de uso y exposición		i. Falta de mantenimiento	<b>2</b>
d. Flora/Fauna			j. Contaminación del ambiente	<b>V</b>	k. Generación de residuos		I. Expansión urbana	
e. Clima		2	m. Conflicto político / social		n. Desarrollo industrial / comercial		o. Vandalismo	
Otro			Especifique: texto					
Observaciones:	texto	220/07						
6.3. Declaratoria del e		ırístico asociad	o al atractivo					
a. Declarante:		texto	b. Denominación:	texto	b. Fecha de	texto	c. Alcance:	texto
Observaciones:	texto	V-03W-0	25cm septiment and account of the desired	0.460	declaración:			
7. HIGIENE Y SEGURI		RÍSTICA				SI	☑ NO □ :	S/I 🗆
7.1 Servicios Básicos			☑			-		
THE CONTROL DUSINGS		a. En el atrac			b. En la ciu	dad o p	oblado mas cercano	
Agua:					Agua 🕝	r	Potable	
Especifique: texto					Especifique: texto		- 100,100,000,000	
Energía eléctrica:					Energía eléctrica		Red eléctrica de servicio púb	olico
Especifique: texto					Especifique: texto		Greening up servicio put	
100 EN							Dod with East	
Saneamiento:					Saneamiento:		Red pública	





Especifique:	texto							Especi	ifique: texto						
Disposición de d	esechos 🗆							Disposio	ción de desechos [	2		Carro Re	colecto	r	
Especifique:	texto							Especi	ifique: texto						
Observacion	nes: texto							111							
7.2 Señalética	en el atractivo														
								7	7.2.3. Materialidad				7	.2.4. Est	ado
7.2.1 Ambiente		7.2.2	. Тіро			a. Madera	b.Alu	minio	c.Otro		Especifique	•	В	R	М
	Pictograma de at	ractivos r	naturales	6		0	C		0		texto				
	Pictograma de at	ractivos o	culturales	5		0	C	i e	0		texto				
	Pictograma de ac	tividades	turística	is		0	C	í.	0		texto				
En áreas	Pictograma de se	ervicios d	e apoyo			0	C		0		texto				
urbanas	Pictogramas de r	estricciór	ı			0	C		0		texto				
	Tótems de atracti	ivos turís	ticos			0	C	i e	0		texto				
	Tótems de sitio					0	C	i e	0		texto				
	Tótems direccion	ales				0	С		0		texto				
	Pictograma de at	ractivos r	naturales			0	C		0		texto		□		
	Pictograma de at	ractivos o	culturales	;		0	C		0		texto				
	Pictograma de ac	tividades	turística	is		0	C		0		texto				
	Pictograma de se	ervicios d	e apoyo			0	C	ı	0		texto				
	Pictogramas de r	estricción	i			0	C		0		texto				
En áreas	Señales turísticas	s de apro	ximación	1		0	C		0		texto				
naturales	Paneles de direct	cionamie	nto hacia	atractiv	os	0	C	ı	0		texto				
_	Panel informative	de atrac	tivos			0	C		0		texto				
	Panel informati atractivos, servic			onamient	to hacia	0	C	i.	0		texto				
	Mesas interpretat	tivas				0	C		0		texto				
	Tótem de sitio					0	C	1	0		texto				
	Tótem de direccio	onamient	0			0	C		0		texto				
Letreros informativos	De información b	otánica				0	C		0		texto				
	Normativos de co	onciencia	ción			0	C		0		texto				
Señalética interna de seguridad	Protección de los	element	os del at	ractivo		0	C	1	0		texto				
Otros 🗆								texto	1						
Observacio	nes: No exist	e señalet	ica ni de	aproxim	ación al a	tractivo ni señalet	tica de lle	gada							
7.3 Salud (más	cercano) (M)		2												
		a. Er	n el atra	ctivo					b. En	la ciud	ad o poblad	lo mas cerc	ano	<b>2</b>	
Hospital o Clínica						)		Hospital	o Clínica				0		
Puesto / Centro o	te salud 🔲				(	)		Puesto /	Centro de salud	Ø			1		
Dispensario méd	ico 🗆	Cantidad			(	)		Dispensa	ario médico	Ø	Cantidad		1		
Botiquín de prime auxilios	eros 🗆	Ű			(	)		Botiquín auxilios	de primeros		ð —		0		
Otros					(	)		Otros					0		
Observacio	nes: texto														
7.4 Seguridad	(M)		<b>7</b>												
a. Privada					texto										
b. Policía nacio	nal		Ø	<u>e</u>	UNIDAD	POLICIAL COMU	JNITARIA	GONZAI	NAMA						





c. Policía metropolitana	/ Municipal		De	texto												
d. Otra				texto												
Observaciones:	texto															
7.5 Servicio de comun	icación de uso	público	(M)		<b>J</b>											
	a. E	n el atra	ctivo	v					b. E	n la ciuda	ad o p	oblado	mas cer	cano	V	
Telefonía (M)		Conexi	ón a inte	rnet (M)		Ø	Telefoni	ía (M)	Ø.			Conexi	ión a inte	ernet (M)	) <b>2</b>	
Fija 🗆	Línea telefónica			Fibra ópt	tica		Fija		<b>4</b>	Línea tele	fónica	<b>4</b>	Fibra óp	otica		
Móvil 🗹	Satélite			Redes in	nalámbricas		Móvil		☑	Satélite			Redes i	nalámbri	cas	V
Satelital		Te	lefonía m	óvil	(	V	Satelital					Telefor	nía móvil			Ø
Observaciones:	texto															
Radio portátil (U)																
De uso exclusivo para e	l visitante			De us	o exclusivo para	comuni	cación int	erna		De uso e	xclusiv	o en ca	so de en	nergenc	ia	
Observaciones:	texto															
7.6 Multiamenzazas (M	1)															
Deslaves				Sismos			Eru	pciones	volcánic	as			Incendios	forestal	es	
Sequía			In	undacione	es			Agu	ajes				Tsu	nami		
¿Existe un plan de conti de catástrofes?	ingencia en caso	, 🗆	Institucio	ón que el nto.	laboró el	texto		Nombre	del		texto		Año elabora	de ción:	9	0
Observaciones:	texto															
8. POLÍTICAS Y REGU	LACIONES										SI		NO		S/I	<b>2</b>
a. ¿El GAD cuenta con el	Plan de Desarroll	lo Turístic	o Territor	ial?		SI		NO				Año	de elaboi	ación:	:	2016
b. ¿El atractivo se encuen	tra dentro de la p	lanificació	on turístic	a territoria	al (GAD'S)?				SI	_	NO			Espe	cifique:	
texto																
c. ¿Existen normativas qu	e se apliquen par	a el desa	rrollo de l	a activida	ad turística en el a	tractivo?	49		SI		NO			Espe	cifique:	
texto																
d. ¿Existen ordenanzas qu	ue se apliquen pa	ıra el desa	arrollo de	la activid	ad turística en el a	atractivo	,		SI		NO			Espe	cifique:	ļ
texto																
Observaciones:	texto															
9. ACTIVIDADES QUE	SE PRACTICAN	v (U)									SI	☑	NO		S/I	
9.1 ATRACTIVOS NAT	URALES (M)	2														
9.1.1 En el Agua (M)	✓															
a. Buceo	☐ b. Kaya	k de mar			c. Kayak lacustre			i. Kayal	de Río		]	e. Surf				
f. Kite surf	☐ g. Raftii	ng			h. Snorkel	J	□ i.	. Tubing	()	E	]	j. Regat	ta			
k. Paseo en panga	☐ I. Pased	en bote			m. Paseo en lanc	ha		n. Pased	en moto	) [	]	o. Para	sailing			
p. Esquí acuático	☐ q. Bana	ına flotant	e		r. Boya		□ s	. Pesa	deportiva		]	Otro	4		Nataci	ón
Observaciones:	texto															
9.1.2 En el Aire (M)																
a. Alas Delta	☐ b. Cano	ру			c. Parapente			Otro					te	xto		
Observaciones:	texto															
9.1.3 En Superficie Terr	estre (M)	<b>4</b>														
a. Montañismo	☐ b. Esca	lada			c. Senderismo			l. Ciclot	urismo			e. Cany	oning			
f. Exploración de cuevas	☐ g. Activ			2	h. Cabalgata		□ i	. Camin	ata		7	j. Camp	ing			
k. Picnic	☐ I. Obser fauna	rvación de	e flora y	<b>V</b>	m. Observación d	le astros	_ r	n. Otro					te	xto		
Observaciones:	texto															
9.2 ATRACTIVOS CUL	TURALES (U)															

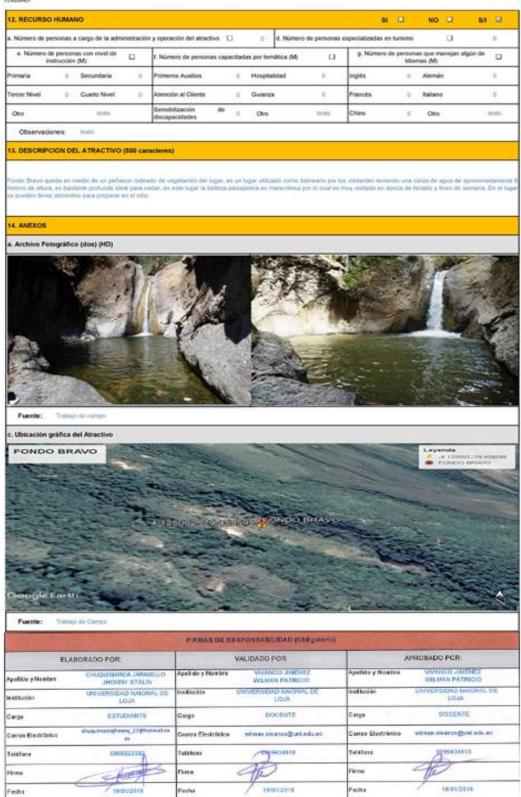




9.2.1 Tangibles e intang	ibles																		
a. Recorridos guiados				FI (	b. Recon	ido aut	toguiado	os			ī	]	c. Visita	a tallere	es artísti	cos			
h. Participación en talleres	s artísticos	s			d. Visita	a taller	es artes	anales			[	]	i. Partici	pación e	en tallere	s artesar	nales		
e. Exposiciones temáticas y eventuales	s permane	entes, ter	mporales $\square$		f. Exhib originale		de piez	as, mues	tras, of	oras,	etc., [	]	i. Activio	dades vi	venciale	s y/o lúdi	cas		
g. Presentaciones o repre	sentacion	es en vi	vo 🗆	. 0	h. Muest	as aud	diovisual	les			[		g. Fotog	rafía					
j. Degustación de platos ti	radicionale	es			I. Particip	ación (	de la ce	lebración			Ī	1	m. Com	pra de a	rtesanía	s			
n. Convivencia				1 0	o. Medici	na anc	estral				I	]	Otro				text	0	
Observaciones:	texto																		
10. PROMOCIÓN Y CO	MERCIA	LIZACI	ÓN DEL AT	RAC	TIVO									SI		NO		S/I	✓
10.1. Medios de Promo	oción del	Atract	ivo (M)																
¿Existe un plan de pron	noción tur	rística c	antonal?				SI		NO		E	spec	ifique:	texto					
¿El Atractivo se encuen	itra incluid	do en el	plan de proi	moció	on turísti	co can	itonal?		SI		NC	)							
Medi	o Promoc	cional				Di	rección	y nombre	de los	medio	s promo	ocion	ales			Periodici	dad de	la promo	oción
a. Página WEB					URL:				1	exto							Ningu	ına	
b. Red Social					Nombre:		texto	A									Ningu	ına	
c. Revistas Especializada	s				Nombre:		texto										Ningu	ına	
d. Material POP					Nombre:		texto										Ningu	ına	
e. Oficina de Información	Turística				Nombre:		texto										Ningu	ina	
f. Medios de comunicació	n (radio, t	v, prensa	a) 🗆		Nombre:		texto										Ningu	ına	
g. Asistencia a ferias turís	ticas				Nombre:		texto										Ningu	ına	
h. Otro					Nombre:		texto										Ningu	ına	
Observaciones:	texto																		
10.2. El atractivo forma	a parte d	e una c	ferta establ	lecida	a (paqu	ete tur	rístico)		SI		1	10	<b>V</b>	Espe	cifique:	texto			
Observaciones:	texto																		
11. REGISTRO DE VIS	ITANTES	YAFL	UENCIA (M)	)										SI		NO		S/I	Ø
11.1. Frecuencia de vis	sita segú	in datos	s estadístic	os				į											
a. ¿Posee un sistema de	registro de	e visitant	es?	sı l		NO		Tipo:	Digital		Pa	pel		Añ	ios de re	gistro		0	
b. ¿Se genera reporte de	estadístic	as de vis	sita al atractiv	0?		SI		NO			Frecuen	cia de	e los repo	ortes:			Ningu	ına	
c. Temporalidad de visita	al atractiv	0																	
Alta (meses)		ifique						texto							ro de			0	
Baja (meses)		Especifique						texto	Į.						Número de visitantes			0	
d. Llegada de turistas																			
☐ Turista naci	onal		Llegadas	mens	uales	Tota	al anual		Ti	urista e	extranjer	О		Lleg	adas me	nsuales		Total A	nual
	tex	do		0			0					te	xto		0			0	
Ciudades de origen	tex	do	73	0			0	Pá	ises de	origen		te	xto		0			0	
	tex	do	100	0			0					te	xto		0			0	
Observaciones:	texto				-														
11.2. Frecuencia de vis	sita segú	in infor	mantes clav	ve		✓													
Nombre del Informante	Clave:			Sei	ñor Manu	el Sara	ango			C	Contacto	s:				0989399	151		
D	emanda s	egún dí	as de visita								Den	nanda	según f	recuenc	ia de vis	ita	Ø		
Lunes a viernes 0	Fine: sem		0 D	ías fe	riados	0	Per	manente		E	Estacion	al		Espe	orádica	2	In	existente	
Observaciones:	Afluencia	a de visit	a en éppoca	de ca	maval														







## FICHA N°3: Fondo Verde





		FIG	CHA PA	ARA EL	LEVAN	TAMIENTO Y JE	RARQL	JIZACIÓ	N DE A	TRACTI	vos turistic	os				
		1	1	0	7	5 3	Α	N	0	8	0 5	0	2	0	0	3
Código del atractiv	vo:	Prov	incia	Car	ntón	Parroquia	Cate	goria	Ti	ро	Subtipo	Jera	rquía		Atractivo	
1. DATOS GENERALE	s	L														
						1.1 Nombre d	el Atrac	tivo Tur	istico							
						FON	DO VE	RDE								
1.2	2 Catego	oria					1.3 Tipo	)				1.	4 Subtip	00		
ATRACTI	VOS_NA	TURALE	s			FENÓMEN	OS_GE	OLÓGIC	os			Q	UEBRAD	DA.		
2. UBICACIÓN DEL AT	RACTIV	0									I					
2.1	l Provin	cia		-		2.	.2 Cantó	ón				2.3	Parroq	uia		
	LOJA					GC	NZANA	MA				NA	MBACO	LA		
2.4 Barrio	Sector	o Comu	na			2.5 Calle Prin	ncipal			2.6 No	l úmero		2.7	Transve	rsal	
N/	MBACC	DLA				S/I				S	/N			S/I		
2.8 Latitud	(grados	decima	les)		2	2.9 Longitud (gr	ados de	cimales	)	Click		2.10	Altura (n	nsnm)		
-	4.13522	9				-7	9.44041	13					1.640			
2.11 Información del a	dministr	rador														
a. Tipo de Administrado	ır:			PUB	LICO		b. Nom	bre de la	Instituc	ión:	GAD PARROC	UIAL				
c. Nombre del Administrador: texto d. Cargo que ocupa: texto																
e. Teléfono / Celular: 073103518 f. Correo Electrónico: marciaalor@gmail.com																
3. CARACTERISTICAS	DEL A	TRACTIV	/o													
3.1 Características clir	matológi	icas		<b>2</b>												
a. Clima: Trop	ical, Subt	ropical, T	emperad	do y frio s	ub temep	orado b. Ter	mperatur	a(°C):	2	21	c. Precipitac	ión Pluvio	métrica (r	nm):	50	10
3.2 Línea de producto	al que p	ertenec	e el atra	activo (L	1)	<b>2</b>										
a. C	ultura					b. Nati	ıraleza			Ø		c. Av	entura			
3.3 Escenario donde s	e localiz	za el atra	ctivo t	urístico		Ø										
a. Prístino		b. Prir	mitivo			c. Rústico Na	tural			d. R	Rural 🗹		e. Ur	bano		
3.4 Ingreso al atractivo	(U)		1	3												
a. Tipo de Ingreso	b. I	Horario d	le Atend	ión						c. Ate	ención					
a. ripo de ingreso	Ingr	reso	Sa	lida	То	dos los días	Fines	s de sema feriados	ana y	Solo	o días hábiles	0	tro	Е	Especifica	r
Libre 🗵	8:	00	17	:00		☑									texto	
Restringido	0:	00	0:	00											texto	
Pagado 🛘	0:	00	0.	00											texto	
d. Maneja un sistema d	e reserva	as:		f. Fon	ma de	Efectivo		Din Electr			Depósito Bancario		Tarje	eta de D	ébito	
e. Precio: Desde	0,00	Hasta	0,00	Pa	go:	Tarjeta de Créd	ito		Transfe	rencia B	Bancaria		Cheque			
g. Meses recomendable	s de vis	ita:								texto						
Observaciones:	texto			*												
4. ACCESIBILIDAD Y	CONECT	TVIDAD	AL ATF	RACTIVO	)						SI	2	NO		S/I	
a. Nombre de la ciudad			ercano	(Que pre	esente c	ondiciones mínin	nas de s					С	ATAMAY	O		
<ul> <li>b. Distancia desde la o poblado más cercano:</li> </ul>	ciudad o	27.5	km	c. Ti desplaza	empo amiento e	estimado de en auto:	0:30	h/min	d. Coor	denadas decimales)	s (grados ): Lat.:	-3.9	8333	Long.:	-79	.35
Observaciones:	texta															
4.2 Vias de Acceso (M	)		Ø													
			Tipo	de via		Coordenada de	e inicio	Coon	denada (	de fin	Distancia (km)	Tipo	de mat	erial	Esta	ado
		a. Prime	r orden		Ø	-4.140860,-79.4	29576	-4.135	229,-79.4	140413	1,5	A	SFALTAD	00	Bue	eno





URISMO														
u. remound	(very	b. Segundo	orden	0									Ī	
		c. Tercer or	den											
Observacio	nes:	'												
		Maritimo		Puerto / Muelle de partida	texto				Puerto / Muelle de Llegada	fe	exto			
b. Acuático (U)	_	Lacustre I		Puerto / Muelle de partida	texto	Estado			Puerto / Muelle de Llegada	te	exto	Estado		
		Fluvial	0	Puerto / Muelle de partida	texto				Puerto / Muelle de Llegada	te	exto			
Observacio	nes:	texto												
c. Aéreo (U)				Naciona	al:				Internacional:					
Observacio	nes:	texto												
4.3 Servicio de	transp	oorte (M)	2											
a. Bus	Ø	b. Buseta	2	c. Transporte 4x4	ø	d. Taxi		ø	e. Moto taxi		f. Telef	érico		
g. Lancha		h. Bote		i. Barco		j. Canoa			k. Avión		I. Avion	ieta		
m. Helicóptero		n. Otro	<b>a</b> 1	Especifique										
Observacio	nes	Rancheras, Camione	elas											
4.3.1 Detaile de	trans	porte hacia el atract	tivo (N	1)										
						c. Frec	xuencia	9						
		perativa o asociación	que	b. Estación / termi	nal			-	d, Detalle	/Trasla	ido origer	) /destin	io)	
resta el servicio					Diana	Semanal	Mensual	Eventual		X-1			76	
COOPERATIVA	DE TRA	NS. CARIAMANGA		TERMINAL	2	0			LOJA-NAMBACOLA-CARI	AMANG	3A.			
RANSPORTE N	NOTXI	IAMBACOLA S.A.		NAMBACOLA	0	ø		Ø	NAMBACOLA					
COOPERATIVA	DE TRA	INS. 30 DE SEPTIEME	RE	GONZANAMÁ		⊌		•	GONZANAMÁ/NAMBACO	LA.				
exla				lexio					texto					
exto			1	lexia					lexio					
4.4 Condicione	s de a	ccesibilidad del atra	activo	turistico al medio	fisico par	a persona	s con e	discapa	idad (M)	Ø				
General	Ø	Discapacidad Fisica	0	Discapacidad Visual	□ Dica	pacidad uditiva		Disca	pacidad Intelectual o Psico	osocial			Na es cesible	
Observacio	nes:	texto		***************************************										
4.5 Señalizació	n													
s. Señalización d	e aprox	imación al atractivo	()	_l Estado (	U) E	Виело	Ц		Regular LI		r.	falo	П	
Observacio	nes:	No existe sefializacio	án de a	sproximación al atrac	ttivo									
. PLANTA TU	RÍSTIC	A / COMPLEMENTA	RIOS						SI	M	NO		S/I	П
5.1 Planta turis	tica (N	1)												
		a. En el	Atrac	tivo 🗆			8		b. En la ciudad o	poblac	do cerca	no	M	
Aloiamier	ito	□ Estable	cimien	itos Número	de Nú	mero de		Joiamie	nto 🖸 Estableo	imiento	Núrr	nero de	Núm	nero de





TURISMO														
Hotel		0		0	0	Hotel		v	4		19	11	3	49
Hostal		0		0	0	Hostal		2	5		9	9	1	35
Hostería		0		0	0	Hostería		•	7		9	1	1	81
Hacienda Turística		0		0	0	Hacienda Turístic	a		0		C	i	1	0
Lodge		0	9	0	0	Lodge			0	İ	C	i	, i	0
Resort		0		0	0	Resort			0		C	,		0
Refugio	П	0		0	0	Refugio			0		C	)		0
Campamento Turístico		0		0	0	Campamento Turi	ístico		0		C	1		0
Casa de Huéspedes		0		0	0	Casa de Huésped	les		0		C	i		0
Observaciones:	texto					Observacion	nes:	texto	<u> </u>					
Alimentos y bebidas		Establecimientos registrados		ero de sas	Número de Plazas	Alimentos y bebidas	•		ablecimiente	os	Núme Mes			ero de azas
Restaurantes		0	T	0	0	Restaurantes	<b>a</b>		26	T	25			020
Cafeterias		0		0	0	Cafeterías	ø		1		7		1	28
Bares		0		0	0	Bares			0		C			0
Fuentes de soda		0		0	0	Fuentes de soda	ø		3	$\neg$	2	0	8	30
Observaciones:	texto				L	Observacion	nes:	texto						
Agencias de	Viaje		Estableci	mientos r	egistrados	Agen	cias de	Viaje		1	Estab	lecimien	tos regis	trados
Mayoristas				0		Mayoristas				1			0	
Internacionales				0		Internacionales				1		1	0	
Operadoras				0		Operadoras				1			0	
Observaciones:	texto					Observacion	nes:	texto		od s				
Guia Local	Nac	ional Nacional Especializado	Cu	ltura	0	Guía	Local	Naci	ional	Nacio Especia		Cu	ltura	0
		0 0	Ave	ntura	0		0	(	)	0		Ave	ntura	0
Observaciones:	texto					Observacion	nes:	texto						
5.2 Facilidades en el e	ntorno a	al atractivo	Ø											
Categoría (M)		Tipo (M)		Can	tidad C	oordenadas	Ad	ministra	dor '	Accesib			estado (l	
	Punto de	e Información	<b>V</b>		1 -4.14	10860,-79.429822	GA	D Parroqi	uial	unive ☑	. 1	B	R	M
	I-Tur			1	0	0		texto						
a. De apoyo a la gestión turística	Centro d	le interpretación			0	0		texto	-+					
uristica	Centro d	le facilitación turística			0	0		texto	-+					
	Centro d	le recepción de visitantes			0	0		texto	-+					
	Garitas	de guardianía			0	0		texto	-+					
	Miradore				0	0		texto	$\overline{}$					
<ul> <li>b. De observación y vigilancia</li> </ul>	Torres d	e avistamiento de aves			0	0		texto	$\overline{}$					
	Torres	de vigilancia para			0	0		texto	+					
8.5	salvavid		_		0	0		texto				_		
2 000	Estacion	nes de sombra y descanso			0	0		texto	-+					
c. De recorrido y descanso		e acampar			0	0		texto	<del>- +</del>					
		de alta montaña			0	0		texto	<del>  </del>					
	131	sanitarias	_		0	0		texto	$\dashv$					
d. De servicio		namientos	_		0	0		texto	$\dashv$					_
e. Otros		overes EditEEE			0	0		texto	+					
				1	T-0.00	· ·		I VAIO	- 1					





Observaciones:	texto							
5.3 Complementarios	33977255	vidad turística (	(M)					
		a. En el Atra			b. En la c	iudad o	poblado cercano	
Alquiler y venta o especializado	le equipo			у 🗆	Alquiler y venta de equipo especializado		Venta de artesanía merchandising	
Casa de cambio		Cajero automátic			Casa de cambio	Cajero		Otro 🗆
Especifique: texto					Especifique: texto			
Observaciones:	texto							
6. ESTADO DE CONS	ERVACIO	N E INTEGRAC	CIÓN ATRACTIVO / ENTORNO	,		SI	□ NO □	S/I 🗆
6.1 Atractivo (U)	<b>V</b>							
a. Conservado		b. Altera	ado 🛭	c. En pr	oceso de deterioro		d. Deteriorado	
Observaciones:	texto							
6.1.1 Factores de alter	ración y de	eterioro (M)						
6.1.1.1 N	laturales (	M)			6.1.1.2 Antrópicos / Antropogén	icos (M)		
a. Erosión		П	Actividades agricolas y ganaderas	Ø	b. Actividades forestales		c. Actividades extractivas / minería	
b. Humedad			d. Actividades industriales		e. Negligencia / abandono	Ø	f. Huaquearía	
c. Desastres naturales			g. Conflicto de tenencia		h. Condiciones de uso y exposición	Ø	i. Falta de mantenimiento	v
d. Flora/Fauna			j. Contaminación del ambiente	<b>V</b>	k. Generación de residuos		I. Expansión urbana	
e. Clima		Ø	m. Conflicto político / social		n. Desarrollo industrial / comercial		o. Vandalismo	
Otro			Especifique: texto					
Observaciones:	texto							
6.2 Entorno (U)	7							
a. Conservado		b. Altera	ado 🗹	c. En pr	oceso de deterioro		d. Deteriorado	
Observaciones:	texto							
6.2.1 Factores de alter	ración y de	eterioro (M)	××					
6.2.1.1 N	laturales (	M)			6.2.1.2 Antrópicos / Antropogén	icos (M)	Ĺ	
a. Erosión			a. Actividades agrícolas y ganaderas	Ø	b. Actividades forestales		c. Actividades extractivas / minería	
b. Humedad			d. Actividades industriales		e. Negligencia / abandono	v	f. Huaquearía	
c. Desastres naturales			g. Conflicto de tenencia		h. Condiciones de uso y exposición		i. Falta de mantenimiento	2
d. Flora/Fauna			j. Contaminación del ambiente	Ø	k. Generación de residuos		I. Expansión urbana	
e. Clima		Ø	m. Conflicto político / social		n. Desarrollo industrial / comercial		o. Vandalismo	
Otro			Especifique: texto					
Observaciones:	texto							
6.3. Declaratoria del	espacio t	urístico asociad	do al atractivo					
a. Declarante:		texto	b. Denominación:	texto	b. Fecha de declaración:	texto	c. Alcance:	texto
Observaciones:	texto							
7. HIGIENE Y SEGUR	IDAD TUI	RÍSTICA				SI	☑ NO □	S/I 🗆
7.1 Servicios Básicos	s		✓					
		a. En el atra	ctivo 🗆		b. En la ciu	dad o p	oblado mas cercano	Ø
Agua:					Agua 🗹		Potable	
Especifique: texto					Especifique: texto			
Energía eléctrica:					Energía eléctrica 🗹		Red eléctrica de servicio p	oúblico
Especifique: texto					Especifique: texto			
Saneamiento:					Saneamiento:		Red pública	





Oldsino															
Especifique:	texto							Especi	ifique: texto						
Disposición de de	esechos 🗆							Disposic	ión de desechos 🛭	7		Carro Re	ecolecto	ır	
Especifique:	texto							Especi	ifique: texto						
Observacion	nes: texto														
7.2 Señalética (	en el atractivo														
		(4)97775700						7	7.2.3. Materialidad				7	7.2.4. Est	ado
7.2.1 Ambiente		7.2.2	Tipo			a. Madera	b.Alu	ıminio	c.Otro		Especifique		В	R	М
	Pictograma de at	ractivos r	naturales	ĺ.		0		0	0		texto				
	Pictograma de at	ractivos c	culturales	3		0		0	0		texto				
	Pictograma de ac	tividades	turística	ıs		0		0	0		texto				
En áreas	Pictograma de se	ervicios de	e apoyo			0		0	0		texto				
urbanas	Pictogramas de r	estricción	Ĺ			0		0	0		texto				
_	Tótems de atracti	ivos turíst	ticos			0		0	0		texto				
*	Tótems de sitio					0		0	0		texto				
	Tótems direccion	ales				0		0	0		texto				
	Pictograma de at	ractivos r	naturales			0		0	0		texto				
	Pictograma de at	ractivos o	culturales	3		0		0	0		texto				
*	Pictograma de ac	tividades	turística	ıs		0		0	0		texto				
8	Pictograma de se			0		0	0		texto						
3	Pictogramas de r			0	-	0	0		texto						
En áreas	Señales turísticas	ĥ		0		0	0		texto						
naturales	Paneles de direc	cionamier	nto hacia	atractive	os	0		0	0		texto				
u	Panel informativo	de atrac	tivos			0		0	0		texto				
*	Panel informati atractivos, servici	vo de	direccio vidades	onamient	o hacia	0		0	0		texto				
	Mesas interpretat					0		0	0		texto				
Š	Tótem de sitio					0		0	0		texto				
	Tótem de direccio	onamiente	0			0		0	0		texto				
Letreros informativos	De información b	otánica				0		0	0		texto			П	
	Normativos de co	nciencia	ción			0		0	0		texto				
Señalética interna de seguridad	Protección de los	elemente	os del at	ractivo		0		0	0		texto				
Otros 🗆								texto							
Observacion	nes: No exist	e señalet	ica ni de	aproxim	ación al at	tractivo ni señale	tica de lle	egada							
7.3 Salud (más	cercano) (M)		<b>2</b>												
		a. Er	n el atra	ctivo					b. En	la ciud	ad o poblad	o mas cerd	ano	<b>V</b>	
Hospital o Clínica					O	)		Hospital	o Clinica				0		
Puesto / Centro d	le salud 🔲	_			0	)		Puesto /	Centro de salud	⊌			1		
Dispensario médi	ico 🗆	Cantidad			0	)		Dispensa	ario médico	Ø	Cantidad		1		
Botiquín de prime auxilios	eros	O			0	)		Botiquín auxilios	de primeros		0		0		
Otros					0			Otros					0		
Observacion	nes: texto														
7.4 Seguridad (	(M)		Ø												
a. Privada					texto										
b. Policía nacior	nal		Ø	lle	UNIDAD	POLICIAL COM	JNITARI	A GONZAI	NAMA						





c. Policía metropolitana	/ Municipal		Del	texto											
d. Otra				texto											
Observaciones:	texto														
7.5 Servicio de comun	icación de uso	público	(M)	G	2										
	а. І	n el atra	ctivo	Ø				b. I	En la ci	udad o p	oblado	mas cei	rcano	V	
Telefonía (M)		Conexi	ón a inte	rnet (M)		Ø	Telefonía (	M) 🗹			Conexi	ón a int	ernet (M)	) 🗹	
Fija 🗆	Línea telefónica	0		Fibra óptio	ca		Fija	Ø	Linea	telefónica	Ø	Fibra ó	ptica		
Móvil 🗹	Satélite			Redes ina	alámbricas		Móvil	Ø	Satélit	е		Redes	inalámbri	icas	•
Satelital		Tel	efonía m	óvil	9	<b>4</b>	Satelital				Telefor	nía móvil	6		<b>V</b>
Observaciones:	texto														
Radio portátil (U)															
De uso exclusivo para e	el visitante	П		De uso	exclusivo para	comuni	cación intern	a 🗆	De us	o exclusiv	o en ca	so de ei	mergenc	ia	
Observaciones:	texto														
7.6 Multiamenzazas (N	1)														
Deslaves				Sismos			Erupcio	ones volcáni	icas		1	ncendio	s forestal	es	
Sequia			Inc	undacione:	s		9	Aguajes				Ts	unami		
¿Existe un plan de conti de catástrofes?	ingencia en cas	° 🗆	Institució	on que ela	iboró el	texto	Non	nbre de	el	texto		Año elabora	de	9	0
Observaciones:	texto		documen	into.			doc	amento.				Ciabore	icion.		
8. POLÍTICAS Y REGU	LACIONES									SI		NO		S/I	
a. ¿El GAD cuenta con el	Plan de Desarro	llo Turístic	o Territor	ial?		SI	□ N	0 🗆			Año	de elabo	ración:	2	016
b. ¿El atractivo se encuen	tra dentro de la p	olanificació	in turístic	a territorial	I (GAD'S)?			SI		NO			Espe	cifique:	
texto								100		186505					
c. ¿Existen normativas qu	e se apliquen pa	ra el desa	rrollo de l	a actividad	d turística en el a	tractivo?	9	SI		NO			Espe	cifique:	
texto															
d. ¿Existen ordenanzas q	ue se apliquen p	ara el desa	arrollo de	la activida	d turística en el a	atractivo	,	SI		NO			Espe	cifique:	
texto															
Observaciones:	texto														
9. ACTIVIDADES QUE	SE PRACTICA	N (U)								SI	<b>V</b>	NO		S/I	
9.1 ATRACTIVOS NAT	URALES (M)	Ø													
9.1.1 En el Agua (M)	<b>4</b>														
a. Buceo	☐ b. Kaya	ak de mar			c. Kayak lacustre		□ d. K	ayak de Río			e. Surf				
f. Kite surf	☐ g. Raft	ing			n. Snorkel		☐ i. Tu	bing			j. Regal	а			
k. Paseo en panga	☐ I. Pase	o en bote			n. Paseo en lanc	:ha	n. P	aseo en mo	to		o. Para	sailing			
p. Esquí acuático	☐ q. Ban	ana flotant	e	□ r	. Boya			esa deportiv	/a		Otro	<b>2</b>		Natació	n
Observaciones:	texto														
9.1.2 En el Aire (M)															
a. Alas Delta	☐ b. Can	ору			c. Parapente		☐ d Ot	ro				te	exto		
Observaciones:	texto	2000			. 30										
9.1.3 En Superficie Terr	estre (M)	<b>3</b>													
a. Montañismo	☐ b. Esca	alada			c. Senderismo		□ d. C	icloturismo			e. Cany	oning			
f. Exploración de cuevas	☐ g. Activ	ridades		☑ h	n. Cabalgata		☐ i. Ca	aminata		•	j. Camp	ing			
k. Picnic		rvación de	e flora y	☑ r	m. Observación d	le astros	□ n. O	tro		- militir		te	exto		
Observaciones:	texto														
9.2 ATRACTIVOS CUL	TURALES (U)														





9.2.1 Tangibles e intangibles															
a. Recorridos guiados	ш	b. Recorri	ido autogu	uiados	è			U	c Vis	ita a talle	nes artist	icos			ш
h. Participación en talleres artisticos		d. Visita a	talleres a	artesar	nales				i. Part	icipación	en taller	es artesa	nales		
e. Exposiciones temáticas permanentes, temporales y eventuales				pieza	s, mues	stras, o	bras, (	etc., 🏻	i, Acti	vidades (	vivencisle	es y/o lúdi	cas		
g. Presentaciones o representaciones en vivo		h, Muestra	as audiov	risuale	s				g. Fot	ografia					
j. Degustación de platos tradicionales		I. Participa	ación de l	a celei	bración				m. Co	mpra de	artesania	98			
n. Convivencia	П	o. Medicir	na ancest	ral					Otro		8		texto	ių.	
Observaciones: texto															
10. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL	ATRAC	CTIVO								SI		NO		5/1	<b>2</b>
10.1. Medios de Promoción del Atractivo (M)															
¿Existe un plan de promoción turistica cantonal?			8	SI SI		NO		Es	pecifique	texto					
JEI Afractivo se encuentra incluido en el plan de	nmmoc	ión huristic	o canton	al2		81		NO	П						
17/49/11/00 PS N1	promoc	TOTAL LOCATION	A section		nombre	55000	100	1,000	G1 - G1			Pariadia	idad da li	o promo	oién.
	7		Direc	Cion y	HUHHUR			s promoi	Juliales		22	remaio			alon
		313323		100000			texto				30		1000000000		
	935	70000000	_	2000									22.00		
and the second s		-									0				
NOT AND THE SECOND SECO													1100		
	S1.0	20. 12.	_	STEED IN							9		2220	100	
											Ø-				
DIA.	one natures artistices   d. Visila a talleres artesanales   i. i. consistential consis						Ningun	ia							
h. Otro		Nombre	te	exto							89		Ningun	a	
Observaciones: texto															
10.2. El atractivo forma parte de una oferta es	tableci	da (paque	te turist	ico)		SI		N	<b>□</b>	Esp	ecifique	: texto			
Observaciones: texto	10000000									-			100-00		
11. REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA	(M)									SI	П	NO	П	S/I	Ø
11.1. Frecuencia de visita según datos estadi	sticos														
a. ¿Posee un sistema de registro de visitantes?	SI		NO E	1	Tipo	Digital		Pap	el 🗆	A	Años de n	egistro		0	
b. ¿Se genera reporte de estadísticas de visita al afro	activo?		sı D	1	NO		ı	Frequenc	a de los re	portes:			Ningun	ia	
c. Temporalidad de visita al atractivo															
Alta (moses)					texto						th de	201	-	0	
Ваја (meses) П					texto						Núm	ALOUA N	-	0	
d. Llegada de turistas															
☐ Turista nacional Llega	das men	nsuales	Total a	nual	0	Т	urista e	xtranjero		Lle	gadas m	ensuales		Total An	iusi
texto	0		D					100	texto		0	ž I		0	
texto	0		0		1				texto		D			0	
Observaciones: lexio		,													
11.2. Frecuencia de visita según informantes	clave		2												
Nombre del Informante Clave:	s	eñor Manuk	el Sarange	0			c	Contactos				0989399	151		
Demanda según dias de vis	ita							Dema	ında segü	n frecuen	icia de vis	sita	☑		
Lunes a viernes 0 Fines de semana 0	Dias t	feriados	0	Perm	anente		E	Estaciona		Es	porádica	2	Inex	xistente	
Observations 150 and 1	1001957	2004077	100							- 12					







## FICHA N° 4: Cerro Ingahurco





			FI	CHA PARA EL	LEVAN	TAMIENTO Y J	RARQU	IZACIÓ	N DE AT	RACTI	vos turi	istico	s				
20.020045.0		v. 1	1	1 0	7	5 3	A	N	0	31	D	3	0	2	0	0	4
Cádigo	del atractivo	D:	Prov	incia Ca	antón	Parroquia	Categ	poría	Tip	00	Subtip	00	Jeran	quía.	1	Atractive	0
1. DATOS G	ENERALES	3															-
						1.1 Nombre	lel Atract	tivo Tu	ristico								- 2
						ELI	(GAHU	RCO									- 3
	1.2	Catego	ria		Г	i i	1.3 Tipo	i .					1.4	Subtip	00		- 8
	ATRACTIV	OS NA	TURALE	s	1	M	ONTAÑA	s					BAJA	MONT	AÑA		
2. UBICACIO					-												-
		Province			Т	2	.2 Cantó	n					2.3	Parroq	uia		
	100	LOJA		-			NZANA	(Y)					2000	MBACC	100000		-
- 3	2.4 Barrio,	Sector	o Comu	na		2.5 Calle Prin		200		2.6 N	úmero		2000		Transve	ersal	
		MBACO			VIA	CATAMAYO-CA		IGA			W.			550	S/I		-
	2.8 Latitud (	- Care		les)		2.9 Longitud (gr			1	Cirk			2.10 A	ltura (n	300		75
		1,150260		(a)			79.42614		C.V					2.220			
2.11 Informa	20		27								L			1000000			
a. Tipo de Ad			1286 fr	PUI	BLICO		b. Nomt	re de la	Instituci	ón:	GAD PAR	ROGU	IIAL.				
c. Nombre de		0. 10.0000		4	exto		d. Cargo			water o	texto	300.500	2000				-
e. Teléfono /				1466.99	03518		f. Correc	esa estados	Sure Park		marcisalore	Semail:	com				
Observa	ane varie			9200			11,000,000			-							- 33
3. CARACTE		DEL AT	RACTIV	/o													
3.1 Caracter	NAME OF THE OWNER.																
a Clima:				emperado y frio	sub terror	есино в. Те	mperatura	irch:	2	1	o Pred	ioitació	n Pluvian	nétrica (r	mm):	- 51	00
				e el atractivo (		2		12.						200 COS. N	c y.		
	a. Cu			П			eselenu			Ø			c. Ave	ntura			П
3.3 Escenar			a el atra	ectivo turistico	8	2											
a. Pristino			b. Pri			c. Rústico Na	abural			d. F	Rural	<b>3</b>		e. Ur	bano		
3.4 Ingreso	al atractivo	(U)		<b>J</b>													
	1	2000	torario d	le Atención	T					c: Ale	ención						- 89
a. Tipo de	Ingreso	Ingr	eso	Salida	Tr	idos los días	Fines	de sem	ana y	Soli	o dias hábili	ns	Otr	n		Espechica	ar
Libre	П	8:0	- 11	17:00		D	- 2	feriados			П		Г			lexic	- 1
Restringido		0:0		0:00	-							8				texto	- 12
Pagado		9:0		0:00	+			п				$\dashv$	t	300		texto	_
d. Maneja un	2000			п		Efectivo		Din	ero	0	Depós			98	eta de D	100000	
e. Precio:		0.00		f. Fo	rma de ago:	Tarjeta de Créd		Electr	ránica Transfei		Banca Jancaria	rio		Cheque			_
g. Meses rec	C. 10.10						(3)	-		texto	(1) N (2)				22		
Observa		texto.								24-36							
100000000000000000000000000000000000000	A Marian Maria		IVIDAD	AL ATRACTIV	in.							SI	<b>2</b>	NO		SA	
						ondiciones mínir	nas de si	ervicins'	r.			-	500	TAMAY		- Oil	
b. Distancia	desde la ci	100000	27.5	bres E. 1	Tiempa	estimado de			d. Coord	denadas	S (grados L	al :	-3.98	2017	Long :	-70	3.35
poblado más Observa:	enconomic -	texto	51.65	~" despla	zamiento i	en auto:	0.00		ď	ocimales)	):		0,00		Long.	- 60	10.50
4.2 Vias de /		2		2													
	(m)			Tipo de via		Coordenada d	e inicio	Coor	denada d	le fin	Distancia	(km)	Tipo	de mat	erial	Est	lado
			a. Prime	100	<b>2</b>	4.156428,-79	- I		434 -78.4		0	T	100.00	FALTAE			eno:
a Terres	tro (94)	ra l	of the second second	200 T T T T T T T T T T T T T T T T T T	_	THE PROPERTY OF THE PARTY OF TH	100000	1110000		WEST DIED	(3.76)		(5)			53	200200





<b>a.</b> 101100110	\·••,	b. Segundo	orden 🗆		0			0	Ĭ	D		texto	8	R	egular
		g. Tercer arc	len 🗵	4.15	343479	9.423743	-4.15	50288,-79.	42814	D		TIERR	A	Re	egular
Observacio	nes:	texto		- 43			J				- Mil			- 55.	
		Marítimo E	Puerto / Mue de partida		exto					/ Muelle de legada		exto			
o. Acuático (U)		Lacustre E	Puerto / Mue de partida		exto	Estado	33			/ Muelle de legada	7	exto	Estado		
		Fluvial [	Puerto / Mue de partida		exto					/ Muelle de legada		lexto			
Observacio	nes:	texto													
: Aéreo (U)				Nacional:						Internacional	0				
Observacio	nes:	texto													
.3 Servicio de	transp	oorte (M)	☑												
. Bus	Ø	b. Buseta 5	d c Transporte	4x4	<b>4</b>	d. Taxi		<b>V</b>	(i	. Moto taxi		f. Tele	férico		
. Lancha		h. Boto	i. Barco			j. Canos	ı		٠	. Avión		I. Avio	neta		
n. Helicóptero		n. Otro	Especifique												
Observacio	nes:	Rancheras, Camione	tas												_
2 d Detalle de		porte hacia el atracti	78.85	E	1										
. Nombre da resta el servicio		perativa o asociación	due b. Estación	/ terminal	Diaris	Semanal	Mensuel	Eventual		d. Deta	alle (Trasi	ado orige	n / des	tino)	
COOPERATIVA	DE TRA	NS. CARIAMANGA	TERMINAL		10				LOJA-CA	RIAMANGA					
OOPERATIVA	DE TRA	NS LOJA	TERMINAL		•				LOJA-CA	RIAMANGA					
OOPERATIVA EPTIEMBRE	DE	CAMIONETAS 30	DE GONZANAM	A	п	ⅎ	п		GONZAN	AMÁ-NAMBA	COLA				
RANSPORTE N	AIXTO N	IAMBACOLA S.A.	NAMBACOLA	9	ø				NAMBAC	OLA					
exto			texto		п		П	П	texto.						
.4 Condicione	s de a	ccesibilidad del atra	ctivo turístico al	medio fís	ico par	a persona	is con	discapac	idad (M)		N				
General	Ø	Discapacidad L Fisica	Discapacid Visual	ad 🗆		apacidad uditiva	П	Discap	acidad In	telectual o Ps	sicosocia	ш		d No es accesible	L
Observacio	nes:	texto	1.00000												
.5 Señalizació	n	☑													
. Señalización d	e aprox	imación al atractivo	Ø E	Estado (U)	Е	Bueno	П		Regu	lar 🗹		,	Maio	П	
Observacio	nes:	lexia													
PLANTA TU	RÍSTIC	A / COMPLEMENTA	RIOS							SI	V	NO	ш	8/1	ш
.1 Planta turís	tica (N	1)					310								
		a. En el	Atractivo 📙						b. I	En la ciudad	o pobla	do cerc	ano	M	
Alojamier	ito			lúmero de		mero de	-	Mojamier	ito G		decimient		mero de		mero d





Hotel		0		0	0	Hotel		Ø	4	191	3	49
Hostal	□	0	-	0	0	Hostal	1	0	5	99	1	35
tosteria		0		D	0	Hosteria		Ø .	7	91	1	81
Hacienda Turística		0		0	0	Hacienda Turistic	a		0	0	- 2	0
odge	ш	0	1	0	0	Ladge		ш	D	0		a
Resort		ō	1	D.	0	Resort		0	0	0	8	g .
Refugio		0		0	0	Refugio		0	0	0	- 3	0
Campamento Turístico	П	0		0	0	Campamento Turi	ística	0	0	0	3	a .
Casa de Huéspedes		0	1	D	0	Casa de Huésped	les	0	0	0	100	o o
Observaciones:	texto					Observacion	ies:	texto				
Alimentos y bebidas	Ш	Establecimientos registrados		ero de esas	Número de Plazas	Alimentos y bebidas	ŭ	Establecimie registrad		nero de fesas	Núm Pk	ero de izas
Restaurantes		0		0	0	Restaurantes	•	26		255	1	20
Cafeterías		0		0	0	Cafeterias	Ø	3		7		28
Bares	П	0	3	0	0	Bares		0		0	8	a
Fuentes de soda		0	1	٥	0	Fuentes de soda	Ø	3		20	1	30
Observaciones:	texto					Observacion	nes:	texto				
Agencias de	Viaje	LI E	stableci	mientos re	gistrados	Agen	cias de	Viaje	⊔ Est	ablecimier	ntas regis	trados
Mayoristas				ā		Mayoristas				-	0	
ntemacionales		п		0		Internacionales					0	
Operadoras		п		0		Operadoras					0	
Observaciones:	texto					Observacion	nes:	texto				
						O DOCI VACION						
Guia Local	Nacio	onal Nacional	Cu	ltura	0		Local	Nacional	Nacional Especializado	Cu	iltura	0
Guia Local	Nacio 0	Especializado		iltura entura	0				Nacional Especializado	1	illura entura	Н
		Especializado		-		Guia	Local	Nacional	Especializado	1		$\vdash$
Ц о	0 texto	Especializado 0		-		Guia	Local	Nacional	Especializado	1		0
U 0 Observaciones:	0 texto	Especializado 0	Ave	-	0	Guia	o nes:	Nacional	D Accesibilidad	Ave	entura Estado (l	) J)
Observaciones:	0 texto	Especializado 0	Ave	entura	0 idad (	Guia  Li  Observacion	0 nes:	Nacional 0 lexio	Especializado 0	Ave	entura	J) N
Observaciones:	0 texto	Especializado  O  I atractivo  Tipo (M)	Ave	Canti	0 dad (	Guia  Li  Observacion  Coordenadas	0 nes:	Nacional () () () () () () () () () () () () ()	Especializado  D  Accesibilidad  universal	Ave	entura Estado (l R	J) N
U 0 Observaciones:  5.2 Facilidades en el e Categoría (M)  a De apoyo a la gestión	0 lexio ntorno al Punto de I-Tur	Especializado  O  I atractivo  Tipo (M)	Ave	Canti	.0 ided (	Guia  U  Observacion  Coordenadas	0 nes:	Nacional g lexito	Accesibilidade universal	Ave	Estado (l	J) N
Observaciones:  5.2 Facilidades en el el Categoría (M)	Punto de	Especializado  0  l atractivo  Tipo (M)	Awe	Canti	0 dided (	Guia LI Observacion Coordenadas 60880,79,429579	0 nes:	Nacional g lexio ministrador D Nambacola 16x00	Accesibilidad universal	B G	Estado (l	о О
Observaciones:  5.2 Facilidades en el e  Categoría (M)  a De apoyo a la gestión turística	Punto de I-Tur Centro de	Especializado  O  Latractivo  Tipo (M)  Información  s interpretación	Ave	Canti	.0 ided (	Guia LI Observacion Coordenadas 40860.79.426576 0	0 nes:	Nacional  ()  lexic  ministrador  D Nambacola  16x00	Accesibilidade universal	B G	Estado (l	) M
Observaciones:  5.2 Facilidades en el e  Categoría (M)  a De apoyo a la gestión turística	Punto de I-Tur Centro de Centro de	Especializado  I atractivo  Tipo (M)  Información  I interpretación  e facilitación turislica	Ave	Canti	.0 dad C	Guia  LI  Observacion  Coordenadas  40880, 79.429578  0	0 nes:	Nacional  d lexito  ministrador  D Nambacola  16500  16500	Accesibilidad universal	B G LL	Estado (l	
Observaciones:  5.2 Facilidades en el e Categoría (M)  a De apoyo a la gestión turística	Punto de I-Tur Centro de Centro de	Especializado  0  Latractivo  Tipo (M)  Información  Info	Ave	Canti	0 ded (	Guia LI Observacion Coordenadas 40860.79.429578 0 0	0 nes:	Nacional  () Itendo  Tendo  D Nambacola  1690  1690	Accesibilided universal	B G G	Estado () R	) M
Observaciones:  5.2 Facilidades en el e  Categoría (M)  a De apoyo a la gestión turística	Punto de I-Tur Contro de Centro de Centro de Garitas d	Especializado  0  Latractivo  Tipo (M)  Información  Info	Ave	Canti	.0 ided 6	Guia  Li  Observacion  Coordenadas  40880.79.429576  0  0	0 nes:	Nacional  () Iexido  ministrador  D Nambacola  16x00  16x00  16x00  16x00	Accesibilidad universal	B G G G G G G G G G G G G G G G G G G G	Estado ()	) M
Observaciones:  5.2 Facilidades en el e  Categoría (M)  a De apayo a la gestión turistica	Punto de I-Tur Centro de Centro de Garitas de Miradores Torres de	Especializado  I atractivo  Tipo (M)  Información  I interpretación  I facilitación turística  I recepción de visitantes  I guardianía  I se avistamiento de aves  de vigilancia para	Avec	Canti	idad (	Guia LI Cbservacion Coordenadas 40880,79,429578 0 0 0	0 nes:	Nacional  d lexito  ministrador  D Nembacole 16360 16360 16360 16360 16360	Accesibilidad universal	B G G G G G G G G G G G G G G G G G G G	Estado ()	) N
U a Observaciones:  5.2 Facilidades en et e Categoría (M)  a De apeyo a la gestión turística  ☑  b De observación y vigilancia	Punto de I-Tur Centro de Centro de Garitas de Miradores	Especializado  ()  I atractivo  Tipo (M)  Información  I interpretación  e facilitación turística  e recepción de visitantes  c guardianía  s  e vigilancia para		Canti	0 ided (	Coordenadas  40860.79.426576  0  0  0	0 nes:	Nacional  () Iendo  ministrador  D Nambacola  1esco  1esco  1esco  1esco  1esco  1esco  1esco	Accesibilidade universal	B G G G G G G G G G G G G G G G G G G G	Estado (l	) M
Observaciones:  5.2 Facilidades en el el Categoría (M)  a. De apayo a la gestión turística  b. De observación y vigilancia	Punto de I-Tur Centro de Centro de Garitas de Miradores Torres de Torres de Senderos	Especializado  ()  I atractivo  Tipo (M)  Información  I interpretación  e facilitación turística  e recepción de visitantes  c guardianía  s  e vigilancia para		Cantil	.0 ded 6	Guia   Li	0 nes:	Nacional	Accesibilidade universal	B G G G G G G G G G G G G G G G G G G G	Estado () () () () () () () () () () () () ()	
U a  Observaciones:  5.2 Facilidades en et e  Categoría (M)  a De apoyo a la gestión turística  □  b De observación y vigilancia	Punto de I-Tur Centro de Centro de Centro de Garitas de Miradores Torres de Torres de Salvavida Senderos Estacione	Especializado  ()  I atractivo  Tipo (M)  Información  I interpretación  I facilitación turistica  I recepción de visitantes  I guardianía  I se avistamiento de aves  de vigilancia para  I se avistamiento de aves		Canti  1 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0	ided (	Guia LI Cbservacion Coordenadas 40860.79.429578 0 0 0 0 0	0 nes:	Nacional  D lexito  Ininistrador  D Nambacola  16360  16360  16360  16360  16360  16360  16360  16360	Accesibilidad universal	B G G G G G G G G G G G G G G G G G G G	Estado ()	
□ Observaciones:  5.2 Facilidades en el e  Categoría (M)  a De apoyo a la gestión furistica  □  b De observación y vigilancia	Punto de I-Tur Centro de Centro de Centro de Garitas d Miradores Torres de Torres Salvavida Senderus Estacione Areas de	I atractivo  Tipo (M)  Información  I interpretación  e facilitación turística  e recepción de visitantes  e quardienía  s  e avistamiento de aves  de vigilancia para  s  es de sombra y descanso  acamper		Canti  1 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0	0 ided (	Coordenadas 40880.79.429576 0 0 0 0 0 0	0 nes:	Nacional	Accesibilidade universal	8 3 3 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1	Estado ()	
Observaciones:  5.2 Facilidades en el el Categoría (M)  a De apayo a la gestión furistica  b De abservación y vigitancia  c De recorrida y descanso	Punto de I-Tur Centro de Centro de Centro de Torres de Torres de Torres de Torres de Torres de Torres de Refugio d	Especializado  ()  I atractivo  Tipo (M)  Información  I interpretación  I facilitación turistica  I recepción de visitantes  I guardianía  I se avistamiento de aves  de vigilancia para is  I ses de sombra y descanso  acamper  I se alla montaña		Canti  1 1 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0	ided (	Guia  Li  Cbservacion  Coordenadas  40860.79.429578  0  0  0  0  0  0  0  0	0 nes:	Nacional	Accesibilidad universal	B G G G G G G G G G G G G G G G G G G G	EEstado () R	
Observaciones:  5.2 Facilidades en el el Categoría (M)  a De apoyo a la gestión turística  b De observación y vigilancia  c De recontida y descanso	Punto de I-Tur Centro de Centro de Centro de Cantro de C	Especializado  I atractivo  Tipo (M)  Información  I interpretación  I facilitación turística  I recepción de visitantes  I guardianía  I se avistamiento de aves  I de vigilancia para is  I se se ade sombra y descanso  acampar  I se alta montaña  sanitarias	Ave	Canti  1 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0	ided (	Guia   Li	0 nes:	Nacional	Accesibilidade universal	Ave	Estado () R	0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0
Observaciones:  5.2 Facilidades en el e Categoría (M)  a De apoyo a la gestión furística  b De observación y vigilancia  c De recorrida y descanso	Punto de I-Tur Centro de Centro de Centro de Torres de Torres de Torres de Torres de Torres de Torres de Refugio d	Especializado  I atractivo  Tipo (M)  Información  I interpretación  I facilitación turística  I recepción de visitantes  I guardianía  I se avistamiento de aves  I de vigilancia para is  I se se ade sombra y descanso  acampar  I se alta montaña  sanitarias		Canti  1 1 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0	.0 ided (	Guia  Li  Cbservacion  Coordenadas  40860.79.429578  0  0  0  0  0  0  0  0	0 nes:	Nacional	Accesibilidad universal	B G G G G G G G G G G G G G G G G G G G	EEstado () R	0





TORISMO											
Observaciones:	texto										
5.3 Complementarios	s a la activ	vidad turistica	(M)	Ø							
7		a. En el Atr	activo 🗆			b. En la	ciudad (	o poblado cercan	0	Ø	
Alquiter y venta d especializado Casa de cambio Especifique: Texto	le equipo	☐ Cajero automâti	Venta de merchandising ico □	artesanias Otro	<sup>y</sup> 🗆	Alquiller y venta de equip especializado Casa de cambio   Especifique. lexto	2	Venta de merchandising automático	artesania	is y	y
Observaciones:	texto										
6. ESTADO DE CONS	ERVACIÓ	N E INTEGRA	CIÓN ATRACT	TIVO / ENTORNO	0		SI	□ NO □	7	9/1	
6.1 Atractivo (U)	2										
a. Conservado		b. Alter	rado	Ø	c Eng	proceso de deterioro		d. Deteriorado			
Observaciones:	texto										
6.1.1 Factores de alter	ración y de	eterioro (M)									
6.1.1.1 N	laturales (	M)				6.1.1.2 Antrópicos / Antropogé	nicos (M	)			
a. Erosión			<ul> <li>a. Actividades ganaderas</li> </ul>	agricolas y	⊇	b. Actividades forestales		<ul> <li>a. Actividades extremineria</li> </ul>	activas /	ě	⊐
b. Humedad			d. Actividades	industriales		e. Negligencia / abandono	•	f. Huaquesria			
c. Desastres naturales		П	g. Conflicto de	tenencia	П	h. Condiciones de uso y exposición	П	i. Falla de manteni	imiento		স
d. Flora/Fauna		Ц	j. Contaminaci	ión del ambiente	П	k. Generación de residuos	ш	I. Expansión urbar	na		١
e. Clima		N	m. Conflicto pr	olitico / social	П	n. Desarrollo industrial / comercia		o. Vandalismo			П
Otro			Especifique	texto							
Observaciones:	texto										
6.2 Entomo (U)	2										
a. Conservado		b. Alte	rado	Ø	c. En s	proceso de deterioro		d. Deteriorado			
Observaciones:	texto										
6.2.1 Factores de alte	ración y de	eterioro (M)	1,000								
6.2.1.1 N	laturales (	M)				6.2.1.2 Antrópicos / Antropogé	nicos (M	)			
a. Erosión			a. Actividades ganaderas	agricolas y	P	b. Actividades forestales	П	<ul> <li>c. Actividades extr mineria</li> </ul>	activas /	ł	
b. Humedad			d. Actividades	industriales		e. Negligencia / abandono	•	f. Huaquesria			⊐
c. Desastres naturales		П	g. Conflicto de	tenencia	П	h. Condiciones de uso y exposición	П	i. Falla de manteni	imiento		П
d. Flora/Fauna			j. Contaminaci	ón del ambiente		k Generación de residuos		I. Expansión urbar	\a		
e, Clima		Ø	m. Conflicto po	olitico / social		n. Desarrollo industrial / comercia		o. Vandalismo			
Otre			Especifique	texto							
Observaciones:	texto										
6.3. Declaratoria del	espacio tu	uristico asocia	do al atractivo								
a. Declaranta:		texto	b. Denomi	nación:	texto	<ul> <li>b. Fecha de declaración;</li> </ul>	texto	c. Alcs	ince:	te	exto
Observaciones:	texto										
7. HIGIENE Y SEGUR	IDAD TUE	RÍSTICA					SI	M NO □	7	S/I	П
7.1 Servicios Básico:	5		Ø								
		a. En el atr	activo $\sqcap$			b. En la cir	udad o p	ooblado mas cerca	ano 「	PI PI	
Agua:						Agua 🗹		Pola	ble		
Especifique: texto						Especifique: texto					
Energia eléctrica:						Energia eléctrica ☑		Red eléctrica de :	servicio p	xública	
Especifique: texto						Especifique: texto					
								E 910	22		





UKISMO											
Especifique:	texto					Especifique: texto					
Disposición de d	esechos 🗆				Di	sposición de desecho	s <b>3</b>	Carro Re	rcolecto	r	
Especifique:	texto					Especifique: texto					
Observacion	es; texto										
7.2 Señalética	en el atractivo		ø								
		1220	12.700			7.2.3. Materialid	ad		7	7.2.4 Est	ado
7.2.1 Ambiente		722	. Tipo	a. Madera	b.Alumir	nio c.Otro	Es	pecifique	В	R	м
	Pictograma de atr	ractivos r	naturales	0	0	0		texto	ш	Ц	ш
	Pictograma de atr	ractivos c	outhurales	0	0	۵	S.	texto			
	Pictograma de ac	tividades	turisticas	0	0	a		lexio			
En áreas	Pictograma de se	rvicios d	е врсуо	0	0	a		texto			
urbanas	Pictogramas de re	estricción	i	0	0	g.		texto.	LI.	Ц	Ц
	Tôtems de atracti	ivos turist	licos	0	0	a		fexto		П	
	Tátems de sitio			0	0	a		texto			
	Tátems direccions	ales		0	D	g g		texto		п	п
	Pictograma de atr	ractivos r	naturalos	0	0	0		texto			
	Pictograma de atr	ractivos c	sulturales	0	0	a		texta			ш
	Pictograma de ac	tīvidades	turisticas	0	0	(0)		texta			0
	Pictograma de se	rvicios d	e apoyo	0	D	a		texto		П	
	Pictogramas de re	estricción		0	0	0		texto		П	П
En áreas	Señales turísticas	s de apro:	ximación	1	0	0	APROXIMACI	ON AL ATRACTIVO		Ø	
naturales	Paneles de direcc	cionamier	nto hacia atractivos	0	a	a		texto			
-	Panel informativo	de atrac	livos	0	0	a		texto			
	Panel informati- atractivos, servici	vo de ios y activ	direccionamiento hacia vidades	0	0	0		texto		П	
	Mesas interpretat	ivas		0	0	a		texto		ш	
	Tátem de sitio			0	0	a		texto		ш	ш
	Tâtem de direccio	onamient	0	0	0	0		texto			
Letreros informativos	De información b	otánica		0	0	a		texto	П	П	П
	Normativos de co	onciencia	ción	0	0	a		texto	□		
Señalética intema de seguridad	Protección de los	element	os del atractivo	0	0	a		texto	٥		
Otros 🗆					b	exto					
Observacion	nes: lexio										
7.3 Salud (más	cercano) (M)		<b>Ø</b>								-
		a. Er	n el atractivo 🗆			b.	En la ciudad o	poblado mas cero	ano	☑	
Hospital o Clinica			0	<u>g</u>	Но	espital o Clinica			0		
Puesto / Centro d	e salud 🔲		0		Pu	esto / Centro de salud			1		
Dispensario médi	∞ □	Cantidad	0	E.	Di	spensario médico	Cantidad		1.		
Botiquin de prime auxilios	ras 🗆	Ö	0			diquin de primeros xilios	o ö		0		-
Otros			0	6	Ot	ros			0		
Observado	nes: texta										
7.4 Seguridad (	M)		П								
a. Privada			□ texto								
b. Policía nacior	nal		☑ e UNIDAD	POLICIAL COMU	UNITARIA G	ONZANAMA					





UKISMO														
c. Policía metropolitana	/ Municipal	_ B	texto											
d. Otra		_	texta											
Observaciones:	texto													
7.5 Servicio de comun	icación de uso	público (M)	<b>a</b>											
	a. E	n el atractivo	ব				ь. Е	En la ciu	dad o p	oblado	mas ce	rcano	M	
Telefonía (M)		Conexión a int	ternet (M)	⊌	Telefo	nía (M)	<b>2</b>			Cane	xión a int	emet (N	/i) 🗵	
Fija LJ	Línea telefónica	П	Fibra óptica	Ц	Fija		M	Linea te	lefónica	M	Fibra d	iptica		M
Móvil 🗵	Satélite		Redes inalán	nbricas 🗆	Móvil		Ø	Satélite		u	Redes	inalámb	ricas	M
Satelital LI		Telefonia r	móvil	V	Satelital	0.	м			Telef	onía móvi	r.		<b>9</b>
Observaciones:	texto				00:			100						
Radio portátil (U)	ш													
De uso exclusivo para e	el visitante		De uso ex	clusivo para comuni	icación ir	nterna	П	De uso	exclusi	vo en c	aso de e	mergen	cia	п
Observaciones:	texto			10								200		
7.6 Multiamenzazas (N	1)	D D												
Deslaves			Sismos		E	rupciones	volcání	cas	0		Incendio	s foresta	iles	
Sequia	0	1	Inundaciones			Agu	ajes	*****	0		Ts	unami		
¿Existe un plan de conti de catéstrofes?	ingencia en caso	instituc docum	ción que elabor	ó el jexto		Nombre		4	texto		Año elabora		de	0
Observaciones:	texto	docum	onto			documo	IND.	_			GIBDON	auun.		
8. POLÍTICAS Y REGU	LACIONES								SI		NO	ò	5/1	•
a. ¿El GAD cuenta con el	Plan de Desarroll	o Turistico Territo	orial?	SI	0	NO				Añi	de elabo	oración:	- 2	2016
o. ¿El atractivo se encuen	itra dentro de la p	lanificación turist	ica territorial (G	AD'S)?		70000	SI		NO			Esp	ecifique:	
lexto				20022000										
c. ¿Existen normativas qu	ie se apliquen par	ra el desarrollo de	e la actividad tu	ristica en el atractivo?			SI		NO			Esp	ecifique:	
lexto														
d. ¿Existen ordenanzas q	ue se apliquen pa	ra el desarrollo d	le la actividad tu	mstica en el atractivo	?		81	_	NO			Esp	ecifique:	
texto														
Observaciones:	texto													
9. ACTIVIDADES QUE	SE PRACTICAN	v (u)							SI	Ø	NO	П	S/I	
9.1 ATRACTIVOS NAT	URALES (M)	D.												
9.1.1 En el Agua (M)	П													
a. Buceo	□ b. Kaya	k de mar	□ c. K	ayak lacustre		d. Kayai	k de Rio			e. Sur	f			
. Kite surf	☐ g. Raftir	ng	□ h.s	norkel	П	i. Tubing	1		П	j. Reg	ata		D	
k. Paseo en panga	☐ I. Pased	en bote	□ m.F	eseo en lancha		n. Pase acuática	o en mot	10		o. Par	asailing			
o. Esquí acuático	LI q. Bana	na flotante	∐ r.Ba	руа	П	CONTRACTOR STATE	deportiv	ra .	П	Otro	П		texto	
Observaciones:	texto													
9.1.2 En el Aire (M)	Ш													
a. Alas Delta	☐ b. Cano	ру	□ c.P	arapente		d Otro		ı ı			t	exta		
Observaciones:	texto										100			
9.1.3 En Superficie Terr	estre (M)	₽.												
a. Montañismo	∐ b. Esca	lada	∐ c. S	enderismo	u	d. Ciclot	turismo		ш	e. Car	nyoning		Ц	
f. Exploración de cuevas	☐ g. Activi	idades livas	□ h C	abalgata	Ø	ī. Camir	ıafa		ø	j Can	ping		П	
k Picnic	127.15.0723	vación de flora y	☑ m. 0	Observación de astros		n. Otro		Ø			Fot	ografia		
Observaciones:	tendo		ared 8000					1-565						
9.2 ATRACTIVOS CUL	TURALES (U)	٥												





9.2.1 Tangibles e intangibles														
a. Recorridos guiados	Ц	b. Recom	ido autoguiados	s			Ц	c. Visit	a a taller	es artistic	05			П
h. Participación en talleres artisticos		d. Visita	a talleres artesa	males				i. Parti	cipación	en talleres	artesan	ales		□
e. Exposiciones temáticas permanentes, temporale y eventuales	s 🗆			as, mues	stras, ot	bras, e	tc., 🖂	i. Activ	idades vi	ivenciales	y/o lúdio	95		$\Box$
g. Presentaciones o representaciones en vivo		h, Muestr	ras audiovisuale	95				g. Foto	grafía					
j. Degustación de platos tradicionales		I. Particip	ación de la cele	ebración				m. Cor	npra de a	artesanias	į			
T. Exhibition de pirass, christicas premarentes, temporales   1. Exhibition de pirass, muestras, obras, etc.   1. Actividados vivenciales y/o lúdicas originales entradiciones en vivo   1. Muestras auditovisuales   0. Fotegrafía   0. Tompra de artesanias   0. Medicina anciental   0. Medicina an														
Observaciones: texto														
10. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE	LATRA	CTIVO							SI	0	NO		S/I	Ø
10.1. Medios de Promoción del Atractivo (M)	1													
¿Existe un plan de promoción turistica cantonal	17		SI	п	NO		Esp	ecifique:	texto					
		olán turiotic		50000	120.00	-	20.000.00							
	e prumo	cion turisti	(1) (A)		AND	100		2000						
2			Direccion	y nombre			promocii	onales		P	eriodicio		aramoc	aon
65 mos compositorios		5000			1	exta				23		AND DESCRIPTIONS		
b Red Social	500	CASC CO	1000000									West-con-		
c. Revistas Especializadas		Nombre:	texto							4		Ninguna	Ž.	
d. Material POP		Nombre:	texto									Ninguna	ï	
e Oficina de Información Turística		Nombre:	texto									Ninguna	).	
f. Medios de comunicación (radio. tv, prensa)		Nombre:	texto							24		Ninguna	ř.	
g. Asistencia a ferias turísticas		Nombre:	texto									Ninguna	4	
h Otro		Nombre:	texto									Ninguna	Ž.	
Observaciones: texto														
10.2. El atractivo forma parte de una oferta e	stabled	ida (paque	ete turistico)		SI		NO	2	Espe	cifique:	texto			
Observaciones: texto														
11. REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCI	A (M)								SI	П	NO	<b>0</b>	S/I	П
11.1. Frecuencia de visita según datos estad	listicos	13												
a. ¿Posee un sistema de registro de visitantes?	SI		NO 🗆	Tipo	Digital	٥	Papel		Ai	ños de reg	jistro		0	
b. ¿Se genera reporte de estadísticas de visita al al	ractivo?	() ()	sı 🗆	NO		F	recuencia	de las re	portes			Ninguna	o'	
c. Temporalidad de visita al atractivo														
Alta (moses)				texto	8					e e		c	,	
Baja (meses)				texto	98					Vúmen		Ċ	1	
d. Liegada de turistas											1			
☐ Turista nacional Lieg	adas me	onsuales	Total anual		Ti	urista ex	dranjero		Lieg	adas men	suales	т	otal Anu	ual
texto	0	I	0			********		texto	T	0		T	D	
Ciudades de origen texto	0		0	Pá	aises de	origen		texto	3	0		3	D	
texto	0	-	0					texto	1	0			0	
Observaciones: lexio	100		- 10					W. 1992	_	549-00			.8%	
11.2. Frecuencia de visita según informante:	s clave													
Nombre del Informante Clave:		tex	940			C	ontactos:	-			(+593)	2		
Demanda según días de v	ieita		,					vla saočn	fractions	ia de visit				
Fines de		feriados	0 Perm	manente			stacional			orádica	• •	Inexis	tante	
Lunes a viernes 0 semana 0	Dias	- arrados	v Fell	- andite	-		nauviial		Esp	or adilida		-nexts	-cind	







## FICHA N°5: Piedra Grande





	7G	FICHA PARA EL	LEVAN	TAMIENTO Y JI	FRARQU	IZACIÓN	DE ATRACTI	vos Turistico	ns		
			1								
Código del atractivo:		1 0	7	5 3	A	N	1 1	0 4	0 2	0 0	5
	Pro	vincia Ca	ntón	Parroquia	Categ	goria	Tipo	Subtipo	Jerarquía	Atracti	ivo
1. DATOS GENERALES											
				1.1 Nombre			stico				
5			1	PIED	RA GRA	ANDE		D.			
1.2 C	ategoria			2	1.3 Tipo	8			1.4 Subti	00	
ATRACTIVO	S_NATURAL	.ES		TIERR	AS_INSU	LARES			ROCA		
2. UBICACIÓN DEL ATRA	CTIVO										
2.1 P	rovincia			2	.2 Cantó	n			2.3 Parroq	uia	
1.	OJA			GG	INZANA	MA			NAMBACC	ILA	
2.4 Barrio, Se	ector o Com	una		2.5 Calle Pri	ncipal		2.6 N	ûmero	2.7	Transversal	
NAMI	BACOLA			S/I			S	/N		Sil	
2.8 Latitud (gr	rados decim	ales)		2.9 Longitud (g	ados de	cimales)	Click		2.10 Altura (n	isnm)	
-4.1	147922			-	79,43858	2		7	1.774		
2.11 Información del adm	inistrador										
a. Tipo de Administrador:		PUE	ILICO		b. Nomb	re de la	Institución:	GAD PARROQ	UIAL		
c. Nombre del Administrad	or: texto				d. Cargo	que ocu	јра:	texto			
e. Teléfono / Celular:		0731	03518		f. Correc	Electró	nico:	marciaalor@gn	nail.com		
Observaciones: te	xto										
3. CARACTERISTICAS DI	EL ATRACTI	IVO									
3.1 Características climal	tológicas	☑									
a, Glima: Tropica	l Subtropical,	Temperado y frio	sub teme	prado b Te	mperatura	i(°G):	21	c. Precipitaci	ón Pluviométrica (	mm):	500
3.2 Linea de producto al	que pertene	ce el atractivo (	U)	9							
a. Cultu	ıra			b. Nai	uraleza		Ø		c. Aventura		
3.3 Escenario donde se le	ocaliza el atr	ractivo turístico	è	⊌							
a. Prístino 🔲	b. Pi	rimitivo. 🗆		c Rústico N	atural	ш	d, F	Rural 🗵	e. Ui	bano 🗆	
3.4 Ingreso al atractivo (L	J)	7									
	b. Horario	de Atención					c. Ate	ención			
a. Tipo de Ingreso	Ingreso	Salida	То	odos los dias		de sema feriados	na y Sol	o dias hábiles	Otro	Especif	licer
Libre 🗵	8:00	17:00	-	Ø						texto	0
Restringido 🗆	0:00	0:00			*			D		iexto	9
Pagado 🗆	0:00	0:00	$\vdash$		6				п	texto	0:
d. Maneja un sistema de re	servas:			Efectivo		Dine		Depósito Bancario	☐ Tarj	eta de Débito	
e. Precio: Desde	0,00 Hasta		rma de ago:	Tarjeta de Créd	lito		Transferencia E		☐ Cheque	,	п
g. Meses recomendables d	le visita:	125 (25)	- 6		2/6	200. 3	texto			8	2522
	xto						2 4000				
4. ACCESIBILIDAD Y COI		AL ATRACTIV	0					SI	■ NO	□ s/I	
a. Nombre de la ciudad o p				andiciones minim	ins de sei	nzicios):			GATAMAN		
b. Distancia desde la ciud		L. C. T	iempo	estimado de		- 31,	d. Coordenada:		-3.98333	ATTOMAS N	79.35
poblado más cercano:  Observaciones:	- COVEY	desplaz	amiento	en auto:	0.00	mult	decimales	): Lat		Long.:	
	70	Ø.									
4.2 Vias de Acceso (M)				C	las faulto-las		lanada it- e-	Distance to the A	Time de la	ested -	a decides
		Tipo de via	-	Coordenada d			lenada de fin	Distancia (km)	Tipo de mat		Estado
5 (10 St 10	a. Prim	er orden	2	-4.138619,-79	401055	-4.1408	6079.429576	4 km	ASFALTAI	, U	Bueno





в. топовко (т)	b. Segundo orde	en 🗵	-4,140860,-79	9.429576	-4.13	1254,-79.4	31227	2km	LASTR	ADA	Regular
	c. Tercer orden	☑	-4,131254,-78	9.431227	-4.14	7922,-79.4	38582	1km	TIER	RA	Regular
Observaciones:	texto		•				Î				
	Maritimo 🗆	Puerto / Muelle de partida	texta					o / Muelle de Llegada	texto		
b. Acuático (U) 🗆	Lacustre 🗆	Puerto / Muelle de partida	texto	Estado				o / Muelle de Llegada	texto	Estado	
	Fluvial 🗆	Puerto / Muelle de partida	texto					o / Muelle de Llegada	texta		
Observaciones:	texto	1950	***	~		~					
c. Aéreo (U) 📙		Naci	ional:					Internacional:			
Observaciones:	texto										
4.3 Servicio de transp	oorte (M)	4									
a Bus 🗵	b. Buseta 🗵	c. Transporte 4x4	<b>1</b> 2	d. Taxi		2	(3)	e. Moto taxi	☐ f. Tel	eférico	
g Lancha 🔲	h Bote 🗆	i. Barco		j. Canoa	a	п	10	k Avión	□ I. Avi	oneta	
m. Helicóptero 🔲	n Otro	Especifique									
Observaciones:	Rancheras, Camionelas										
4.3.1 Detalle de trans	porte hacia el atractivo	(M)									
THE PERSON OF TH	p-110 11d0m 41 diddoi110	1		46.	100	-					
- Nombre de la cons				c. Free	cuencia						
a. Nombre de la cool presta el servicio	perativa o asociación qu	b, Estación / te	erminal guard	Semanal	Mensual	Eventual		d. Detalle	(Traslado orig	en / destin	0)
COOPERATIVA DE TRA	NIS CARIAMANICA	TERMINAL		- & -	<u> </u>	Ü	LOUIS NA	MBACOLA-CAR	AMANCA		
		Lighten Company	<u> </u>		2000	П	100000000				
TRANSPORTE MIXTO N	ANIBACULA S.A.	NAMBACOLA	-	0.0031				OLA/PIEDRA GE	SANUE		
texto		texto					texto				
texto		texto	П	п		П	texto				
texto		texto	□				texto				
4.4 Condiciones de a	ccesibilidad del atractiv	vo turístico al me	dio fisico par	a persona	s con (	discapaci	idad (M)		M		
General 🖸	Discapacidad  Fisica	Discapacidad Visual		pacidad uditiva		Discap	scidad In	telectual a Psic	osocial 🗆		No es tesible
Observaciones:	texto										
4.5 Señalización											
s. Sefislización de aprox	imación al atractivo	l⊻l Estad	do (U) E	Sueno	Ш		Regu	alar 🗹		Malo	Ц
Observaciones:	texto										
5. PLANTA TURÍSTIC	A / COMPLEMENTARIO	18						SI	. NC	) ii	s/I 🗆
5.1 Planta turistica (N	1)										
	a. En el Atr	activo 🗆					b.	En la ciudad o	poblado cer	cano	e e
Alojamiento	□ Establecim			mero de	١.	Mojamien	to 1	Establer		imero de	Número d





7143040	300									-			
latel		D	- 0	3	0	Hotel		Ø	14	31	91	3	49
Hostal		D		0	0	Hostal	-	ı.	5		19	1	35
Hosteria	0	0.	30	0	0	Hosteria	1	Ø	47	. e	153	(0	81
Hacienda Turistica		0	- 0	0	0	Hacienda Turistica	,		a	9	n		0
.edge	П	D		0	0	Lodge	3	П	0	-30	0		0
Resort		D		0	0	Resort	8	0	a		3		a
Refugio	п	D	3	0	0	Refugio	į	п	0		0		0
Campamento Turístico		0	16	0	0	Campamento Turí	stico	0	d	- 1	0		0
Casa de Huéspedes	0	D		0	a	Casa de Huésped	es	0	a		1		0
Observaciones:	texto					Observacion	es:	texto					
Alimentos y bebidas		Establecimientos registrados	Núma Me:		imero de Plazas	Alimentos y bebidas	M		lecimientos jistrados		ero de sas		ero de izas
Restaurantes	_	D			a	Restaurantes	•		26	_	55		020
Dafeterias	ш	0		0	0	Cafeterias	И		1		7	- 2	28
Bares		0	(	0	a	Bares	п		D		3		a
uentes de soda	0	D		0	0	Fuentes de soda	4		3	1,2	0	- 8	30
Observaciones:	texto			500		Observacion	0S:	texto		5.0		i e	
Agencias de	Viaje		Establecin	mientos registra	ados	Agen	cias de	Viaje		Estat	olecimien	tos regist	trados
W. 1992 W. W.		-		0		Mayoristas						0	
Mayoristas													
		П		0		Internacionales			Ü		- 10	0	
Mayoristas  nternacionales  Operadoras		2000		0		Internacionales Operadoras			П			o o	
nternacionales	texto	ш					es:	texto					
nternacionales Operadoras	texto Naci	LI National	Cult	o .	0	Operadoras Observacion	es: Local	texto Nacion		Nacional	20		
nternacionales  Operadoras  Observaciones:	000000	LI  Dispersional Nacional Especializado	1	o .	0	Operadoras Observacion		101000		Nacional pecializado	Cu 1	o .	H
Operadoras  Observaciones:  Guia Local	Nacio	LI  Dispersional Nacional Especializado	1	d tura		Operadoras Observacion Guia	Local	Nacio		pecializado	Cu 1	o Itura	Н
operadoras  Observaciones:  Guia Local	Nacio 0 texto	LI Nacional Especializado	1	d tura		Operadoras Observacion Guia	Local	Nacio:		pecializado	Cu 1	o Itura	Н
Observaciones:  Quia Local  Observaciones:  5.2 Facilidades en el e	Nacio 0 texto	LI Nacional Especializado o	Aver	d tura	0	Operadoras Observacion Guia	D es:	Nacio:	nal Esp	o cesibilidad	Cu Ave	o Itura ntura Estado (l	J)
Observaciones:  Observaciones:  Guia Local  Observaciones:	Nacio 0 texto	LI Nacional Especializado	Aver	d tura ntura	0	Operadoras Observacion Guia  Observacion	D es:	Nacion 0 texto	anal Esi	oecializado 0	Cu	O Itura ntura	J)
Observaciones:  Guia Local  Observaciones:  5.2 Facilidades en el e	Nacio  Fexto  Punto de	LI   In   In   In   In   In   In   In	Aver	dura Intura Cantidad	0	Operadoras Observacion Guia Observacion Observacion oordenadas	D es:	Nacion 0 texto	anal Esi	o cesibilidad iniversal	Cu Ave	o Itura Intura Estado (U R	J) N
Observaciones:  Observaciones:  Guia Local  Observaciones:  S.2 Facilidades en el e  Categoria (M)	Nacio  Texto  Punto de  I-Tur	LI	Aver	Cantidad	0	Operadoras Observacion Guia Observacion Observacion oordenadas	D es:	Nacion  0 texto	anal Esi	cesibilidad iniversal	Cu Ave	o Itura ntura Estado (UR	J) N
Observaciones:  Guia Local  Observaciones:  5.2 Facilidades en el e  Categoria (M)  a. De apoyo a la gestión turística	Nacio  Fexto  Fexto  Punto de  I-Tur  Centro de	LI  Inal Nacional Especializado  I atractivo  Tipo (M)  Información	Aver	Cantidad	0	Operadoras Observacion Guia Observacion Observacion  Octobervacion  Octobervacion  Octobervacion  Octobervacion  Octobervacion  Octobervacion	D es:	Nacion  0  texto  Parroquis  texto  texto	anal Esi	o o o o o o o o o o o o o o o o o o o	Ave	ttura nturs Estado (l	) <u>N</u>
Observaciones:  Observaciones:  Gula Local  Observaciones:  5.2 Facilidades en el e  Categoria (M)	Punto de I-Tur Centro de Centro de	LI Nacional Especializado  a Latractivo Tipo (M) Información  e interpretación e facilitación turística	Aver	Cantidad  1	0	Operadoras Observacion Guia Observacion Observacion  oordenadas  ceed, 79.429922  g	D es:	Nacion  0 texto  ministracio D Parroquis texto texto texto	anal Esi	o ecializado	Cu Ave	ttura ntura Estado (l	) N
Observaciones:  Guia Local  Observaciones:  5.2 Facilidades en el e  Categoria (M)  a. De apoyo a la gestión turística	Punto de I-Tur Centro do Centro do	LI  Inal Nacional Especializado  I atractivo  Tipo (M)  Información  Información  Información  Información  Información  Información  Información  Información  Información	Aver	Cantidad  1	0	Operadoras Observacion Guia Observacion Observacion  oordenadas 0000,79.429922 0 0	D es:	Nacion  0 texto  0 texto  Parroquis  texto  texto  texto	anal Esi	o Desiblidad niversal	Cu Ave	Estado (UR)	) N
Observaciones:  Guia Local  Observaciones:  Categoria (M)  a. De apoyo a la gestión turística	Nacio  texto  Punto de  I-Tur  Centro de  Centro de  Garilas d	LI  Inal Nacional Especializado  I atractivo  Tipo (M)  Información  Interpretación  Interpret	Aver	Cantidad  1 0 0 0	0 CC	Operadoras Observacion Guia Observacion Observacion  Observacion  0 0 0 0 0 0 0 0 0 0	D D Add	Nacion  0 texdo  texdo  D Parroquis  texdo  texdo  texdo  texdo  texdo	anal Esi	o cesibilidad diniversal	Cu Ave	o o o o o o o o o o o o o o o o o o o	) N
Observaciones:  Observaciones:  Gula Local  Observaciones:  5.2 Facilidades en el e  Categoria (M)  a. De apoyo a la gestión turística	Punto de I-Tur Centro de Centro de Garitas d Miradore	LI Nacional Especializado o la tractivo Tipo (M) Información e interpretación de recapción de visitantes e guardiania s	Aver	Cantidad  1  0  0  1	0 CC	Operadoras Observacion Guia Observacion Observacion Observacion  0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0	D D Add	Nacion  0 texto  Parroquis  1exto  texto	anal Esi	o cesibilidad iniversal Ld	Cu Ave	O O O O O O O O O O O O O O O O O O O	) <b>N</b>
Derradoras  Observaciones:  Guia Local  Observaciones:  5.2 Facilidades en el e  Categoria (M)  b. De apoyo a la gestión turística  D. De observación y vigilancia	Punto de I-Tur Centro de Centro de Garitas d Miradore	LI Nacional Especializado  O I atractivo  Tipo (M)  Información  e interpretación  o facilitación turística  e recepción de visitantes  e guardianta  s avistamiento de aves	Aver	Cantidad  1  0  0  1  1	0 CC	Operadoras Observacion Guia Observacion Observacion  oordenadas 0000,79,429822 0 0 0 0 7922,79,438582	D D Add	Nacion  0 texto  ministrado  D Parroquis  texto	anal Esi	o cesibilidad niversal	Cu Ave	O O O O O O O O O O O O O O O O O O O	0
Observaciones:  Observaciones:  Guia Local  Observaciones:  2 Facilidades en et e  Categoria (M)  a. De apoyo a la gestión turística	Punto de I-Tur Centro de Centro de Garilas d Miradore Torres de Torres salvavide	Data Nacional Especializado  O Il atractivo  Tipo (M)  Información  e interpretación  o facilitación turística  e recepción de visitantes  e quardiania  s  a vistamiento de aves  de vigilancia para  s	Aver	Cantidad  1 0 0 0 1 1 0 0	0 CC	Operadoras Observacion Guia Observacion Observacion  Observacion  Oordenadas  0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0	D D Add	Nacion  0 texto  Deproquis texto	anal Esi	o cesibilidad iniversal E	Cu Ave	O O O O O O O O O O O O O O O O O O O	
Derradoras  Observaciones:  Guia Local  Observaciones:  5.2 Facilidades en el e  Categoria (M)  b. De apoyo a la gestión turística  D. De observación y vigilancia	Punto de I-Tur Centro de Centro de Garitas d Miradore Torres de Torres de Senderos	I.I Nacional Especializado  O I atractivo  Tipo (M)  Información  e interpretación  e facilitación turística  e recepción de visitantes  e guardiania  s  e avistamiento de aves  de vigilancia para  s  s	Aver	Cantidad  1 0 0 0 1 0 0 0 0 0	0 C	Operadoras  Observacion  Guia  Observacion  Observacion  Observacion  0  0  0  0  0  0  0  0  0  0  0  0  0	D D D D D D D D D D D D D D D D D D D	Nacion  0 texto  Parroquis  1exto  texto	anal Est	o cesibilidad iniversal Ld	Cu Ave	SESTADO (U	) M
Observaciones:  Guia Local  Observaciones:  Categoria (M)  De apoyo a la gestión turística  D. De observación y vigilancia	Punto de I-Tur Centro de Centro de Centro de Garilas d Miradore Torres de Torres Salvavida Senderos	nal Nacional Especializado o la tractivo Tipo (M) Información e interpretación e facilitación turística e recapción de visitantes e guardiania s e avistamiento de aves de vigilancia para is es de sombra y descanso	Aver	Cantidad  1  0  1  1  1	0 C	Operadoras Observacion Guia Observacion Observacion  Observacion  0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0	D D D D D D D D D D D D D D D D D D D	Nacion  O texto  Iministracio  ID Parroquis  Toxto  Lexto   anal Est	o cesibilidad diniversal de la companya de la compa	Cu Ave	O O O O O O O O O O O O O O O O O O O	) N	
Decreasionales  Observaciones:  Guia Local  Observaciones:  2 Facilidades en et e  Categoria (M)  b. De observación y vigilancia  C. De recerrido y descarso	Punto de I-Tur Centro de Centro de Garilas d Miradore Torres de Senderos Estacione	Data Nacional Especializado  O Il atractivo  Tipo (M)  Información  e interpretación e facilitación turística e recepción de visitantes e guardiania s e avistamiento de aves de vigilancia para s es de sombra y descanso acampar	Aver	Cantidad  1  0  0  1  1  0  1	0 C	Operadoras  Observacion  Guia  Observacion  Observacion  0  0  0  0  0  0  0  0  0  0  0  0  0	D D D D D D D D D D D D D D D D D D D	Nacion  0 texto  texto  Parroquis texto	anal Est	coesibilidad iniversal Life Control Co	Cu Ave	O O O O O O O O O O O O O O O O O O O	
Department of the control of the con	Punto de I-Tur Centro de Centro de Garitas de Miradores Salvavida Senderos Estaciona Áreas de Refugio o	LI  In I	Aver	Cantidad  1 0 0 0 1 1 0 0 1	0 C	Operadoras Observacion Guia Observacion Observacion Observacion  0000,79.429822 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0	D D D D D D D D D D D D D D D D D D D	Nacion  O texto  Iministracio  ID Parroquis  Toxto  Lexto   anal Est	o cesibilidad diniversal de la companya de la compa	Cu Ave	O O O O O O O O O O O O O O O O O O O	) No.	
nternacionales  Observaciones:  Guia Local  Observaciones:  5.2 Facilidades en et e  Categoria (M)  a. De apoyo a la gestión turística  D. De observación y vigitancia  C. De recemido y descanso	Punto de I-Tur Centro de Centro de Garitas de Miradores Salvavida Senderos Estaciona Áreas de Refugio o	Data Nacional Especializado  O Il atractivo  Tipo (M)  Información  e interpretación e facilitación turística e recepción de visitantes e guardiania s e avistamiento de aves de vigilancia para s es de sombra y descanso acampar	Aver	Cantidad  1  0  0  1  1  0  1	0 C	Operadoras  Observacion  Guia  Observacion  Observacion  0  0  0  0  0  0  0  0  0  0  0  0  0	D D D D D D D D D D D D D D D D D D D	Nacion  0 texto  texto  Parroquis texto	anal Est	coesibilidad iniversal Life Control Co	Cu Ave	O O O O O O O O O O O O O O O O O O O	
Department of the control of the con	Punto de I-Tur Centro de Centro de Garilas d Miradore Torres de Senderos Estaciona Åreas de Refugio o Baterias	LI  In I	Aver	Cantidad  1 0 0 0 1 1 0 0 1	-4.14	Operadoras Observacion Guia Observacion Observacion Observacion  0000,79.429822 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0	D D D D D D D D D D D D D D D D D D D	Nacion  o texto  ministracio  D Parroquis  texto  Parroquis  texto	anal Est	cesibilidad iniversal Ld	Cu Ave	itura  intura  R  III  III  III  III  III  III  III	0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0





Observaciones:	texto								
5.3 Complementarios	a la activ	idad turistica (	M) 🗵						
		a. En el Atra	ctivo 🗆		b. En la	ciudad o	poblado cercano	Ø	
Alquiler y venta de especializado	e equipo	п	Venta de artesanias merchandising	у П	Alquiller y venta de equipo especializado	) IAI	Venta de artesania: merchandising	s y	Ø
Casa de cambio		Cajero automátic	o 🗆 Otro		Casa de cambio	Cajero	automático 🗹 c	Otro	
Especifique: texto					Especifique: texto				
Observaciones:	texto								
6. ESTADO DE CONS	ERVACIÓ	N E INTEGRAC	IÓN ATRACTIVO / ENTORNO			SI	Ø NO □	S/I	П
6.1 Atractivo (U)	<b>2</b>								
a. Conservado	<b>2</b>	b. Altera	do 🗆	c. En p	roceso de deterioro 🗆		d. Deteriorado		
Observaciones:	texto								
5.1.1 Factores de alter	ación y del	terioro (M)							
6.1.1.1 N	aturales (N	M)			6.1.1.2 Antrópicos / Antropogér	icos (M)	i		
a. Erosión		п	a. Actividades agrícolas y ganaderas		b. Actividades forestales		c. Actividades extractivas / mineria		п
o. Humedad		0	d. Actividades industriales		e. Negligencia / abandono	Ø	f. Huaquearia	3	
. Desastres naturales			g. Conflicto de tenencia		h. Condiciones de uso y exposición		i. Falta de mantenimiento		0
d. Flors/Fauna			j. Contaminación del ambiente	٥	k. Generación de residuos		I. Expansión urbana	9	
a. Clima		п	m. Conflicto político / social	ា	n. Desarrollo industrial / comercial	П	o. Vandalismo	3	ব
Otro			Especifique: texto						
Observaciones:	texto								
6.2 Entorno (U)	<b>V</b>								
a. Conservado	ia.	b. Allera	do П	c Enp	roceso de deterioro 🗆 🗆		d. Deteriorado	п	
Observaciones:	texto	500000000	1400	0)501000	997			10000	
3.2.1 Factores de alter	ación y del	lerioro (M)							
6.2.1.1 N	aturales (N	d)			6.2.1.2 Antrópicos / Antropogér	icos (M)			
a. Erosión		П	a. Actividades agricolas y ganaderas	ত	b. Actividades forestales	Ö	c. Actividades extractivas /		
o. Humedad			d. Actividades industriales		e. Negligencia / abandono	Ø.	f. Huaquearia		0
c. Desastres naturales		п	g. Conflicto de tenencia		h. Condiciones de uso y		i. Falta de mantenimiento		0
d. Flora/Fauna		2	j. Contaminación del ambiente	<b>3</b>	exposición  k. Generación de residuos	₹	I. Expansión urbana		0
e. Clima		Ø	m. Conflicto politico / social		n. Desarrollo industrial / comercial		o. Vandalismo	-	0
Otro		0	Especifique: texto			1000			000
Observaciones:	texto	574)	(*)						
6.3. Declaratoria del e	spacio tu	rístico asociad	lo al atractivo						
a. Declarante:		texto	b. Denominación:	texto	b. Fecha de	texto	c. Alcance:	tex	do
Observaciones:	texto			1000000	declaración:	1.76.00			
7. HIGIENE Y SEGURI	The second result	ÍSTICA				SI	₪ NO □	S/I	п
7.1 Servicios Básicos			<u> </u>			ui	110	Jan .	
. T Gervicios Basicos	1	a. En el atra	1600		h En la ciu	dad o n	oblado mas cercano	7	
		a. Lifti alla	viiv Li		Agus 🗹	aaa o p	Potable	-0.0	
laus	П				g		FUIAUIE		
******					Fenerifique louis		12-12-7-11-12-22		
Especifique: texto					Especifique lexto		Dad pláchina do assa	Albities:	
Agua Especifique: lexto Energia eléctrica: Especifique: texto					Especifique lexto  Energia eléctrica   Especifique: texto		Red eléctrica de servicio p	ública	





URISMO					- 30										
Especifique:	texto				Especi	ifique: texto									
Disposición de d	esechos 🗆				Disposic	Disposición de desechos 🖸 Carro Recolector									
Especifique:	texto				Especi	ifique: Jexto									
Observacio	nes: texto				-										
7.2 Señalética	en el atractivo		<b>-</b>												
					7	7.2.3. Materialidad		7	7.2.4. Est	tado					
7.2.1 Ambiente		7.2.2	. Тіра	a. Madera	b.Aluminio	c.Otro	Especifique	8	R	М					
	Pictograma de at	ractivos	naturales	0	o ·	0	texto	ш	Ц	Ц					
	Pictograma de at	ractivos	culturales	D	0	0	texto	а		ш					
	Pictograma de ac	ctividade	s turisticas	D	0	D	texto								
En áreas	Pictograma de se	ervicios d	e apoyo	D	0	0	texto								
urbanas	Pictogramas de r	estricción	1	D	0:	0	texto								
	Tótems de atract	ivos turis	ticos	D	0	0	texto								
	Tótems de sitio			D	o	0	texto		П	П					
	Tótems direccion	nales		0	0	0	texto	0							
	Pictograma de at	ractivos	naturales	0	a	0.	texto	п	П	П					
	Pictograma de at	ractivos	culturales	D	a	0	texto								
	Pictograma de as	ctividade	s turisticas	D	a	0	texto								
	Pictograma de se	ervicios d	е ароуо	D	a	0	texto								
	Pictogramas de r	restricción	1:	0	0	0	texto								
Señales turísticas de aprox			ximación	D	1/	0	APROXIMACION AL ATRAC	TIVO. 🗆	2						
En áreas naturales	Paneles de direc	cionamie	nto hacia stractivos	D	o	0	texto	П	П	П					
Pand informativo de atra		de atrac	tivos	0	0	0	texto		П	п					
	Panel informativo de din atractivos, servicios y actividar			hacia D	0	0	texto	u	Ц	Ц					
	Mesas interpreta	errore.		D	a	0	texto	٥							
	Tólem de sitio			D	0	0	texto								
	Tótem de direcci	onamient	á	D	o	0	texto								
Letreros informativos	De información b	otánica		D	0	0	texto		П	П					
	Normativos de co	onciencia	ción	0	0	0	texto								
Señalética interna de seguridad	Protección de los	s element	os del atractivo	D	a	0	texto	0		0					
Otros 🗆					texto	1									
Observacio	nes: texto														
7.3 Salud (más	cercano) (M)		<b>2</b>												
		a. Ei	n el atractivo [	]		b. En	la ciudad o poblado mas	cercano	<b>3</b>						
Hospital o Clinica	a			a	Hospital	o Clinica	ш	D	0.500						
Puesto / Centro o	de salud 🔲			a ·	Puesto /	Centro de salud	<b>2</b>	t							
Dispensario méd	ico 🗆	Cantidad		a a	Dispensa	ario médico	Cantidad	1							
Botiquin de prim auxilios	Get THE	5		a a	0,000,000,000	de primeros		D							
Otros	٥		<i>3</i>	0	Otros			0							
Observacio	nes: texto		2.7				92 N								
7.4 Seguridad	(M)														
a. Privada				exta											
b. Policía nacio	nal		[7] <u>a</u> [	INIDAD POLICIÁL COMUN	ITARIA GONZAI	NAMA									





10			-													
c. Policía metropolitana	/ Municipal		Del	texta												
d. Otra			10	texto												
Observaciones:	texto			•												
7.5 Servicio de comun	icación de uso	público (M	1)	<b>4</b>												
	a. E	En el atracti	vo	ব					Ь. Е	n la c	iudad o p	oblado	mas cei	cano	N	
Telefonía (M)		Conexión	a inter	met (M)	E	ā	Telefonía	(M)	Ø			Conex	ión a inte	emet (N	n) ⊡	
Fija 🗆	Linea telefônica		ı	Fibra óptica	в [	1	Fija	3	Ø	Linea	telefônica	Ø	Fibra ó	ptica		
Môvil 🖸	Satélite		i	Redes insid	ámbricas 🗆	]	Mávil	-	<b>2</b>	Satéli	ite		Redes	inalámb	ricas	Ø
Satelital		Telef	on ia m	óvil	E	1	Satelital	0000				Telefo	nia mövil	i		•
Observaciones:	texto						•									
Radio portátil (U)																
De uso exclusivo para e	l visitante			De uso e	exclusivo para o	ornun	icación inter	па	П	De u	so exclusi	vo en ca	iso de er	nergen	cia	ш
Observaciones:	texto															
7.6 Multiamenzazas (N	1)	П														
Deslaves	П			Sismos		П	Erupo	iones	volcáni	cas	□		Incendio	s forests	iles	
Sequia	П		In	undaciones	0	П		Agu	ajes				Tst	ınami		
¿Existe un plan de conti de catástrofes?	ngencia en cas	□ de	stitució	ón que elabi nto	oró el	texto		mbre		ı	texto		Año elabora		de	0
Observaciones:	texto															
8. POLÍTICAS Y REGU	LACIONES										SI		NO		S/I	
a. ¿El GAD cuenta con el	Plan de Desarrol	llo Turistico 1	Territori	ial?		SI	□ I	МО				añA	de elabo	ración	2	016
b. ¿El afractivo se encuen	tra dentro de la p	olanificación	turistic	a territorial (	(GAD'S)?				SI		NO			Esp	ecifique:	
fexto																
c. ¿Existen normativas qu	e se apliquen pa	ra el desarro	llo de l	la actividad t	turistica en el atra	activo?	0		SI	ш	NO			Esp	ecifique:	
texto																
d. ¿Existen ordenanzas q	ue se apliquen pe	ara el desam	ollo de	la actividad	turística en el atr	activo	?		SI	⊐	NO			Esp	ecifique:	
texto																
Observaciones:	texto															
9. ACTIVIDADES QUE	SE PRACTICA	N (U)									SI	Ø	NO		5/1	
9.1 ATRACTIVOS NAT	URALES (M)	Ø														
9.1.1 En el Agua (M)																
a. Buceo	☐ b. Kaya	ak de mar		□ с.	Kayak lacustre		□ d	Kayai	k de Rio			e. Surf	Ŋ.			
f. Kite surf	∐ g. Rafti	ing		∐ h	Snorkel		∐ i.7	Tubing	1		П	j Rega	ta		ш	
k. Pasco en panga	□ I. Pase	o en bote		□ m.	. Paseo en lancha	R		Paser uătica	o en mot	a		o. Para	sailing			
p. Esquí acuático	LI q. Bana	ana flotante		Ц г.	Boya		LI 5.1	Pesa	deportiv	a	Ш	Otro	П		texto	10
Observaciones:	texto															
9.1.2 En el Aire (M)	П															
a. Alas Delta	□ b. Can	ору		□ c.	Parapente			Otro		⊐			te	exto		
Observaciones:	texto															
9.1.3 En Superficie Terr	estre (M)	☑														
a. Montañismo	☐ b.Esca	alada		c.:	Senderismo		□ d.	Ciclot	urismo		_	e. Can	yaning			
f. Exploración de cuevas	☐ g. Activ	ridades ativas		☑ h	Cabalgala		□ i.c	Camin	ata		Ø	j Camp	ping			
k Picnic	LI I. Obse	ervación de fl	ora y	⊔ m.	Observación de	astros	LI n.	Otro		Ш			b	exto		
Observaciones:	texto															
9.2 ATRACTIVOS CUL	TURALES (U)	ш														

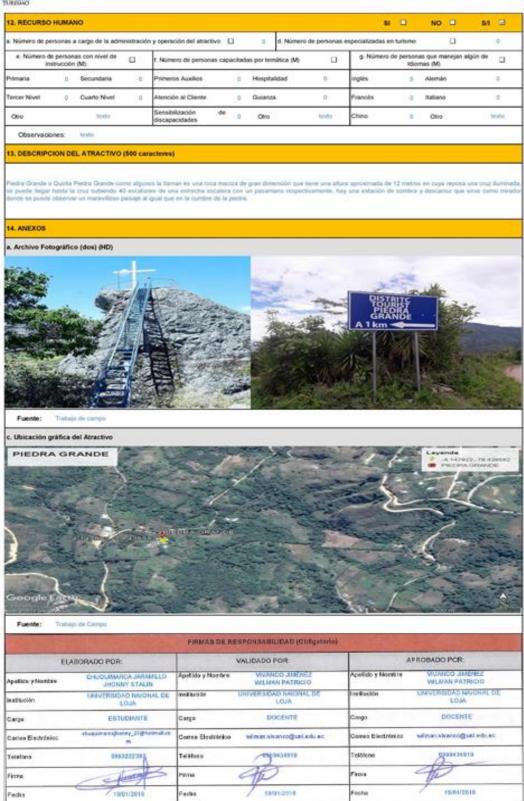




9.2.1 Tangibles e intang	ibles [	<b>-</b>															
a. Recorridos guiados				b. Recon	rido auto	guiados	5				c. Visita	a a tallere	es artístico	)S			
h. Participación en talleres	s artísticos	9		d. Visita	a talleres	s artesa	nales				i. Partio	cipación e	en talleres	artesan	ales		
e. Exposiciones temáticas y eventuales	permaner	ntes, ter	nporales	f. Exhib originale		e pieza	is, mues	tras, ob	ras, et	c., 🗆	i. Activi	idades vi	venciales	y/o lúdic	as		
g. Presentaciones o repres	sentacione	s en viv	ro 🗆	h. Muest	ras audio	ovisuale	ıs				g. Foto	grafía					
j. Degustación de platos tr	radicionales	s		I. Particip	ación de	e la cele	bración				m. Con	npra de a	rtesanías				
n. Convivencia				o. Medici	ina ance:	stral					Otro				texto		
Observaciones:	texto																
10. PROMOCIÓN Y CO	MERCIAL	IZACI	ÓN DEL ATRA	стіvо								SI		NO		S/I	•
10.1. Medios de Promo	oción del	Atracti	vo (M)														
¿Existe un plan de prom	noción turí	stica ca	antonal?			SI		NO		Esp	ecifique:	texto					
¿El Atractivo se encuen	tra incluid	o en el	plan de promoc	ión turísti	co canto	onal?		SI		NO							
Media	o Promoci	ional			Dire	cción y	nombre	de los i	nedios	promoci	onales		P	eriodicid	dad de la	promoc	ción
a. Página WEB				URL:				t	exto						Ninguna	1	
b. Red Social				Nombre:		texto									Ninguna	1	
c. Revistas Especializada:	s			Nombre:		texto									Ninguna	i	
d. Material POP				Nombre:	13	texto									Ninguna	ì	
e. Oficina de Información	Turística			Nombre:	11	texto							3		Ninguna	1	
f. Medios de comunicación	n (radio, tv,	, prensa	) 🗆	Nombre:	19	texto									Ninguna	1	
g. Asistencia a ferias turís	ticas			Nombre:		texto									Ninguna	i	
h. Otro				Nombre:		texto									Ninguna	3	
Observaciones:	texto																
10.2. El atractivo forma	a parte de	una o	ferta estableci	da (paqu	ete turis	stico)		SI		NO	✓	Espe	cifique:	texto			
Observaciones:	texto																
11. REGISTRO DE VISI	ITANTES	Y AFL	UENCIA (M)									SI		NO		S/I	Ø
11.1. Frecuencia de vis	sita segúr	n datos	estadísticos														
a. ¿Posee un sistema de r	registro de	visitant	es? SI		NO		Tipo:	Digital		Papel		Añ	ios de reg	istro		0	
b. ¿Se genera reporte de e	estadística	s de vis	ita al atractivo?		SI		NO		Fr	ecuencia	de los rep	oortes:			Ninguna	1	
c. Temporalidad de visita	al atractivo	)	.=														
Alta (meses)		Especifique					texto						antes			0	
Baja (meses)		Espec					texto						Número de visitantes			0	
d. Llegada de turistas																	
☐ Turista nacio	onal		Llegadas mei	suales	Total	anual		Τι	ırista ext	tranjero		Llega	adas men	suales		Total An	ual
	text	0	0	8	(	0					texto		0			0	
Ciudades de origen	text	0	0		(	0	Pa	ises de	origen		texto		0			0	
	text	0	0		(	D					texto		0			0	
Observaciones:	texto																
11.2. Frecuencia de vis	sita segúr	n infon	mantes clave														
Nombre del Informante	Clave:			tex	to				Co	ntactos:				(+593)			
De	emanda se	gún dí	as de visita							Demar	nda según	frecuenci	ia de visit	э			
Lunes a viernes 0	Fines sema		0 Días	feriados	0	Pem	nanente		Es	tacional		Espo	orádica		Inex	istente	
Observaciones:	texto																







## FICHA N°6: Petroglifos de Guayural





FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS														
	1 1	0	7	5 3	M	С	0	1	0 6	0	2	0	0	6
Código del atractivo:	Provincia	Ca	ntón	Parroquia	Cate	goría	Tip	10	Subtipo	Jera	rquía		Atractivo	)
1. DATOS GENERALES										1				
				1.1 Nombre d	el Atrac	tivo Tu	rístico							
				PETROGLIF	OS DE	GUAY	URAL							
1.2 Catego	ría				1.3 Tipo	,				1	.4 Subtip	00		
MANIFESTACIONES_	CULTURALES			ARG	UITECT	URA				ÁREA A	RQUEO	LÓGICA	(1)	
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIV	0													
2.1 Provin	cia			2	2 Canto	ón				2.3	3 Parroq	uia		
LOJA				GC	NZANA	MA			NAMBACOLA					
2.4 Barrio, Sector	o Comuna			2.5 Calle Prir	icipal			2.6 No	Número 2.7 Transversal					
NAMBACO	LÃ		S/I S						/N			S/I		
2.8 Latitud (grados	decimales)		:	2.9 Longitud (gr	ados de	cimales	s) <u>(</u>	Click		2.10	Altura (n	nsnm)		
-4.01557			-7	9.40456	37			-		1.368				
2.11 Información del administr	ador								P.					
a. Tipo de Administrador:		PUB	LICO		b. Nom	bre de la	Institució	ón:	GAD PARRO	QUIAL				
c. Nombre del Administrador.	texto				d. Carg	o que oc	cupa:		texto					
e. Teléfono / Celular:		0731	03518		f. Corre	o Electro	ónico:		marciaalor@g	mail.com				
Observaciones: texto														
3. CARACTERISTICAS DEL AT	RACTIVO													
3.1 Características climatológi	cas	<b>2</b>												
a. Clima: Tropical, Subt	ropical, Temper	ado y frio s	sub teme	prado b. Te	mperatur	a(°C):	21	ı	c. Precipita	ción Pluvio	métrica (i	mm):	51	00
3.2 Línea de producto al que p	ertenece el at	ractivo (l	J)	<b>2</b>										
a. Cultura		•		b. Nati	ıraleza					c. Av	entura			
3.3 Escenario donde se localiz	a el atractivo	turístico	2	<b>2</b>										
a. Prístino	b. Primitivo			c. Rústico Na	tural			d. R	tural 🗵		e. Ur	bano		
3.4 Ingreso al atractivo (U)		Ø												
	Horario de Atei	nción						c. Ate	ención					
a. Tipo de Ingreso Ingr	reso S	Salida	То	dos los días	Fine	s de sem feriados	ana y	Solo	días hábiles	0	tro	E	Specifica	ar
Libre 2 8:	00 1	17:00		2									texto	
Restringido   0:	00	0:00											texto	
Pagado 🗆 0:	00	0:00											texto	
d. Maneja un sistema de reserva	ıs:	f. For	ma de	Efectivo			nero rónico		Depósito Bancario		Tarje	eta de D	ébito	
e. Precio: Desde 0,00	Hasta 0,00	Pa	igo:	Tarjeta de Créd	ito		Transfer	encia B	ancaria		Cheque			
g. Meses recomendables de visi	ta:							texto						
Observaciones: texto														
4. ACCESIBILIDAD Y CONECT	IVIDAD AL AT	RACTIVO	)						SI	Ø	NO	0	S/I	
a. Nombre de la ciudad o poblad		(Que pre	sente co	ondiciones mínim	as de se	ervicios):				C	ATAMAY	′O		
b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano:  Observaciones: texto	7.9 km		iempo amiento	estimado de en auto:	0:10	h/min	d. Coord	lenadas ecimales)	(grados Lat.:	-3,9	8333	Long.:	-79	0.35
4.2 Vías de Acceso (M)														
The vias de vioces (iii)		de vía	e vía Coordenada de inicio Coorde				Coordenada de fin Distancia (km				m) Tipo de material			ado
	a. Primer orden		2	-4.140860,-79.4		1			19.5	T	SFALTAD		г	eno





b. Segundo on				n 🕝	-4,037051,-79.3815			-4.015572,-79.4045		104567	6.5		LASTRA	DA	Re	egular
		Ī	c. Tercer orden													
Observacion	nes:	texto														-
		Marít	imo 🗆	Puerto / Muelle de partida	tex	do					o / Muelle de Llegada	t	exto			
b. Acuático (U)		Lacu	stre 🗆	Puerto / Muelle de partida	te	do	Estado				o / Muelle de Llegada	t	exto	Estado		
		Fluv	rial 🗆	Puerto / Muelle de partida	tex	do					o / Muelle de Llegada	t	exto			
Observacion	nes:	texto														
c. Aéreo (U)				Naci	onal:		-				Internacional:					
Observacion	nes:	texto														
4.3 Servicio de	4.3 Servicio de transporte (M)  a. Bus  b. Buseta  c. Transporte 4x4  d. Taxi e. Moto taxi f. Teleférico															
a. Bus	<b>2</b>	b. Buseta		c. Transporte 4x4	k .	<b></b>	d. Taxi		2		e. Moto taxi		f. Telet	érico		
g. Lancha		h. Bote		i. Barco			j. Canoa	1			k. Avión		I. Avior	neta		
m. Helicóptero		n. Otro	2	Especifique												
Observacion	nes:	Ranchera	as, Camionetas													
4.3.1 Detaile de	transp	orte haci	a el atractivo (	M)												
							c. Fred	cuencia	i i							
a. Nombre de presta el servicio	a coop	erativa o	asociación que	b. Estación / te	rminal	Diaria	Semanal	Mensual	Eventual		d. Detall	e (Trasla	ado orige	n / destin	0)	
COOPERATIVA (	DE TRA	NS. CARIA	MANGA	TERMINAL		V				LOJA-NAMBACOLA-CARIAMANGA						
TRANSPORTE M	IXTO N	AMBACOL	A S.A.	NAMBACOLA		V				NAMBACOLA/PIEDRA GRANDE						
COOPERATIVA	DE TRA	NS. LOJA		TERMINAL		V				LOJA/CARIAMANGA						
texto				texto						texto						
texto				texto						texto						
4.4 Condicione	s de ac	cesibilid	ad del atractiv	turístico al me	dio físic	o para	persona	s con	discapac	idad (M)		v				
General	☑	Discapa Físi		Discapacidad Visual			pacidad iditiva		Discap	acidad I	ntelectual o Psi	cosocia			No es cesible	
Observacion	nes:	texto														
4.5 Señalizació	n	Ø														
a. Señalización d	e aproxi	mación al a	atractivo	✓ Estad	do (U)	В	ueno			Reg	ular 🗹		,	Malo		
Observacion	nes:	texto		·												
5. PLANTA TUE	RÍSTICA	A / COMP	LEMENTARIO	5							SI	✓	NO		S/I	
5.1 Planta turís	tica (M	)			l.											
			a. En el Atra	ctivo 🗆						b.	En la ciudad d	pobla	do cerca	ino	V	
Alojamien	to		Establecimie registrado		ero de iciones		nero de lazas	,	Alojamien	ito		ecimiento		nero de aciones		nero de lazas





Oldsivio													
Hotel		0			0	Hotel		•	4	19	91	349	
Hostal		0		0	0	Hostal		•	5	9	9	1	35
Hosteria		0		0	0	Hostería		<b>v</b>	7	9	1	1	81
Hacienda Turística		0		0	0	Hacienda Turís	tica		0		)		0
Lodge		0		0	0	Lodge			0	(	)		0
Resort		0		0	0	Resort			O	(	)		0
Refugio		0		0	0	Refugio			0	0			0
Campamento Turístico		0		0	0	Campamento T	urístico		0	- 30	0		0
Casa de Huéspedes		0		0	0	Casa de Huésp	edes		0	(	0		0
Observaciones:	texto			1		Observaci	ones:	texto					
Alimentos y bebidas		Establecimientos registrados		ero de sas	Número de Plazas	Alimentos y bebidas	Alimentos y  bebidas		Establecimientos registrados		Número de Mesas		ero de azas
Restaurantes		o		0	0	Restaurantes	Ø		26	25	55	10	020
Cafeterias		0		0	0	Cafeterias	Ø		1		7	- 3	28
Bares		0		0	0	Bares			0	(	)		0
Fuentes de soda		0		0	0	Fuentes de sod	a 🗹		3	2	0		30
Observaciones:	texto					Observaci	ones:	texto					
Agencias de	Viaje	. E	stableci	mientos re	egistrados	Ag	encias de	Viaje		Estab	trados		
Mayoristas				0		Mayoristas			0				
Internacionales	macionales $\square$					Internacionales						0	
Operadoras				0		Operadoras						0	
Observaciones:	texto	•				Observaci	ones:	texto					
Guía Local	Nac	ional Nacional Especializado	Cul	Itura	0	Guía	Local	Nacio		cional cializado	Cu	ltura	0
□ 0		0 0	Ave	ntura	0	П	0	0		0	Ave	ntura	0
Observaciones:	texto					Observaci	ones:	texto					
5.2 Facilidades en el e	ntorno a	al atractivo	Ø										
Categoría (M)		Tipo (M)		Cant	idad	Coordenadas	Ad	dministrado		sibilidad versal	В	Estado (I	U) <b>M</b>
	Punto de	e Información	Ø	1	-4	.140860,-79.429822	G	AD Parroqui	- 1	Ø	Ø		
	l-Tur			0	)	0	texto						
a. De apoyo a la gestión turística	Centro d	le interpretación		O	)	0		texto					
<b>2</b>	Centro d	le facilitación turística		O	)	0		texto	- 11				
	Centro d	le recepción de visitantes		0	)	0		texto					
	Garitas	de guardianía		0	)	0		texto					
b. De observación y	Miradore	es		C	)	0		texto					
vigilancia	Torres d	e avistamiento de aves		0	)	0		texto					
	Torres salvavid	de vigilancia para		0	)	0		texto					
	Sendero	930		.0	)	0		texto					
c. De recorrido y				0	)	0		texto					
descanso	Áreas de acampar			0	)	0		texto					
	Refugio	de alta montaña		0	)	0		texto					
	Baterías sanitarias			0	)	0		texto					
d. De servicio	A CONTRACTOR OF THE PROPERTY O			O	)	0			oto [				
e. Otros				0	)	0		texto	-				
e. Oilos				1					1				





Observaciones:	texto							
5.3 Complementarios	a la activi	dad turística (	M) 🗵					
		a. En el Atra	ctivo 🗆		b. En la	iudad o	poblado cercano	Ø
Alquiler y venta de especializado	e equipo		Venta de artesanías merchandising	у 🗆	Alquiler y venta de equipo especializado	) <b>I</b>	Venta de artesanía merchandising	s <sup>y</sup> 🗷
Casa de cambio		Cajero automátic	o 🛘 Otro		Casa de cambio	Cajero	automático 🗹 (	Otro 🔲
Especifique: texto					Especifique: texto			
Observaciones:	texto							
6. ESTADO DE CONS	ERVACIÓN	N E INTEGRAC	IÓN ATRACTIVO / ENTORNO			SI	☑ NO □	S/I 🗆
6.1 Atractivo (U)	V							
a. Conservado		b. Altera	do 🗵	c. En p	roceso de deterioro		d. Deteriorado	
Observaciones:	texto							
6.1.1 Factores de altera	ación y dete	erioro (M)						
6.1.1.1 N	aturales (M	1)			6.1.1.2 Antrópicos / Antropogér	nicos (M)		
a. Erosión		Ø	Actividades agrícolas y ganaderas	Ø	b. Actividades forestales		c. Actividades extractivas / minería	
b. Humedad			d. Actividades industriales		e. Negligencia / abandono	₹	f. Huaquearía	
c. Desastres naturales			g. Conflicto de tenencia		h. Condiciones de uso y exposición		i. Falta de mantenimiento	2
d. Flora/Fauna			j. Contaminación del ambiente		k. Generación de residuos		I. Expansión urbana	
e. Clima		<b>2</b>	m. Conflicto político / social		n. Desarrollo industrial / comercial		o. Vandalismo	
Otro			Especifique: texto					
Observaciones:	texto							
6.2 Entorno (U)	<b>V</b>							
a. Conservado		b. Altera	do 🗵	c. En p	roceso de deterioro		d. Deteriorado	
Observaciones:	texto							
6.2.1 Factores de altera	ación y dete	erioro (M)						
6.2.1.1 N	aturales (M	ŋ			6.2.1.2 Antrópicos / Antropogér	nicos (M)		
a. Erosión		Ø	Actividades agrícolas y ganaderas	<b>7</b>	b. Actividades forestales		c. Actividades extractivas / minería	
b. Humedad			d. Actividades industriales		e. Negligencia / abandono	๔	f. Huaquearía	
c. Desastres naturales			g. Conflicto de tenencia		h. Condiciones de uso y exposición		i. Falta de mantenimiento	Ø
d. Flora/Fauna			j. Contaminación del ambiente	<b>V</b>	k. Generación de residuos		I. Expansión urbana	
e. Clima		<b>2</b>	m. Conflicto político / social		n. Desarrollo industrial / comercial		o. Vandalismo	
Otro			Especifique: texto					
Observaciones:	texto							
6.3. Declaratoria del e	espacio tur	rístico asociad	lo al atractivo					
a. Declarante:		texto	b. Denominación:	texto	b. Fecha de declaración:	texto	c. Alcance:	texto
Observaciones:	texto							
7. HIGIENE Y SEGURI	DAD TURÍ	ISTICA				SI	☑ NO □	s/I □
7.1 Servicios Básicos			<b>V</b>					
		a. En el atra	ctivo 🗆		b. En la ciu	dad o p	oblado mas cercano	2
Agua:					Agua 🗹		Potable	
Especifique: texto					Especifique: texto			
Energía eléctrica:					Energía eléctrica 🗹		Red eléctrica de servicio p	úblico
Especifique: texto					Especifique: texto			
Saneamiento:					Saneamiento:		Red pública	





Especifique:	texto							Especifique: texto										
Disposición de d	esechos 🗆							Disposición de desechos ☑ Carro Recolector										
Especifique:	texto							Especifique; texto										
Observacion	nes: texto																	
7.2 Señalética	en el atractivo		Ø															
									7.2.3. Materialidad				7	7.2.4. Est	ado			
7.2.1 Ambiente		7.2.2	. I ipo			a. Madera	b.Alur	ninio	c.Otro		Especifique		В	R	М			
	Pictograma de at	ractivos r	naturales			0	0		0		texto							
	Pictograma de at	ractivos o	culturale	5		0	0		0		texto							
	Pictograma de ac	tividades	turistica	is		0	0		0		texto							
En áreas	Pictograma de se	ervicios d	e apoyo			0	0		0		texto							
urbanas	Pictogramas de n	estricciór	i			0	0		0		texto							
	Tótems de atracti	ivos turis	ticos			0	0		0		texto							
	Tótems de sitio					0	0		0		texto							
	Tótems direccion	ales				0	0		0		texto							
	Pictograma de at	ractivos r	naturales	i		0	0		0		texto							
	Pictograma de at	ractivos (	culturale	3		0	0		0		texto							
	Pictograma de ac	ctividades	turística	is		0	0		0		texto							
	Pictograma de se	ervicios d	e apoyo			0	0		0		texto							
	Pictogramas de restricción						0		0		texto							
En áreas						0	0		0		texto							
naturales	Paneles de direccionamiento hacia atractivos				os	0	0		0		texto							
	Panel informativo					0	0		0		texto							
	Panel informati atractivos, servic			onamient	o hacia	0	0		0		texto							
	Mesas interpretat	tivas				0	0		0		texto							
	Tótem de sitio					0	0		0		texto							
	Tótem de direcció	onamient	0			0	0		0		texto							
Letreros informativos	De información b	otánica				0	0		0		texto							
□ Señalética	Normativos de co	onciencia	ción			0	0		0		texto							
interna de seguridad	Protección de los	element	os del at	ractivo		0	0		0		texto							
Otros 🗆								texto										
Observacio	nes: No exist	e señaliz	ación de	aproxim	acion al a	tractivo, ni al mon	nento de Il	egar.										
7.3 Salud (más	cercano) (M)		Ø															
		a. Er	n el atra	ctivo					b. En	la ciud	ad o poblado	mas cerc	ano	7				
Hospital o Clínica	a 🗆					0		Hospital	o Clínica	_			0					
Puesto / Centro d	de salud 🔲					0		Puesto /	Centro de salud	Ø	-		1					
Dispensario méd	médico Cautidad					0		Dispens	ario médico	Ø	Cantidao		1					
Botiquín de prime auxilios	eros 🗆	٥			i i	0		Botiquín auxilios	de primeros		O		0					
Otros						0		Otros					0					
Observacio	nes: texto																	
7.4 Seguridad	(M)		Ø															
a. Privada					texto													
b. Policía nacio	nal		Ø	<u>=</u>	UNIDAD	POLICIAL COMU	JNITARIA	GONZA	NAMA									





			_												
c. Policía metropolitana	/ Municipal		Ded	texto											
d. Otra				texto											
Observaciones:	texto														
7.5 Servicio de comun	icación de uso	público	(M)		<b>•</b>										
	a. E	n el atra	ctivo	<b>V</b>				b. I	En la ciud	lad o p	oblado i	nas cer	cano	V	
Telefonía (M)		Conexi	ón a inte	rnet (M)		2	Telefonía (	vi) ☑			Conexi	ón a inte	ernet (N	) 🗹	
Fija 🗆	Línea telefónica			Fibra óp	tica		Fija	4	Línea tel	efónica	<b>4</b>	Fibra ó	otica		
Móvil 🗹	Satélite			Redes in	nalámbricas		Móvil	2	Satélite			Redes	inalámbi	icas	Ø
Satelital		Tel	lefonía m	ióvil		Ø	Satelital				Telefor	ıía móvil			Ø
Observaciones:	texto														
Radio portátil (U)															
De uso exclusivo para e	l visitante			De us	so exclusivo par	ra comuni	icación intern	a 🗆	De uso	exclusiv	vo en cas	so de er	nergeno	ia	
Observaciones:	texto														
7.6 Multiamenzazas (M	1)														
Deslaves				Sismos	9		Erupcio	nes volcáni	icas		ı	ncendio	s foresta	les	
Sequía			In	undacion	es			Aguajes				Tsu	ınami		
¿Existe un plan de conti de catástrofes?	ingencia en caso		Instituci	ón que e ento.	laboró el	texto	Nom	bre de	el	texto		Año elabora	d ción:	е	0
Observaciones:	texto														
8. POLÍTICAS Y REGU	LACIONES									SI		NO		S/I	<b>2</b>
a. ¿El GAD cuenta con el	Plan de Desarroll	o Turístic	o Territor	rial?		SI	□ N	o 🗆			Año	de elabo	ración:	2	016
b. ¿El atractivo se encuen	tra dentro de la p	lanificació	ón turistic	a territori	al (GAD'S)?			SI		NO			Espe	ecifique:	
texto															
c. ¿Existen normativas qu	e se apliquen par	a el desa	rrollo de	la activida	ad turística en el	atractivo?	8	SI		NO			Espe	ecifique:	
texto															
d. ¿Existen ordenanzas qu	ue se apliquen pa	ra el desa	arrollo de	la activid	lad turística en el	l atractivo	?	SI		NO			Espe	ecifique:	
texto															
Observaciones:	texto														
9. ACTIVIDADES QUE	SE PRACTICAN	l (U)								SI	☑	NO		S/I	_
9.1 ATRACTIVOS NAT	URALES (M)	2													
9.1.1 En el Agua (M)															
a. Buceo	□ b. Kaya	k de mar			c. Kayak lacustr	re	□ d. K	ayak de Río	i.		e. Surf				
f. Kite surf	☐ g. Raftir	ng			h. Snorkel		i. Tu	bing	11		j. Regat	a			
k. Paseo en panga	☐ I. Pased	en bote			m. Paseo en lan	ncha	□ n. P. acuá	aseo en mo tica	to		o. Paras	sailing			
p. Esquí acuático	☐ q. Bana	na flotant	te		r. Boya		☐ s. Pe	esa deportiv	/a		Otro			texto	
Observaciones:	texto														
9.1.2 En el Aire (M)															
a. Alas Delta	□ b. Cano	ру			c. Parapente		□ d Ot	ro				te	exto		
Observaciones:	texto														
9.1.3 En Superficie Terr	estre (M)	Ø													
a. Montañismo	☐ b. Esca	lada			c. Senderismo		☑ d.C	cloturismo		V	e. Cany	oning			
f. Exploración de cuevas	☐ g. Activi	idades ivas			h. Cabalgata		☑ i. Ca	minata		7	j. Camp	ing			
k. Picnic	☐ I. Obser fauna	vación de	e flora y	<b>4</b>	m. Observación	de astros	□ n. O	tro				te	exto		
Observaciones:	texto														
9.2 ATRACTIVOS CUL	TURALES (U)														

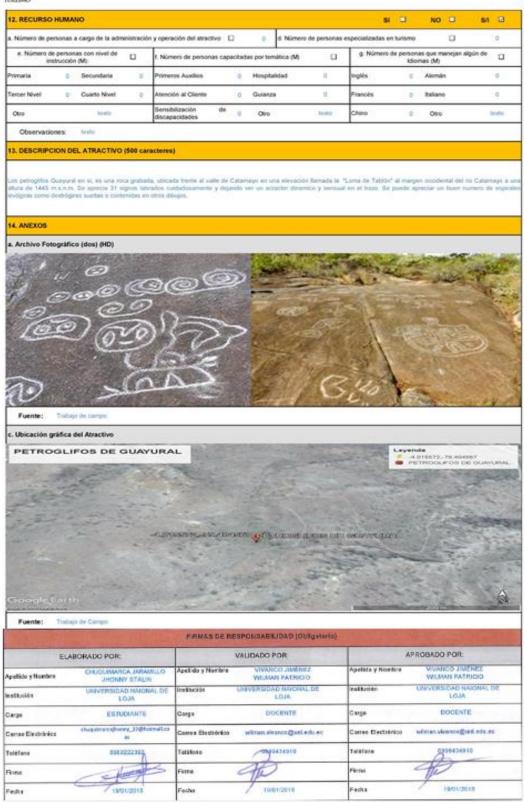




9.2.1 Tangibles e intang	ibles 🗹																
a. Recorridos guiados				b. Recon	rido auto	oguiados					c. Visita	a a tallere	es artistic	os			
h. Participación en talleres	artísticos			d. Visita	a tallere	s artesa	nales				i. Partic	cipación e	en talleres	s artesan	ales		
e. Exposiciones temáticas y eventuales	permanentes,	temporales		f. Exhib originale:		e pieza	s, mues	tras, ob	oras, etc	C., 🗹	i. Activi	idades vi	venciales	y/o lúdio	as		
g. Presentaciones o repres	sentaciones en	vivo		h. Muesti	ras audi	ovisuale	s				g. Foto	grafía					•
j. Degustación de platos tr	adicionales			I. Particip	ación d	e la cele	bración				m. Con	npra de a	ntesanías				
n. Convivencia				o. Medici	na ance	estral					Otro				texto		
Observaciones:	texto																
10. PROMOCIÓN Y CO	MERCIALIZA	CIÓN DEL	ATRAC	TIVO								SI		NO		S/I	✓
10.1. Medios de Promo	ción del Atra	ictivo (M)															
¿Existe un plan de prom	noción turística	cantonal?				SI		NO		Esp	ecifique:	texto					
¿El Atractivo se encuen	tra incluido en	el plan de p	romoci	ión turísti	co cant	onal?		SI		NO							
Medic	o Promociona	ĺ			Dire	ección y	nombre	de los i	medios	promoc	ionales		Р	eriodicio	lad de la ¡	promoc	ión
a. Página WEB				URL:				t	exto						Ninguna		
b. Red Social		1		Nombre:		texto									Ninguna		
c. Revistas Especializadas	s	1		Nombre:		texto									Ninguna		
d. Material POP		)		Nombre:		texto									Ninguna		
e. Oficina de Información "	Turística	1		Nombre:		texto									Ninguna		
f. Medios de comunicación	n (radio, tv, pre	nsa)	_	Nombre:		texto									Ninguna		
g. Asistencia a ferias turís	ticas	)		Nombre:		texto									Ninguna		
h. Otro		)	_	Nombre:		texto									Ninguna		
Observaciones:	texto																
10.2. El atractivo forma	a parte de un	a oferta est	ablecio	da (paque	ete turí	stico)		SI		NC	· •	Espe	cifique:	texto			
Observaciones:	texto																
11. REGISTRO DE VISI	TANTES Y A	FLUENCIA	(M)									SI		NO		S/I	<b>Ø</b>
11.1. Frecuencia de vis	sita según da	tos estadís	ticos														
a. ¿Posee un sistema de r	egistro de visit	antes?	SI		NO		Tipo:	Digital		Pape	ı 🗆	Añ	ios de reg	gistro		0	
b. ¿Se genera reporte de e	estadísticas de	visita al atra	ctivo?		SI		NO		Fr	ecuencia	a de los rep	oortes:			Ninguna		
c. Temporalidad de visita a	al atractivo																
Alta (meses)	- iffque						texto						ro de ntes		C	)	
Baja (meses)							texto						Número de visitantes		С	)	
d. Llegada de turistas																	
☐ Turista nacio	onal	Llegad	as men	suales	Total	l anual		Ti	ırista ext	ranjero		Lleg	adas mer	suales	т	otal Anu	al
	texto		0	7.7	ij	0					texto		0			0	
Ciudades de origen	texto		0	1-	1	0	Pa	íses de	origen		texto		0			0	
	texto		0		1	0					texto	2	0			0	
Observaciones:	texto																
11.2. Frecuencia de vis	sita según inf	ormantes o	lave														
Nombre del Informante	Clave:			tex	to				Co	ntactos:				(+593)			
De	emanda según	días de visit	а							Dema	nda según	frecuenc	ia de visit	ta			
Lunes a viernes 0	Fines de semana	0	Días f	eriados	0	Perm	nanente		Est	tacional		Espe	orádica		Inexis	tente	
<b>a</b> : .	12 //																







# FICHA N°7: Finca del Señor Manuel Sarango





		FICHA P	ARA EL	LEVAN	TAMIENTO Y JE	ERARQI	JIZACIÓ	N DE ATI	RACTI	vos tu	RÍSTICO	os				
	1	1	0	7	5 3	м	С	0	3	0	5	0	2	0	0	7
Código del atractivo:	P	rovincia	Car	ntón	Parroquia	Cate	goria	Tipe	0	Sub	tipo	Jera	rquía		Atractivo	,
1. DATOS GENERALES																
					1.1 Nombre d	lel Atrac	tivo Tu	ristico								
				FIN	ICA DEL SEÑ	OR MA	NUEL :	SARANG	90							
1.2 Ca	ntegoria				- 2	1.3 Tipo	,					1	.4 Subtij	ро		
	8376	URALES		RE				IENTÍFICA	AS	CEN	VTROS				ESQUER	ROS
2.1 Pr	ovincia				2	.2 Canté	ón			1		2.3	3 Parrog	uia		
LC	OJA				GC	ONZANA	MA							cons.		
2.4 Barrio, Se	ctor o Co	muna			2.5 Calle Pri	ncipal			2.6 N	úmero			2.7	Transve	ersal	
NAMB	ACOLA				S/I				S	3/N				S/I		4
2.8 Latitud (gra	ados deci	males)			2.9 Longitud (gr	ados de	cimales	s) <u>c</u>	lick			2.10	Altura (n	nsnm)		
-4.13	38533				-5	79.43279	91						1.800			
2.11 Información del admi	inistrador	e e														
a. Tipo de Administrador:			PRI	/ADA		b. Nom	bre de la	a Institució	in:	S/I						
c. Nombre del Administrado	or.		Manuel	Sarango	)	d. Carg	o que oc	cupa:		Dueño	de la Fir	nca				-
e. Teléfono / Celular:			09893	99151		f. Corre	o Electr	ónico:		S/I						
Observaciones: El	Señor Mar	nuel Saran	go es el	dueño d	le la finca para ir	a este l	ugar priv	rado se de	ebe co	municar	persona	lmente d	con el.			_
3. CARACTERISTICAS DE	LATRAC	TIVO														
3.1 Caracteristicas climate	ológicas		Ø													
a. Clima: Tropical,	Subtropica	il, Tempera	do y frio s	sub teme	prado <b>b. Te</b>	mperatur	a(°C):	21	4	c. Pr	ecipitaci	ón Pluvio	métrica (	mm):	50	00
3.2 Linea de producto al q	ue perter	ece el atra	activo (L	J)	Ø											
a. Cultur	а				b. Nat	uraleza			Ø			c. Av	entura			П
3.3 Escenario donde se lo	caliza el	atractivo t	urístico		☑											
a. Prístino	b.	Primitivo			c. Rústico Na	atural			d. F	Rural	Ø		e. Ui	tbano	п	
3.4 Ingreso al atractivo (U	)	-	2													
	b. Horar	io de Atend	ción						c. Ate	ención						
a. Tipo de Ingreso	Ingreso	Sa	lida	То	idos los dias	Fine	s de sem feriados		Sol	lo dias hái	biles	٥	tro	į	Especifica	ır
Libre	0:00	0:	00		п										texto	
Restringido 🗹	8:00	17	:00							2					texto	
Pagado 🔲	0:00	0:	00		п		П			П					texto	
d. Maneja un sistema de re	servas:		f. For	ma de	Efectivo								Tarj	eta de D	ébito	
e. Precio: Desde 0	,00 Hast	a 0,00			Tarjeta de Créd	lito		Transfer	encia E	3ancaria			Cheque			
g. Meses recomendables de	e visita:							Marzo, Ab	oril, May	yo y Junio						
Observaciones: Sin	ecomienda	ir en los me	ises espe	cificados	por temporada di	e produce	ción y por	el mes de	fiestas	de parro	quializaci	ón.				
1.2 Categoria																
201101010101010101010101010101010101010		s cercano	(Que pre	esente c	ondiciones mínir	nas de s	ervicios	):				C	ATAMAY	ro		
<ul> <li>b. Distancia desde la ciuda poblado más cercano:</li> </ul>	ad o 27.5	km			estimado de en auto:	0:30	h/min				Lat.:	-3.9	8333	Long.:	-79	.35
- 222 97	la															
4.2 Vías de Acceso (M)		Ø														
		Tipo	de via		Coordenada d	e inicio	Coor	denada di	e fin	Distanc	cia (km)	Tip	o de mat	erial	Est	ado
- T(M)	a. Pri	mer orden		Ø	-4.129548,-79.4	403813	-4.120	919,-79.40	5146	21	km	A	SFALTA	00	But	eno





a. remesue	(IVI)	(E)	b. Segu	ndo orde	n 🗆											$\top$	
			c. Terce	r orden	Ø	-4.120	917,-79	.405142	-4.15	6423,-79.4	123871	1 km		TIERR	tA.	R	egular
Observacio	nes:	Se debe	e recorrer	1 km de	distancia por la vi	a de terce	er order	ı, en direcc	ión a lo	s atractivos	s naturale	es de fondo verd	e y fonde	bravo.			
		Mar	ítimo		Puerto / Muelle de partida	te	xto					to / Muelle de Llegada	1	texto			
b. Acuático (U)		Lac	ustre		Puerto / Muelle de partida	te	xto	Estado				to / Muelle de Llegada		texto	Fstado		
		Flu	ıvial		Puerto / Muelle de partida	te	xto			4.7		to / Muelle de Llegada	1	texto			
Observacio	nes:	texto															
c. Aéreo (U)					Nac	ional:						Internacional:					
Observacio	nes:	texto															
4.3 Servicio de	trans	oorte (M)		Ø													
a. Bus		b. Buse	ta	Ø	c. Transporte 4x	ı	Ø	d. Taxi				e. Moto taxi		f. Tele	férico		
g. Lancha		h. Bote			i. Barco			j. Canoa				k. Avión		I. Avio	neta		
m. Helicóptero		n. Otro		Ø	Especifique												
Observacio	nes:	Ranche	ras, Cam	ionetas													
4.3.1 Detalle de	trans	porte ha	cia el atı	ractivo (	M)												
_								c. Fred	uencia								
a. Nombre de presta el servicio	la coo	perativa o	asocia:	ción que	b. Estación / te	erminal	Diaria	Semanal	Mensual	Eventual		d. Deta	ille (Trasi	lado orige	n / des	tino)	
COOPERATIVA	DE TR	ANS. 30 D	E SEPTI	EMBRE	GONZANAMÁ					Ø	GONZA	NAMÁ/NAMBAC	COLA				
TRANSPORTE N	I OTXIN	NAMBAC	DLA S.A.		NAMBACOLA		Ø			Ø	NAMBA	COLA					
texto					texto						texto						
texto					texto						texto						
texto					texto						texto						
4.4 Condicione	s de a	ccesibili	dad del	atractivo	turístico al me	dio fisio	o para	persona	s con	discapac	idad (M	)	Ø				
General	V		oacidad sica		Discapacidad Visual			pacidad iditiva		Discap	acidad I	ntelectual o Ps	icosocia	al 🗆		d. No es accesible	
Observacio	nes:	texto															
4.5 Señalizació	n																
a. Señalización d	e aprox	imación al	atractivo		□ Esta	do (U)	В	ueno			Reg	gular 🗆			Malo		
Observacio	nes:	No exist	te señaliz	ación de	aproximación a la	finca, ni a	a la entr	ada.									
5. PLANTA TU	RÍSTIC	A / COM	PLEME	NTARIO	s							SI	Ø	NO		S/I	
5.1 Planta turis	tica (N	1)				1											
			a. Eı	n el Atra	ctivo 🗆						b	. En la ciudad	o pobla	do cerc	ano	<b>2</b>	
Alojamier	ito		Est	ablecimie	ntos Núm	ero de	Núr	nero de	,	Alojamien	nto	Estab	lecimient	o Núi	mero de	e Núi	nero de





Hotel		0		0	0	Hotel		Ø	4		191		3	49
Hostal		0		0	0	Hostal		2	5		99		1	35
Hostería		0		0	0	Hosteria		Ø	7		91		1	81
Hacienda Turística		0		0	.0	Hacienda Turístic	a	0	0		0		10	0
Lodge		0		0	0	Lodge			0		0		1 00	0
Resort		0	10	0	0	Resort		_	0		0		- 6)	0.
Refugio		0		0	0	Refugio			0		0		- 13	0
Campamento Turístico		0		0	0	Campamento Tur	rístico		0		0		a.i	0
Casa de Huéspedes		0		0	0	Casa de Huéspeo	des		0		0		10	0
Observaciones:	texto					Observacion	nes:	texto		n2				
Alimentos y bebidas		Establecimientos registrados		ero de esas	Número de Plazas	Alimentos y bebidas	☑		blecimient gistrados	los	Número Mesa			ero de izas
Restaurantes		0		0	0	Restaurantes	2		26		255	)	10	)20
Cafeterías		0		0	0	Cafeterias	✓		1		7		2	28
Bares		0		0	0	Bares			0		0		j.	0.
Fuentes de soda		0		0	0	Fuentes de soda	₹		3		20	i i	8	30
Observaciones:	texto		•		•	Observacion	nes:	texto						
Agencias de	Viaje		Establec	mientos r	egistrados	Agen	ncias de	Viaje		1	Estable	ecimient	tos regist	trados
Mayoristas				0		Mayoristas						(	)	
Internacionales				0		Internacionales				<u> </u>		(	)	
Operadoras			0			Operadoras				<u> </u>		(	)	
Observaciones:	texto					Observacion	nes:	texto						
Guía Local	Nac	ional Nacional Especializado	Cı	ltura	0	Guía	Local	Nacio	onal	Naciona Especializ		Cult	tura	0
	(	0	Ave	ntura	.0		0	0		0		Aver	ntura	0
Observaciones:	texto					Observacion	nes:	texto						7.
5.2 Facilidades en el e	ntorno a	Il atractivo	<b>V</b>											
Categoría (M)		Tipo (M)		Can	tidad C	Coordenadas	Ac	lministrad	lor	Accesibili		В	stado (l	J) M
	Punto de	e Información	Ø		1 -4.1	40860,-79.429822	G.	AD Parroqu	ial	Ø	Ī	<b>3</b>		
	l-Tur				0	0		texto			1			
a. De apoyo a la gestión turística	Centro d	le interpretación			0	0		texto			$\top$			
Ø	Centro d	le facilitación turística			0	0		texto			$\dashv$			
	Centro o	le recepción de visitantes			0	0		texto	1		$\top$			
	Garitas (	de guardianía			0	0		texto			$\dashv$			
b. De observación y	Miradore	es	Ø		1 -4.1	38533,-79.432791		Privada			$\top$	Ø		
vigilancia	Torres d	e avistamiento de aves			0	0		texto			$\dashv$			
<b></b> ✓	Torres salvavid	de vigilancia par as	ra 🗆		0	0		texto			$\top$			
	Sendero				0	0		texto			$\neg$			
c. De recorrido y	Estacion	nes de sombra y descans	o 🗹	9	1 -4.1	38533,-79.432791		Privada			$\top$			
descanso	Áreas de	e acampar			0	0		texto	1		$\dashv$		V	
	Refugio	de alta montaña		- 1	0	0		texto	$\neg$		$\dashv$			
				_			$\vdash$		-		$\overline{}$		_	
		sanitarias	Ø		1 -4.1	38533,-79.432791		Privada					V	
d. De servicio	Baterias		<b>Ø</b>	+ +		38533,-79.432791 0		Privada	$\dashv$		+	0		
	Baterias	sanitarias			0						+			





Observaciones:	texto						
5.3 Complementarios	a la actividad turística	(M) 🖸					
	a. En el Atra	activo 🗆		b. En la	ciudad o	poblado cercano	2
Alquiler y venta de especializado	e equipo	Venta de artesanías merchandising	у 🗆	Alquiler y venta de equipo especializado	, 🗆	Venta de artesani merchandising	ías y 🗾
Casa de cambio	☐ Cajero automáti	co 🗆 Otro		Casa de cambio	Cajero	automático 🗾	Otro 🗆
Especifique: texto				Especifique: texto			
Observaciones:	texto						
6. ESTADO DE CONS	ERVACIÓN E INTEGRA	CIÓN ATRACTIVO / ENTORNO	)		SI	☑ NO □	S/I 🗆
6.1 Atractivo (U)	<b>2</b>						
a. Conservado	☑ b. Alter	ado 🗆	c. En p	roceso de deterioro		d. Deteriorado	
Observaciones:	Se encuentra en un estad	lo conservado, ya que es un lugar p	orivado.				
6.1.1 Factores de alter	ación y deterioro (M)						
6.1.1.1 N	aturales (M)			6.1.1.2 Antrópicos / Antropogér	nicos (M)	•	
a. Erosión		Actividades agrícolas y ganaderas	Ø	b. Actividades forestales		c. Actividades extractivas /	minería
b. Humedad		d. Actividades industriales		e. Negligencia / abandono		f. Huaquearia	
c. Desastres naturales		g. Conflicto de tenencia		h. Condiciones de uso y exposición		i. Falta de mantenimiento	
d. Flora/Fauna		j. Contaminación del ambiente	Ø	k. Generación de residuos	<b>V</b>	I. Expansión urbana	
e. Clima	Ø	m. Conflicto político / social		n. Desarrollo industrial / comercial		o. Vandalismo	
Otro		Especifique: texto					
Observaciones:	texto						
6.2 Entorno (U)	<b>2</b>						
a. Conservado	□ b. Alter	ado 🕝	c. En p	roceso de deterioro		d. Deteriorado	
Observaciones:	Generación de residuos dirección a estos atractivo		activos nat	turales fondo verde y fondo bravo,	ya que e	esto afecta a la finca ya qu	ie esta queda ei
6.2.1 Factores de alter	ación y deterioro (M)						
6.2.1.1 N	aturales (M)			6.2.1.2 Antrópicos / Antropogér	nicos (M)	į	
a. Erosión		Actividades agrícolas y ganaderas	Ø	b. Actividades forestales		c. Actividades extractivas /	minería 🗆
b. Humedad		d. Actividades industriales		e. Negligencia / abandono		f. Huaquearia	
c. Desastres naturales		g. Conflicto de tenencia		h. Condiciones de uso y exposición		i. Falta de mantenimiento	
d. Flora/Fauna		j. Contaminación del ambiente	v	k. Generación de residuos	<b>V</b>	I. Expansión urbana	
e. Clima	Ø	m. Conflicto político / social		n. Desarrollo industrial / comercial		o. Vandalismo	
Otro		Especifique: texto					
Observaciones:	texto						
6.3. Declaratoria del e	espacio turistico asocia	do al atractivo					
a. Declarante:	texto	b. Denominación:	texto	b. Fecha de declaración:	texto	c. Alcance:	texto
Observaciones:	texto						
7. HIGIENE Y SEGUR	IDAD TURÍSTICA				SI	☑ NO □	S/I 🗆
7.1 Servicios Básicos	•	Ø					
	a. En el atra	activo 🖸		b. En la ciu	dad o p	oblado mas cercano	<b>7</b>
Agua:	✓			Agua 🗹		Potable	
Especifique: La cas	a de la finca si cuanta con a	gua potable.		Especifique: texto			
Energía eléctrica:	V			Energía eléctrica 🔽		Red eléctrica de servicio	público
Especifique: La cas	a de la finca si cuanta con e	nergia electrica		Especifique: texto			
Saneamiento:	<b>7</b>			Saneamiento:		Red pública	





Especifique:	Existe bateria higi	ienica.						Espec	cifique: texto						
Disposición de de	esechos 🗹							Disposio	ción de desechos	<b>3</b>		Carro R	ecolecto	г	
Especifique:	Si acude el carro	recolecto	r de bas	ura al si	tio.			Espec	cifique: texto						
Observacion	es: texto														
7.2 Señalética	en el atractivo														
						5			7.2.3. Materialidad				7	.2.4. Est	ado
7.2.1 Ambiente		7.2.2.	Tipo			a. Madera	b.Alu	minio	c.Otro		Espec	ifique	В	R	м
	Pictograma de at	ractivos n	aturales			0	(	)	0		tex	to			
	Pictograma de at	ractivos c	ulturales			0		)	0		tex	to			
	Pictograma de ac	ctividades	turística	s		0	(	)	0		tex	do			
En áreas	Pictograma de se	ervicios de	e apoyo			0	(	)	0		tex	do			
urbanas	Pictogramas de r	estricción				0	(	)	0		tex	do			
	Tótems de atracti	ivos turist	icos			0	(	)	0		tex	do			
	Tótems de sitio					0	(	)	0		tex	do			
	Tótems direccion	ales				0	(	)	.0		tex	to			
	Pictograma de at	ractivos n	aturales	e e		0	(	)	0		tex	to			
	Pictograma de at	ractivos c	ulturales			0	(	)	0		tex	to			
	Pictograma de ac	tividades	turística	s		0	(	)	0		tex	to			
	Pictograma de se	ervicios de	e apoyo			0	(	)	0		tex	to			
	Pictogramas de r	estricción	ì			0	(	)	0		tex	do			
En áreas	Señales turísticas	de aprox	ximación			0	(	)	0		tex	to			
naturales	Paneles de direct	cionamier	nto hacia	atractiv	ros	0	(	)	0		tex	to			
	Panel informativo	de atract	tivos			0	(	)	0		tex	do			
	Panel informati atractivos, servicio		direccio idades	namier	nto hacia	0	(	)	0		tex	do			
	Mesas interpretat					0	(	)	0		tex	do			
	Tótem de sitio					0	(	)	0		tex	do			
	Tótem de direccio	onamiento	0			0	(	)	0		tex	to			
Letreros informativos	De información be	otánica				0	(	)	0		tex	do			
	Normativos de co	nciencia	ción			0.	(	)	0		tex	to			
Señalética interna de seguridad	Protección de los	elemento	os del ati	activo		0	C	)	0		tex	do	_		
Otros 🗆						l.		texto							
Observacion	nes: No existe	e señaleti	ica ni de	aproxin	nación al at	tractivo ni señaletio	a de lleg	ada a la	finca.						
7.3 Salud (más	cercano) (M)		Ø												
7		a. Er	n el atra	ctivo					b. En	n la ciuda	d o po	blado mas cero	ano	<b>2</b>	
Hospital o Clinica						0		Hospital	o Clínica				0		
Puesto / Centro d	e salud				(	0		Puesto /	Centro de salud	2			1		
Dispensario médi	co 🗆	Cantidad			(	0		Dispensi	ario médico	2	Cantidad		1		
Botiquin de prime auxilios	ros 🔲	Ca			(	0		Botiquín auxilios	de primeros		S		0		$\neg$
Otros					(	0		Otros					0		
Observacion	nes: texto														
7.4 Seguridad (	M)		7												
a. Privada					texto										
b. Policía nacior	nal		Ø	alle	UNIDAD	POLICIAL COMU	JNITARI	A GONZA	ANAMA						
					_										





c. Policía metropolitana	/ Municipal		Det	texto										
Colsamination:   Cols														
Observaciones:	texto	*		•										
7.5 Servicio de comun	icación de us	o público	(M)	[	<b>2</b>									
	a.	En el atra	ctivo	<b>V</b>				b. E	n la ciudad o	poblad	mas ce	rcano [	Z	
Telefonía (M)		Conexid	ón a inte	ernet (M)		1	Telefonia (M)	<b>2</b>		Cone	xión a int	ernet (M)	2	
Fija 🗆	Linea telefónic	а		Fibra ópti	ica 🗆	1	Fija	<b>4</b>	Línea telefónio	a 🗹	Fibra ó	ptica		
Móvil 🖸	Satélite			Redes ina	alámbricas	1	Móvil	<b>2</b>	Satélite	Ø	Redes	inalámbrica	s	v
Satelital		Tel	efonia m	nóvil	₽.	1	Satelital			Telef	onia móvi			V
Observaciones:	La señal de tel	efonia móvi	l para int	ternet si exi	iste pero es muy ba	ja su c	conexión.							
Radio portátil (U)														
De uso exclusivo para e	el visitante			De uso	exclusivo para c	omuni	icación interna		De uso exclu	sivo en	aso de e	mergencia		
Observaciones:	texto													
7.6 Multiamenzazas (N	1)													
Deslaves				Sismos			Erupcione	s volcánic	as 🗆		Incendio	s forestales		
Sequía			In	nundacione	es .		Ag	uajes			Ts	unami		
¿Existe un plan de continç catástrofes?	gencia en caso o				aboró el	texto			texto	)				0
Observaciones:	No existe un pl				un lugar privado, po	r posib			encargará de m	itigar cua				
8. POLÍTICAS Y REGU	LACIONES								SI		NO		S/I	<b>7</b>
a. ¿El GAD cuenta con el	Plan de Desarro	ollo Turistico	Territor	rial?		SI	□ NO			Añ	o de elabo	ración:	2	016
b. ¿El atractivo se encuen	tra dentro de la	planificació	n turística	a territorial	(GAD'S)?			SI	□ NO			Especif	ique:	
texto														
c. ¿Existen normativas qu	e se apliquen pa	ara el desan	rollo de la	a actividad	turística en el atrac	tivo?		SI	□ NO			Especif	ique:	
texto														
d. ¿Existen ordenanzas qu	ue se apliquen p	ara el desa	rrollo de	la actividad	d turística en el atra	ctivo?		SI	□ NO			Especif	ique:	
texto														
Observaciones:	texto													
9. ACTIVIDADES QUE	SE PRACTIC	AN (U)							SI	Ø	NO		S/I	
9.1 ATRACTIVOS NAT	URALES (M)	<b>V</b>												
9.1.1 En el Agua (M)														
a. Buceo	☐ b. Ka	yak de mar			c. Kayak lacustre		☐ d. Kaya	ak de Rio		e. Su	f		]	
f. Kite surf	☐ g. Rai	fting			h. Snorkel		i. Tubin	g		j. Reg	ata			
k. Paseo en panga	☐ I. Pas	eo en bote			m. Paseo en lancha	1	n. Pase	eo en mote	° 0	o. Pa	rasailing			
p. Esquí acuático	☐ q. Bai	nana flotant	e		r. Boya			2017		Otro			texto	
Observaciones:	texto													
9.1.2 En el Aire (M)	0													
a. Alas Delta	☐ b. Ca	пору			c. Parapente		☐ d Otro				t	exto		
Observaciones:	texto				350									
9.1.3 En Superficie Terr	restre (M)	Ø												
a. Montañismo	□ b. Esc	calada			c. Senderismo		d. Ciclo	turismo		e. Ca	nyoning			
f. Exploración de cuevas				Ø 1	h. Cabalgata		☐ i. Cami	nata	<b>2</b>	j. Car	nping			
k. Picnic	□ I. Obs	ervación de	flora y	<b>2</b> 1	m. Observación de	astros	n. Otro	Ĭ	Ø		Punto de	observació	1	
Observaciones:			roturism	o por las ci	ualidades que pose	e la fin	ica.							
9.2 ATRACTIVOS CUL	TURALES (U)													





9.2.1 Tangibles e intanç	gibles [	)															
a. Recorridos guiados				b. Reco	rido au	toguiados	s				c. Visit	a a tallere	es artístico	s			
h. Participación en talleres	s artísticos			d. Visita	a taller	es artesa	nales				i. Partic	cipación e	en talleres	artesan	ales		
e. Exposiciones temáticas y eventuales	s permanen	tes, ten	nporales	f. Exhib originale		de pieza	as, mues	tras, of	oras, et	tc.,	i. Activi	idades viv	venciales y	y/o lúdica	as		
g. Presentaciones o repre	sentacione	s en viv		h. Mues	ras auc	liovisuale	s				g. Foto	grafia					
j. Degustación de platos tr	radicionales			I. Partici	pación	de la cele	ebración				m. Cor	npra de a	ntesanías	i i			
n. Convivencia				o. Medic	ina and	estral					Otro				texto		
Observaciones:	texto																
10. PROMOCIÓN Y CO	MERCIAL	IZACI	ÓN DEL ATR	ACTIVO								SI		NO	Ø	S/I	
10.1. Medios de Promo	oción del	Atracti	vo (M)														
¿Existe un plan de pron	noción turi	stica c	antonal?			SI		NO	v	Es	pecifique:	texto					
¿El Atractivo se encuen	ntra incluid	o en el	plan de prom	oción turís	tico ca	ntonal?	8	SI		NO	<b>J</b>						
Medi	o Promoci	onal			Dir	ección y	nombre	de los	medios	promod	cionales		P	eriodicio	dad de la	promod	ción
a. Página WEB				URL:					texto						Ninguna	ı	
b. Red Social				Nombre	8	texto									Ninguna	i.	
c. Revistas Especializadas	s			Nombre		texto									Ninguna	i	
d. Material POP				Nombre		texto									Ninguna	Į.	
e. Oficina de Información	Turística			Nombre		texto									Ninguna	li .	
f. Medios de comunicación	n (radio, tv,	prensa)		Nombre		texto									Ninguna	li .	
g. Asistencia a ferias turis	ticas			Nombre		texto								-	Ninguna	į.	
h. Otro				Nombre		texto									Ninguna	l .	
Observaciones:	texto																
10.2. El atractivo forma	a parte de	una o	ferta estable	cida (paqu	ete tu	rístico)		SI		NO	o 🗹	Espe	cifique:	texto			
Observaciones:	texto																
11. REGISTRO DE VIS	ITANTES	Y AFL	UENCIA (M)									SI		NO		S/I	<b>7</b>
11.1. Frecuencia de vis	sita segúr	n datos	estadisticos	3													
a. ¿Posee un sistema de i	registro de	visitante	ıs? SI		NO	Ø	Tipo:	Digital		Pape	el 🗆	Aŕ	ios de reg	jistro		0	
b. ¿Se genera reporte de	estadística	s de visi	ita al atractivo?	0	SI		NO	Ø	F	recuenci	a de los rep	ortes:			Ninguna	ij.	
c. Temporalidad de visita	al atractivo																
Alta (meses)		enbiji					texto						no de		3	0	
Baja (meses)		Especifique					texto						Número de visitantes			0	
d. Llegada de turistas																	
☐ Turista naci	ional		Llegadas m	ensuales	Tot	al anual		т	urista ex	dranjero		Lleg	adas mer	rsuales		Total Ani	ual
	text	0	0			0					texto		0			0	
Ciudades de origen	text	D	0			0	Pa	íses de	origen		texto		0			0	
	text	0	0			0					texto		0			0	
Observaciones:	texto									•		•			•		
11.2. Frecuencia de vis	sita segúr	infor	mantes clave		<b>4</b>												
Nombre del Informante	Clave:			Manuel	Sarang	0			Co	ontactos			0	989399	151		
D	emanda se	gún día	as de visita							Dema	anda según	frecuenc	ia de visit	a	Ø		
Lunes a viernes 0	Fines sema		0 Dia	s feriados	0	Perr	manente		E	stacional		Esp	orádica	Ø	Inexi	stente	
Observaciones:	texto					-											







# FICHA N°8: Finca del Señor José Jiménez





		FICE	HA PAI	RA EL I	EVAN	TAMIENTO Y JI	RARQL	JIZACIÓ	N DE AT	TRACTI	VOS TURISTICO	os				
		1	1	0	7	5 3	M	С	0	3	0 5	0	2	0	0	8
Código del atractivo:	A latractivo:  Provincia  ERALES  1.2 Categoria  ESTACIONES_CULTURALES  DEL ATRACTIVO  2.1 Provincia  LOJA  Barrio, Sector o Comuna  POTRERILLOS  Latitud (grados decimales)  -4.181886  In del administrador Inistrador: Idular: Idus: Id				tón	Parroquia	Cate	goria	Tip	ро	Subtipo	Jerar	quía		Atractivo	,
1. DATOS GENERALES																
						1.1 Nombre	lel Atrac	tivo Tur	istico							
					F	INCA DEL SE	ÑOR J	IOSÉ JI	MÉNE2	Z.						
1.2 0	ategoria	a			- 11		1.3 Tipo	)				1.4	4 Subtip	10		
MANIFESTACIO	NES_CI	JLTURA	LES		REA	ALIZACIONES_	récnic,	AS_Y_C	ENTÍFIC	CAS	CENTROS	AGROPE	ECUARI	OS Y PE	SQUEF	ROS
2. UBICACIÓN DEL ATRA	ACTIVO	ŧ														
2.1 P	Provincia	a				2	.2 Cantó	in				2.3	Parroq	uia		
ı	OJA					GC	ONZANA	MA				NA	MBACO	LA		
2.4 Barrio, S	ector o	Comuna	a			2.5 Calle Pri	ncipal			2.6 N	l úmero		2.7	Transve	rsal	11
POTR	1.2 Categoria  ANIFESTACIONES_CULTURALE:  ION DEL ATRACTIVO  2.1 Provincia  LOJA  2.4 Barrio, Sector o Comuna  POTRERILLOS  2.8 Latitud (grados decimales)  4.161686  nación del administrador  Administrador:  / Celular:  aciones: El Señor José Jiméno  TERISTICAS DEL ATRACTIVO  eristicas climatológicas  Tropical, Subtropical, Tempe  te producto al que pertenece el a  a. Cultura  rio donde se localiza el atractivo  o					S/I				S	/N			S/I		
2.8 Latitud (g	1.2 Categoria  ANIFESTACIONES CULTURALES  1.2 Categoria  ANIFESTACIONES CULTURALES  ION DEL ATRACTIVO  2.1 Provincia  LOJA  2.4 Barrio, Sector o Comuna  POTRERILLOS  2.8 Latitud (grados decimales)  4.161686  nación del administrador  Administrador:  / Celular:  aciones: El Señor José Jiméne  TERISTICAS DEL ATRACTIVO  eristicas climatológicas  Tropical, Subtropical, Temper  te producto al que pertenece el atractivo  o					2.9 Longitud (gr	ados de	cimales	)	Click		2.10 A	ltura (m	nsnm)		
-4.:	1.2 Categoria ANIFESTACIONES CULTURALES  ON DEL ATRACTIVO 2.1 Provincia  LOJA  2.4 Barrio, Sector o Comuna POTRERILLOS  2.8 Latitud (grados decimales) -4.161688  lación del administrador  diministrador:  del Administrador:  del Administrador:  del Administrador:  risticas climatológicas  Tropical, Subtropical, Temper e producto al que pertenece el atractivo o					2000 0000	79.47224	14					1.709			
2.11 Información del adn	ninistrac	dor														
a. Tipo de Administrador:				PRIV	ADA		b. Nom	bre de la	Instituci	ión:	S/I					
c. Nombre del Administrac	dor.			José Jir	ménez		d. Carg	o que oc	upa:		Dueño de la Fir	ica				
e. Teléfono / Celular:				095915	54895		f. Corre	o Electro	ónico:		S/I					
Observaciones: E	l Señor	José Jim	nénez e	s el due	ño de la	a finca en donde	se encu	ientra la	parcela	demosti	rativa de café.					
3. CARACTERISTICAS D	EL ATR	ACTIVO	0													
3.1 Caracteristicas clima	rtológica	as		Ø												
a. Clima: Tropica	al, Subtro	pical, Ter	mperado	y frio su	ib temep	orado b. Te	mperatur	a(°C):	2	1	c. Precipitaci	n Pluvion	nétrica (r	nm):	50	00
3.2 Linea de producto al	que per	tenece	el atrac	tivo (U)	)	☑										
a. Cultu	ura					b. Nat	uraleza			Ø		c. Ave	entura			
3.3 Escenario donde se l	localiza	el atrac	tivo tur	ístico		<b>2</b>										
a. Prístino		b. Primi	itivo			c. Rústico Na	atural			d. R	tural 🗵		e. Ur	bano		
3.4 Ingreso al atractivo (	U)		Ø	Ě												
	b. Ho	rario de	Atenció	ón						c. Ate	ención					
a. Tipo de Ingreso	Ingres	10	Salid	ia	To	dos los días	Fine	s de sem feriados	ana y	Sok	o días hábiles	Ot	ro	E	specifica	ır
Libre	0:00	B	0:0	0								ľ	_		texto	
Restringido 🗹	6:00		17:0	0							2				texto	
Pagado П	0:00		0.00	0		п		П		7	п	ı	7		texto	
d. Maneja un sistema de r	eservas			f. Form	na de	Efectivo		Din Electr			Depósito Bancario		Tarje	ta de D	ébito	
e. Precio: Desde	0,00 H	asta	0,00	Pag	10:	Tarjeta de Créd	lito		Transfe	rencia B	Bancaria		Cheque			
g. Meses recomendables	de visita	:			V.				Junio,	Julio y A	Agosto					
Observaciones; S	e recomi	enda ir er	n esos m	iesos ya	que es	época de cosecha	i.									
4. ACCESIBILIDAD Y CO	NECTIV	IDAD A	L ATRA	стіуо	į.						SI	Ø	NO		S/I	
a. Nombre de la ciudad o	poblado	más cer	rcano (C	Que pres	sente co	ondiciones minir	nas de s	ervicios)	ŧ.			G	onzanam	iā		
<li>b. Distancia desde la ciu poblado más cercano:</li>	dad o	12	km d	: Tie Iesplaza	mpo miento e	estimado de en auto:	0:20	h/min	d. Coon	denadas lecimales)		-3,98	3333	Long.:	-79	1.35
Observaciones: Le	a accesibil	idad a la fi	inca depe	ende muc	ho de las	condiciones climat	icas.									
4.2 Vias de Acceso (M)			Ø													
	9		Tipo de	e vía		Coordenada d	e inicio	Coor	denada o	de fin	Distancia (km)	Tipo	de mate	erial	Est	ado
a Terrestre (M)	[2] [a.	Primer o	orden		Ø	-4.1349,-79	269	-4.1	128,-79.2	840	5km	AS	FALTAC	ю	Bui	ano





a. renesue	(141)	15.1	b. Segundo ord	en 🗵	-4.	1128,79	.2840	-4.1	6168,-79.4	47224	7km	3	ASFALTA	DO	R	egular
			c. Tercer orden			0			0		0		0			
Observacio	nes:	Se debe	recorrer 1 km d	e distancia por la v	ia de tero	er order	n, en direcc	ción a lo	s atractivo	s naturales o	le fondo verd	e y fondo	bravo.			
		Mar	ítimo 🗆	Puerto / Muelle de partida	te	xto					Muelle de gada	t	exto			
b. Acuático (U)		Lac	ustre 🗆	Puerto / Muelle de partida	te	xto	Estado				Muelle de gada	t	exto	Estado		
		Flu	vial 🗆	Puerto / Muelle de partida	te	xto					Muelle de gada	t	exto			
Observacio	nes:	texto														
c. Aéreo (U)				Na	cional:		į.				ntemacional:					
Observacio	nes:	texto														
4.3 Servicio de	transp	porte (M)		2												
a. Bus		b. Buset	ta 🖸	c. Transporte 4x	:4	Ø	d. Taxi			e.	Moto taxi		f. Telef	érico		
g. Lancha		h. Bote		i. Barco			j. Canoa	i:		k.	Avión		I. Avior	eta		
m. Helicóptero		n. Otro	Ø	Especifique												
Observacio	nes:	Ranche	ras, Camionetas													
4.3.1 Detalle de	e trans	porte had	ia el atractivo	(M)												
							c. Fred	cuencia								
a. Nombre de presta el servicio	la coo	perativa o	asociación qu	e b. Estación / 1	erminal	Diaria	Semanal	Mensual	Eventual		d. Deta	ille (Trasl	ado orige	n / destin	0)	
COOPERATIVA	DE TRA	ANS. 30 D	E SEPTIEMBRE	GONZANAMÁ					Ø	GONZANA	MÁ/NAMBAC	COLA				
TRANSPORTE	MIXTO	NAMBACO	DLA S.A.	NAMBACOLA		Ø			V	NAMBACC	LA					
texto				texto						texto						
texto				texto						texto						
texto				texto						texto						
4.4 Condicione	es de a	ccesibilio	dad del atracti	vo turístico al m	edio físio	co para	persona	s con	discapac	idad (M)		☑				
General	Ø		oacidad 🗆	Discapacidad Visual			pacidad iditiva		Discap	oacidad Inte	lectual o Ps	icosocia			No es cesible	
Observacio	nes:	texto														
4.5 Señalizacio	ón															
a. Señalización o	le aprox	imación al	atractivo	☐ Esta	ado (U)	В	ueno			Regula	r 🗆		M	Malo		
Observacio	nes:	No exist	e señalización de	e aproximación a la	i finca, pe	ro si de	la parcela	demost	rativa de c	café.						
5. PLANTA TU	RÍSTIC	A / COM	PLEMENTARIO	os							SI	<b>4</b>	NO		S/I	
5.1 Planta turis	stica (N	<b>1</b> )		C	J											
			a. En el Atr	activo 🗆						b. E	n la ciudad	o pobla	do cerca	ino	V	
Alojamiei	nto		Establecim		nero de		nero de	,	Alojamier	nto 🖸		lecimient		nero de		nero de lazas





					-						10000				
Hotel		0		0	0		Hotel		Ø	4		19	1	3-	49
Hostal		0	)	0	0		Hostal		Ø	5		99	9	1	35
Hosteria		0		0	0		Hosteria		Ø	7		91		1	81
Hacienda Turística		0		0	0		Hacienda Turístic	ca		0		0			0
Lodge		0		0	0		Lodge			0		0			0
Resort		0		0	0		Resort			0		0		- 1	0
Refugio		0	1)	0	0		Refugio			0		0			0
Campamento Turístico		0		0	0		Campamento Tu	rístico		0		0	i i	1	0
Casa de Huéspedes		0		0	0		Casa de Huéspe	des		0		0		- 1	0
Observaciones:	texto	L					Observacio	nes:	texto						
Alimentos y bebidas		Establecimientos registrados		ero de sas	Número Plazas		Alimentos y bebidas	☑		blecimien		Núme Mes			ero de izas
Restaurantes		0	1	0	0		Restaurantes	Ø		26	T	25			20
Cafeterías		0		0	0		Cafeterías	<b>V</b>		1		7		2	28
Bares		0		0	0		Bares			0		0		- 1	0
Fuentes de soda		0		0	0		Fuentes de soda	<b>V</b>		3	$\dashv$	20	)	8	80
Observaciones:	texto		1				Observacio	nes:	texto						
Agencias de	Viaje	0	Estableci	mientos r	egistrados		Age	ncias de	Viaje	Į.		Establ	ecimient	tos regist	rados
Mayoristas				0			Mayoristas			1	-		(	)	
Internacionales				0			Internacionales			ı	_		(	)	
Operadoras				0			Operadoras			[	_		(	)	
Observaciones:	texto						Observacio	nes:	texto						
Guía Local	Nac	ional Nacional Especializado	Cui	ltura	0	寸	Guia	Local	Nacio	onal	Nacio		Cult	tura	0
<b>0</b> 0	(	0 0	Ave	ntura	0			0	0		0		Avei	ntura	0
Observaciones:	texto					$\exists$	Observacio	nes:	texto						
5.2 Facilidades en el e	ntorno a	al atractivo	Ø												
Categoria (M)		Tipo (M)		Can	tidad	Cod	ordenadas	Ad	Iministrad	or	Accesibi		В	stado (l	J)
	Punto de	e Información	Ø		1	-4.1408	360,-79.429822	G/	AD Parroqui	ial	<b>3</b>	Т	<b>2</b>		
	I-Tur				0		0		texto						
a. De apoyo a la gestión turística	Centro d	de interpretación		1	0		0		texto	T					
₽	Centro d	de facilitación turística			0		0		texto						
	Centro d	de recepción de visitantes			0		0		texto	$\exists$					
	Garitas	de guardianía			0		0		texto			12			
b. De observación y	Miradore	es			0		0		texto				✓		
vigilancia	Torres d	e avistamiento de aves		1	0		0		texto						
Ø	Torres salvavida	de vigilancia para as	a 🗆	1	0		0		texto	1					
	Sendero			1	0		0		texto						
c. De recorrido y	Estacion	nes de sombra y descanso			0		0		texto						
descanso	Áreas de	e acampar		1	0		0		texto					v	
	Refugio	de alta montaña			0		0		texto						
	, to agre							_		$\rightarrow$		_		_	
90794500 stance		sanitarias	v		1	-4.1616	386,-79.472244		Privada					7	ш
d. De servicio	Baterías	2000-000-00-00-00-00-00-00-00-00-00-00-0	<b>1</b>		0	-4.1616	0		Privada texto	$\dashv$					
	Baterías	sanitarias		)		-4.1616								0.000	





Observaciones:	texto						
5.3 Complementarios	a la actividad turistic	a (M)					
	a. En el A	stractivo 🗆		b. En la c	iudad o	o poblado cercano	v
Alquiler y venta de especializado	e equipo	Venta de artesanías merchandising	у 🗆	Alquiler y venta de equipo especializado		Venta de artesanía merchandising	as y
Casa de cambio	☐ Cajero autom	ático 🗆 Otro		Casa de cambio	Cajero	automático 🗷	Otro 🗆
Especifique: texto				Especifique: texto			
Observaciones:	texto						
6. ESTADO DE CONSI	ERVACIÓN E INTEGI	RACIÓN ATRACTIVO / ENTORN	Ю		SI	☑ NO □	S/I 🗆
6.1 Atractivo (U)	☑						
a. Conservado	☑ b. Al	terado 🗆	c. En p	roceso de deterioro		d. Deteriorado	
Observaciones:	Se encuentra en un es	tado conservado, ya que es un lugar	privado.				
6.1.1 Factores de altera	ación y deterioro (M)						
6.1.1.1 Na	aturales (M)			6.1.1.2 Antrópicos / Antropogén	icos (M	)	
a. Erosión		Actividades agrícolas y ganaderas	v	b. Actividades forestales		c. Actividades extractivas /	minería 🗆
b. Humedad		d. Actividades industriales		e. Negligencia / abandono		f. Huaquearía	
c. Desastres naturales		g. Conflicto de tenencia		h. Condiciones de uso y exposición		i. Falta de mantenimiento	
d. Flora/Fauna		j. Contaminación del ambiente	☑	k. Generación de residuos	Ø	I. Expansión urbana	
e. Clima	Ø	m. Conflicto político / social		n. Desarrollo industrial / comercial		o. Vandalismo	
Otro		Especifique: texto					
Observaciones:	texto						
6.2 Entorno (U)	<b>2</b>						
a. Conservado	☑ b. Al	terado 🗆	c. En p	roceso de deterioro		d. Deteriorado	
Observaciones:	El entorno se encuentr	a conservado ya que es un barrio cor	n muy poca	as casas y por lo general mas viven o	lel camp	ю.	
6.2.1 Factores de altera	ación y deterioro (M)						
6.2.1.1 Na	aturales (M)			6.2.1.2 Antrópicos / Antropogén	icos (M	)	
a. Erosión		<ul> <li>a. Actividades agrícolas y ganaderas</li> </ul>	v	b. Actividades forestales		c. Actividades extractivas /	mineria 🗆
b. Humedad		d. Actividades industriales		e. Negligencia / abandono		f. Huaquearía	
c. Desastres naturales		g. Conflicto de tenencia		h. Condiciones de uso y exposición		i. Falta de mantenimiento	
d. Flora/Fauna		j. Contaminación del ambiente	v	k. Generación de residuos		I. Expansión urbana	
e. Clima	Ø	m. Conflicto político / social		n. Desarrollo industrial / comercial		o. Vandalismo	
Otro		Especifique: texto					51
Observaciones:	texto						
6.3. Declaratoria del e	spacio turistico asoc	iado al atractivo					
a. Declarante:	texto	b. Denominación:	texto	b. Fecha de declaración:	texto	c. Alcance:	texto
Observaciones:	texto						
7. HIGIENE Y SEGURI	DAD TURÍSTICA				SI	☑ NO □	s/I 🗆
7.1 Servicios Básicos		ø					
	a. En el a	tractivo 🖸		b. En la ciu	dad o p	ooblado mas cercano	o o
Agua:	v			Agua 🗹		Potable	
Especifique: La casa	de la finca si cuanta co	n agua potable.		Especifique: texto			
Energía eléctrica:	v			Energía eléctrica 🗵		Red eléctrica de servicio p	oúblico
Especifique: La casa	de la finca si cuanta co	n energia electrica		Especifique: texto			
Saneamiento:	v			Saneamiento:		Red pública	





Especifique:	Existe bateria hig	ienica.					Espec	ifique: texto						
Disposición de de	esechos 🗆					Di	sposic	ión de desechos [	2		Carro Re	colecto	r	
Especifique:	texto					1	Espec	ifique: texto						
Observacion	es: texto													
7.2 Señalética	en el atractivo		Ø											
								7.2.3. Materialidad				7	.2.4. Est	ado
7.2.1 Ambiente		7.2.2.	Tipo		a. Madera	b.Alumir	nio	c.Otro		Espe	ifique	В	R	М
	Pictograma de at	ractivos n	aturales		0	0		0		te	do			
	Pictograma de at	ractivos c	ulturales	- 35	0	0		0		te	do			
\$	Pictograma de ac	ctividades	turísticas		0	.0		0		te	do			
En áreas	Pictograma de se	ervicios de	е ароуо		0	0		0		te	do			
urbanas	Pictogramas de r	estricción			0	0		0		te	do			
	Tótems de atract	ivos turíst	icos		o	0		0		te	do			
ĺ	Tótems de sitio				0	0		0		te	do			
	Tótems direccion	ales		8	0	0		0		te	do			
	Pictograma de at	ractivos n	aturales		0	0		0		te	do			
*	Pictograma de at	ractivos c	culturales		0	0		0		te:	do			
	Pictograma de ad	ctividades	turísticas		0	0		0		te	do			
	Pictograma de se	ervicios de	е ароуо		0	0		0		te	do			
	Pictogramas de r	estricción	í		0	0		0		te	do			
En áreas	Señales turísticas	de aprox	ximación		0	0		0		te	do			
naturales	Paneles de direc	cionamier	nto hacia atractivo	5	0	0		0		te	do			
	Panel informativo	de atract	tivos		0	0		0		te	do			
	Panel informati atractivos, servici		direccionamiento	hacia	0	0		0		te	do			
Ť	Mesas interpretat	ivas			0	0		0		te	do			
	Tótem de sitio				0	0		0		te	do			
	Tótem de direcci	onamiento	o		0	0		0		te	do			
Letreros informativos	De información b	otánica			0	1		0		te	do			Ø
2	Normativos de co	onciencia	ción		0	0		0		te	do			
Señalética interna de seguridad	Protección de los	elemento	os del atractivo	8	0	0		0		te	do			
Otros 🗆						ti	exto							
Observacion	nes: Existe le	trero info	rmativo de la parc	ela demo	strativa de café.									
7.3 Salud (más	cercano) (M)		7											
		a. En	el atractivo					b. En	la ciud	ad o po	blado mas cerc	ano	<b>V</b>	
Hospital o Clínica				(	)	Но	spital	o Clínica				0		
Puesto / Centro d	e salud 🔲	_		(	)	Pu	esto /	Centro de salud		_		0		
Dispensario médi	co 🗆	Cantidad		(	)	Di	spensa	ario médico	Ø	Cantidad		1		
Botiquin de prime auxilios	ros 🗆	O		(	)		tiquín xilios	de primeros		O		0		
Otros				(	)	Ot	ros					0		
Observacion	nes: Se encu	entra un o	dispensario médic	o en el m	ismo barrio de la f	linca.								
7.4 Seguridad (	M)		Ø											
a. Privada				texto										
b. Policía nacion	nal		alle 🖸	UNIDAD	POLICIAL COMU	JNITARIA G	ONZA	NAMA						





c. Policía metropolitana	/ Municipa		Det	texto										
d. Otra				texto										
Observaciones:	La polcia a	cude esporadica	amente a	a este lugar	por la muy poca ca	ntida	d de personas qu	e viven e	n este barrio, e	s un	lugar tranq	uilo.		
7.5 Servicio de comun	icación de	uso público	(M)	E	]									
		a. En el atrac	ctivo	<b>2</b>				b. E	in la ciudad d	о ро	blado ma	s cercano	· 🗹	
Telefonía (M)		Conexió	ón a inte	ernet (M)			Telefonia (M)	2			Conexión	a internet	(M) 🗹	
Fija 🗆	Linea telef	ónica		Fibra óptic	a 🗆		Fija	<b>7</b>	Línea telefón	ica	☑ Fi	bra óptica		
Móvil 🗹	Satélite			Redes inal	ámbricas 🔲		Móvil	Z	Satélite	7	☑ R	edes inalán	nbricas	<b>V</b>
Satelital		Tel	efonía m	nóvil			Satelital				Telefonia	móvil		☑
Observaciones:	En el barrio	donde se encu	ientra la	finca solo e	xiste telefonia móvi									
Radio portátil (U)														
De uso exclusivo para	el visitante			De uso	exclusivo para co	muni	icación interna		De uso excl	usiv	o en caso	de emerg	encia	
Observaciones:	texto													
7.6 Multiamenzazas (N	<b>1</b> )													
Deslaves				Sismos	-		Erupcione	s volcánie	cas [	]	Ince	endios fore	stales	
Sequia			In	nundaciones	Ř		Ag	uajes		]		Tsunami		
¿Existe un plan de continç catástrofes?	gencia en ca		Institucio	ón que elab	ooró el te	nto	Nombri		tex	do	Ai	ño aboración:	de	0
Observaciones:	No existe u				lugar privado, por	posib			encargará de	mitig	10000		niento.	
8. POLÍTICAS Y REGU	LACIONES	S							S	ı	0	NO 🗆	S/I	Ø
a. ¿El GAD cuenta con el	Plan de Des	sarrollo Turístico	Territor	ial?		SI	□ NO				Año de	elaboraciór	n:	2016
b. ¿El atractivo se encuer	tra dentro d	e la planificaciór	n turistica	a territorial (	GAD'S)?			SI		0		E	specifique:	
texto					V—				016					
c. ¿Existen normativas qu	e se aplique	n para el desarr	ollo de la	a actividad t	urística en el atracti	vo?		SI		0	0	Е	specifique:	
texto														-
d. ¿Existen ordenanzas q	ue se apliqu	en para el desar	rollo de	la actividad	turistica en el atrac	tivo?	8	SI		0		E	specifique:	
texto														
Observaciones:	texto													
9. ACTIVIDADES QUE	SE PRAC	TICAN (U)							s	1	<b></b>	NO 🗆	S/I	
9.1 ATRACTIVOS NAT	URALES (	M) 🗵												
9.1.1 En el Agua (M)														
a. Buceo	□ b.	Kayak de mar		□ c.	Kayak lacustre		☐ d. Kaya	ak de Río			e. Surf			
f. Kite surf	□ g.	Rafting		☐ h.	. Snorkel		i. Tubin	g		1000	j. Regata			
k. Paseo en panga		Paseo en bote		Section 100	n. Paseo en lancha		n. Pase	eo en mot			o. Parasail	ing		
p. Esquí acuático	10.00e	Banana flotante	e	05860	Boya		acuatio	deportiv			Otro 🗆	-11110	texto	)
Observaciones:	texto			West .			500	10	24-25		-0.400			
9.1.2 En el Aire (M)														
a. Alas Delta	□ b.	Canopy		□ c.	Parapente		☐ d Otro					texto		
Observaciones:	texto													
9.1.3 En Superficie Ten		Ø												
a. Montañismo	10000	Escalada		c.	Senderismo		d. Ciclo	oturismo			e. Canyoni	ng		
f. Exploración de cuevas	п g.	Actividades		240	. Cabalgata		i. Cami		Ø		j. Camping	0,000		
k. Picnic		ecreativas Observación de una	flora y	1000	n. Observación de a	stros	- 0.00	*********		n 2			0.000	
Observaciones:	Id	BROOM	roturism		alidades que posee		K 0.290 R96009700		COLUMN					
9.2 ATRACTIVOS CUL														





	oles 🗆												
a. Recorridos guiados			b. Recorri	do autoguiados	ks			c. Visita	a tallere:	s artísticos			
h. Participación en talleres a	artísticos		d. Visita a	talleres artesar	nales			i. Partic	ipación e	n talleres arte	sanales		
e. Exposiciones temáticas p y eventuales	permanentes, tem	porales	f. Exhibit originales.	ción de pieza	s, muestras, o	bras, et	tc.,	i. Activi	dades viv	enciales y/o lu	údicas		
g. Presentaciones o represe	entaciones en vivo		h. Muestra	as audiovisuales	5			g. Foto	grafía				
j. Degustación de platos tra	dicionales		I. Participa	ación de la cele	bración			m. Con	npra de ai	tesanías			
n. Convivencia			o. Medicin	a ancestral				Otro			t	exto	
Observaciones: t	exto												
10. PROMOCIÓN Y COM	IERCIALIZACIÓ	N DEL ATRA	стіvо						SI	_ n	NO 🗵	S/I	
10.1. Medios de Promoc	ión del Atractiv	ro (M)											
¿Existe un plan de promo	oción turística ca	ntonal?		SI	□ <sub>NO</sub>	V	Espe	ecifique:	texto				
¿El Atractivo se encuentr	a incluido en el p	plan de promo	ción turísti	co cantonal?	SI		NO	Ø.					
Medio	Promocional			Dirección y	nombre de los	medios	promocio	onales		Period	dicidad	de la promo	ción
a. Página WEB			URL:			texto					Ni	nguna	
b. Red Social			Nombre:	texto							Ni	nguna	
c. Revistas Especializadas			Nombre:	texto							Ni	nguna	
d. Material POP			Nombre:	texto							Ni	nguna	
e. Oficina de Información Tu	urística		Nombre:	texto							Ni	nguna	
f. Medios de comunicación	(radio, tv, prensa)		Nombre:	texto							Ni	nguna	
g. Asistencia a ferias turístic	as		Nombre:	texto							Ni	nguna	
h. Otro			Nombre:	texto							Ni	nguna	
Observaciones: t	exto												
10.2. El atractivo forma	parte de una of	erta estableci	da (paque	te turístico)	SI		NO	☑	Espec	ifique: tex	do		
1000													
Observaciones: t	exto												
Observaciones: t  11. REGISTRO DE VISIT		JENCIA (M)							SI		vo 🗆	S/I	<b>2</b>
	ANTES Y AFLU								SI	- ·	NO 🗆	S/I	<b>.</b>
11. REGISTRO DE VISIT	ANTES Y AFLU	estadísticos		NO 🗹	Tipo: Digita		Papel			os de registro		<b>S/I</b>	<b>.</b>
11. REGISTRO DE VISIT	TANTES Y AFLU ta según datos gistro de visitantes	estadísticos ? SI	0	2000	Tipo: Digita		Papel		Añ			11100000	
11. REGISTRO DE VISIT 11.1. Frecuencia de visi a. ¿Posee un sistema de re	ta según datos gistro de visitantes stadísticas de visit	estadísticos ? SI		NO 🗹	***************************************				Añ			0	<b>3</b>
11.1. REGISTRO DE VISIT 11.1. Frecuencia de visi a. ¿Posee un sistema de re b. ¿Se genera reporte de es	ta según datos gistro de visitantes stadísticas de visit atractivo	estadísticos ? SI		NO 🗹	***************************************				Añ	os de registro		0	
11. REGISTRO DE VISIT 11.1. Frecuencia de visi a. ¿Posee un sistema de re b. ¿Se genera reporte de es c. Temporalidad de visita al	ANTES Y AFLU  ta según datos  gistro de visitantes  stadísticas de visit  atractivo	estadísticos ? SI		NO 🗹	NO 🗵				Añ	os de registro		0 nguna	
11. REGISTRO DE VISIT 11.1. Frecuencia de visi a. ¿Posee un sistema de re b. ¿Se genera reporte de es c. Temporalidad de visita al Alta (meses)	ta según datos gistro de visitantes stadísticas de visit atractivo	estadísticos ? SI		NO 🗹	NO 🗷				Añ			o nguna 0	
11. REGISTRO DE VISIT 11.1. Frecuencia de visi a. ¿Posee un sistema de re b. ¿Se genera reporte de et c. Temporalidad de visita al Alta (meses) Baja (meses)	ta según datos gistro de visitantes stadísticas de visit atractivo	estadísticos ? SI		NO 🗹	NO description to texto		recuencia		Añi	os de registro	Ni	o nguna 0	
11. REGISTRO DE VISIT 11.1. Frecuencia de visi a. ¿Posee un sistema de re b. ¿Se genera reporte de es c. Temporalidad de visita al Alta (meses) Baja (meses) d. Llegada de turistas	ta según datos gistro de visitantes stadísticas de visit atractivo	estadisticos §? SI a al atractivo?		NO ☑	NO description to the texto description to the	F	recuencia dranjero		Añi	Número de visitantes visitantes	Ni	O O	
11. REGISTRO DE VISIT 11.1. Frecuencia de visi a. ¿Posee un sistema de re b. ¿Se genera reporte de es c. Temporalidad de visita al Alta (meses) Baja (meses) d. Llegada de turistas	ta según datos gistro de visitantes stadísticas de visit atractivo	estadísticos s? SI a al atractivo?		NO	NO description to the texto description to the	F Turista ex	dranjero	de los rep	Añi	os de registro de visitantes en la companya de la c	Ni	0 0 Total A	
11. REGISTRO DE VISIT 11.1. Frecuencia de visi a. ¿Posee un sistema de re b. ¿Se genera reporte de es c. Temporalidad de visita al Alta (meses) Baja (meses) d. Llegada de turistas	ta según datos gistro de visitantes stadisticas de visitatrativo	estadísticos :? SI a al atractivo?		NO  SI  Total anual	texto texto	F Turista ex	dranjero	de los rep	Añi	os de registro	Ni	0 0 Total A	
11. REGISTRO DE VISIT 11.1. Frecuencia de visi a. ¿Posee un sistema de re b. ¿Se genera reporte de es c. Temporalidad de visita al Alta (meses) Baja (meses) d. Llegada de turistas  Turista nacior Ciudades de origen	ta según datos gistro de visitantes stadísticas de visit atractivo	estadísticos  i? SI  a al atractivo?  Llegadas mer		NO I	texto texto	F Turista ex	dranjero	de los rep	Añi	os de registro op o opunity op o op o opunity op o op o opunity op o op o op o opunity op o op	Ni	0 0 Total A 0 0	
11. REGISTRO DE VISIT 11.1. Frecuencia de visi a. ¿Posee un sistema de re b. ¿Se genera reporte de es c. Temporalidad de visita al Alta (meses) Baja (meses) d. Liegada de turistas	ta según datos gistro de visitantes stadisticas de visitantes atractivo	estadísticos  ?? SI  a al atractivo?  Llegadas merr		NO I	texto texto	F Turista ex	dranjero	de los rep	Añi	os de registro op o opunity op o op o opunity op o op o opunity op o op o op o opunity op o op	Ni	0 0 Total A 0 0	
11. REGISTRO DE VISIT 11.1. Frecuencia de visit a. ¿Posee un sistema de re b. ¿Se genera reporte de es c. Temporalidad de visita al Alta (meses) Baja (meses) d. Llegada de turistas  Turista nacior  Ciudades de origen  Observaciones:	ta según datos gistro de visitantes stadisticas de visit atractivo	estadísticos  ?? SI  a al atractivo?  Llegadas merr		NO 2 Si	texto texto	F  urista ex	dranjero	de los rep	Añi	os de registro  po p	Ni	0 0 Total A 0 0	
11. REGISTRO DE VISIT 11.1. Frecuencia de visi a. ¿Posee un sistema de re b. ¿Se genera reporte de es c. Temporalidad de visita al Alta (meses) Baja (meses) d. Liegada de turistas  Turista nacior  Ciudades de origen  Observaciones:	ta según datos gistro de visitantes stadisticas de visit atractivo	estadisticos  SI  SI  a al atractivo?  Llegadas merr  0  0  antes clave	isuales .	NO 2 Si	texto texto	F  urista ex	dranjero	de los rep	Añortes:	os de registro  po p	Nii	0 0 Total A 0 0	
11. REGISTRO DE VISIT 11.1. Frecuencia de visi a. ¿Posee un sistema de re b. ¿Se genera reporte de es c. Temporalidad de visita al Alta (meses) Baja (meses) d. Liegada de turistas  Turista nacior  Ciudades de origen  Observaciones:	ta según datos gistro de visitantes stadisticas de visit atractivo	estadísticos  ? SI  a al atractivo?  Llegadas mer  0  0  anantes clave	José Jin	NO I	texto texto	F  urista ex  origen	dranjero	de los rep	Añortes: Llege	os de registro	Nii	O O O O O O O O O O O O O O O O O O O	







## FICHA N°9: Finca del Señor Hernel Cueva





			FI	CHA PA	ARA EL	LEVAN	TAMIENTO Y JE	ERARQI	JIZACIÓ	N DE A	TRACTI	VOS TURÍSTIC	os				
			1	1	0	7	5 3	M	С	0	3	0 5	0	2	0	0	9
Código	del atractivo	C.	Prov	rincia	Car	ntón	Parroquia	Cate	goría	Tij	ро	Subtipo	Jera	rquia		Atractivo	,
1. DATOS G	ENERALES																
-							1.1 Nombre d	lel Atrac	tivo Tu	istico							
						F	INCA DEL SE	ÑOR H	ERNEL	CUEV	Ά						
	1.2 (	Catego	ría			*		1.3 Tipo	)			li di	1.	4 Subti	00		
MAI	NIFESTACIO	ONES_	CULTUF	RALES		RE	ALIZACIONES_1	TÉCNIC/	AS_Y_C	ENTÍFIC	CAS	CENTROS	AGROP	ECUAR	OS Y PI	ESQUER	ROS
2. UBICACIÓ	ON DEL ATR	ACTIV	0														
-	2.1 F	Provin	cia				2	.2 Canto	ón				2.3	Parroq	uia		
<u></u>		LOJA					GC	ONZANA	MA				N/	MBACC	LA		
	2.4 Barrio, S	Sector	o Comu	ına			2.5 Calle Pri	ncipal			2.6 N	úmero		2.7	Transve	ersal	
	POTE	RERILL	os				S/I				s	/N			S/I		
2	2.8 Latitud (g	grados	decima	les)		;	2.9 Longitud (gr	ados de	cimales	)	Click		2.10	Altura (n	nsnm)		
	-4.	16128	2				-3	79.4728	13					1.628			
2.11 Informa	ición del adr	ministr	ador														
a. Tipo de Administrador: PRIVADA b. Nombre de la Institución: S/I																	
c. Nombre del Administrador: Hernel Cueva d. Cargo que ocupa: Dueño de la Finca																	
c. Nombre del Administrador: Hernel Cueva d. Cargo que ocupa: Dueño de la Finca e. Teléfono / Celular: 0981689590 f. Correo Electrónico: S/I																	
Observac	e. Teléfono / Celular: 0981689590 f. Correo Electrónico: S/I  Observaciones: Para acceder a la finca y para ver la demostración de la producción a base de caña se debe comunicar con el dueño de la finca.																
3. CARACTE	ERISTICAS D	DEL A	TRACTIV	vo													
3.1 Caracter	ísticas clima	atológi	icas		<b>2</b>												
a. Clima:	Tropica	al, Subt	ropical, T	Temperad	lo y frio s	ub teme	orado b. Te	mperatur	a(°C):	2	1	c. Precipitae	ción Pluvio	métrica (	mm):	50	00
3.2 Línea de	producto al	l que p	ertenec	e el atra	ictivo (L	J)	<b>2</b>										
	a. Cult	ura					b. Nat	uraleza			Ø		c. Av	entura			
3.3 Escenari	io donde se	localiz	a el atra	activo tu	ırístico		<b>2</b>										
a. Pristino			b. Pri	mitivo			c. Rústico Na	atural			d. F	Rural 🗹		e. Ui	bano		
3.4 Ingreso a	al atractivo (	(U)		[	2												
		b. I	Horario d	de Atend	ión						c. Ate	ención					
a. Tipo de	Ingreso	Ingr	reso	Sa	lida	Тс	dos los días	Fine	s de sem feriados	ana y	Sole	o días hábiles	0	tro	E	Especifica	ır
Libre		0:	00	0:	00								1	0		texto	
Restringido	Ø	8:	00	17	:00							2				texto	
Pagado		0:	00	0:	00								- 1	0		texto	
d. Maneja un	sistema de i	reserva	as:		f. For	ma de	Efectivo		Din Electr	ero ónico		Depósito Bancario		Tarj	eta de D	ébito	
e. Precio:	Desde	0,00	Hasta	0,00	Pa	go:	Tarjeta de Créd	lito		Transfe	rencia E	Bancaria		Cheque			
g. Meses rec	omendables	de visi	ita:								S/I						
Observac	ciones: S	Se pued renta en	e ir previ el merca	ia anticipa ado de G	ación por onzanam	que la ca iá.	nña de azúcar se l	a trae de	sector	e Guand	ulanga p	ara la preparacio	n y demo	stración e	le produc	ctos que s	aca a la
4. ACCESIBI	ILIDAD Y CO	DNECT	TVIDAD	AL ATR	ACTIV	0						SI	Ø	NO		S/I	
a. Nombre de	e la ciudad o	poblac	to más c	cercano	(Que pre	esente c	ondiciones mínir	nas de s	ervicios				G	onzanan	ná		
<ul> <li>b. Distancia poblado más</li> </ul>		idad o	12	km	c. Ti desplaza	empo amiento e	estimado de en auto:	0:20	h/min		denadas lecimales	s (grados ): Lat.:	-3.9	8333	Long.:	-79	.35
Observac		a acces	ibilidad a l	la finca de	pende mu	cho de la:	s condiciones climati	icas.									
4.2 Vias de A	Acceso (M)			Ø													
				Tipo o	de vía		Coordenada d	e inicio	Coor	denada (	de fin	Distancia (km	) Tipo	de mat	erial	Esta	ado
. T.	t (8.0)		a. Prime	er orden		Ø	-4.1349,-79	269	-4.1	128,-79.2	840	5km	A	SFALTA	00	Bue	eno





b. Segundo					n 🗹	-4.1	1128,79	.2840	-4.1	6168,-79.	47224	7km	1	ASFALTA	ADO	Re	egular
			c. Tercer	orden			0			0		0		0			
Observacio	nes:	7.											*			10-	
		Mar	ítimo		Puerto / Muelle de partida	te	xto					o / Muelle de Llegada	t	exto			
b. Acuático (U)		Lac	ustre		Puerto / Muelle de partida	te:	xto	Estado				o / Muelle de Llegada	t	exto	Estado		
		Flu	ıvial		Puerto / Muelle de partida	te	xto					o / Muelle de Llegada	t	exto			
Observacio	nes:	texto															
c. Aéreo (U)					Naci	onal:						Internacional:					
Observacio	nes:	texto															
4.3 Servicio de	transp	orte (M)	i	Ø	t .												
a. Bus		b. Buset	ta	Ø	c. Transporte 4x4		Ø	d. Taxi				e. Moto taxi		f. Telef	férico		
g. Lancha		h. Bote			i. Barco			j. Canoa				k. Avión		I. Avior	neta		
m. Helicóptero		n. Otro		v	Especifique												
Observacio	nes:	Ranche	ras, Camio	netas													
4.3.1 Detalle de	transp	orte had	cia el atra	ctivo (	M)												
								c. Fred	cuencia								
a. Nombre de presta el servicio	la coop	oerativa d	asociacio	ón que	b. Estación / te	rminal	Diaria	Semanal	Mensual	Eventual		d. Detalli	e (Trasla	ado orige	n / destin	0)	
COOPERATIVA	DE TRA	NS. 30 D	E SEPTIE	MBRE	GONZANAMÁ					Ø	GONZA	NAMÁ/NAMBAC	OLA				
TRANSPORTE	MIXTO N	IAMBACO	OLA S.A.		NAMBACOLA		Ø			Ø	NAMBA	COLA					
texto					texto						texto						
texto					texto						texto						
texto					texto						texto						
4.4 Condicione	s de ac	cesibilio	dad del at	ractiv	turístico al me	dio físic	co para	persona	s con	discapac	idad (M	0	Ø				
General	Ø		oacidad sica		Discapacidad Visual			pacidad iditiva		Discap	oacidad l	ntelectual o Psic	cosocia			No es esible	
Observacio	nes:	texto															
4.5 Señalizació	n																
a. Señalización d	e aproxi	mación al	atractivo		□ Estad	do (U)	В	ueno			Reg	ular 🗆			Malo		
Observacio	nes:	No exist	te señalizad	ción de	aproximación a la	finca.											
5. PLANTA TU	RÍSTIC	A / COM	PLEMEN	TARIO	s							SI	Ø	NO		S/I	
5.1 Planta turis	tica (M	)															
			a. En	el Atra	ctivo 🗆						b.	En la ciudad o	pobla	do cerca	ano	Ø	
Alojamier	ito			olecimie		ero de iciones		nero de lazas	,	Alojamiei	nto		cimiento		nero de itaciones		nero de lazas





	_												
Hotel		0	1	0	0	Hotel		Ø	4	191		3-	49
Hostal		0	10	0	0	Hostal	1	Ø.	5	99		1	35
Hostería		0	10	0	0	Hosteria		Ø.	7	91		1	81
Hacienda Turística		0	- 10	0	0	Hacienda Turístic	a	0	0	.0			0
Lodge		0	10	0	0	Lodge			0	0			0
Resort		0	10	0	0	Resort		_	0	0			0
Refugio		0	10	0	0	Refugio			0	0			0
Campamento Turístico		0		0	0	Campamento Tu	rístico	_	0	0			0
Casa de Huéspedes		0		0	0	Casa de Huéspe	des	_	0	0			0
Observaciones:	texto					Observacio	nes:	texto					
Alimentos y bebidas		Establecimientos registrados		ero de sas	Número de Plazas	Alimentos y bebidas	☑	Establecimie registrade		Número Mesa			ero de izas
Restaurantes		0	T	0	0	Restaurantes	2	26		255			20
Cafeterias		0	- 0	0	0	Cafeterias	☑	1		7		2	28
Bares	_	0		0	0	Bares		0		0			0
Fuentes de soda		0	19	0	0	Fuentes de soda	☑	3		20		8	0
Observaciones:	texto					Observacio	nes:	texto					
Agencias de	Viaje		Establecii	mientos reg	jistrados	Age	ncias de	Viaje		Estable	cimient	tos regist	rados
Mayoristas				0		Mayoristas			_		C	)	
Internacionales				0		Internacionales					C	)	
Operadoras				0		Operadoras					C	)	
Observaciones:	texto				-	Observacio	nes:	texto					
Guía Local	Nac	ional Nacional Especializado	Cul	ltura	0	Guia	Local	Nacional	Nacion Especiali:		Cult	tura	0
<b>0</b> 0	(	0 0	Ave	ntura	0		0	0	0		Aver	ntura	0
Observaciones:	texto					Observacio	nes:	texto					
5.2 Facilidades en el e	ntorno a	al atractivo	Ø										
Categoría (M)		Tipo (M)		Cantio	iad C	oordenadas	Ad	ministrador	Accesibil		В	stado (l	J) M
	Punto de	e Información	2	-1	-4.14	0860,-79.429822	G/	D Parroquial			<b>3</b>		
	I-Tur			0		0		texto					
a. De apoyo a la gestión turística	Centro d	de interpretación		0		0		texto					
☑	Centro o	de facilitación turística		0		0		texto					
	Centro o	de recepción de visitantes		0		0		texto					
	Garitas	de guardianía		0		0		texto					
h Do oboif-	Miradore	es .		0		0		texto			Ø		
<ul> <li>b. De observación y vigilancia</li> </ul>	Torres d	e avistamiento de aves		0		0		texto					
	Torres salvavid	de vigilancia para		0		0		texto					
	Sendero			0		0		texto					
o Do roccerido	Estacion	nes de sombra y descanso		0		0		texto					
c. De recorrido y descanso	Áreas de	e acampar		0		0		texto					
		de alta montaña		0		0	2	texto					
	Baterías	sanitarias	<b>2</b>	1	-4.16	1282,-79.472813		Privada		+	п	Ø	
d. De servicio	Estacion	namientos		0		0		texto		+			
e. Otros				0		0		texto		+			
	1					700.0						_	-





Observaciones:	texto										
5.3 Complementarios	a la acti	vidad turística (	M)	Ø.							
*		a. En el Atra	ctivo 🗆			b. En la	ciudad o	poblado ce	rcano	✓	
Alquiler y venta d especializado	e equipo		Venta de merchandising	artesanías	у 🗆	Alquiler y venta de equip especializado	° 🗆	Venta de merchandisin		nías	y 🗵
Casa de cambio		Cajero automátic		Otro		Casa de cambio	Cajero	automático	<b>2</b>	Otro	
Especifique: texto						Especifique: texto					
Observaciones:	texto				,						
6. ESTADO DE CONS	ERVACIO	ÓN E INTEGRAC	CIÓN ATRACTI	VO / ENTORNO	0		SI	☑ N	0 🗆	S/I	
6.1 Atractivo (U)	<b>2</b>										
a. Conservado	Ø	b. Altera	do		c. En p	roceso de deterioro		d. Deteriorad	0		
Observaciones:	Se encu	entra en un estado	o conservado, ya	que es un lugar i	privado.						
6.1.1 Factores de alter	ación y d	eterioro (M)									
6.1.1.1 N	aturales (	M)				6.1.1.2 Antrópicos / Antropogé	nicos (M)	)		-	
a. Erosión			a. Actividades aç ganaderas	gricolas y	Ø	b. Actividades forestales		c. Actividade:	s extractivas	/ minería	a 🗆
b. Humedad			d. Actividades in	dustriales		e. Negligencia / abandono		f. Huaquearia	1		
c. Desastres naturales			g. Conflicto de te	enencia		h. Condiciones de uso y exposición		i. Falta de ma	antenimiento	,	
d. Flora/Fauna			j. Contaminación	del ambiente	Ø	k. Generación de residuos	v	I. Expansión	urbana		
e. Clima		<b>2</b>	m. Conflicto polít	tico / social		n. Desarrollo industrial / comercial		o. Vandalism	0		
Otro			Especifique:	texto							
Observaciones:	texto										
6.2 Entorno (U)	⊿										
a. Conservado	Ø	b. Altera	do		c. En p	roceso de deterioro		d. Deteriorad	0		
Observaciones:	El enton	no se encuentra co	onservado ya que	es un barrio con	muy poca	s casas y por lo general mas viven	del camp	0.			
6.2.1 Factores de alter	ación y d	eterioro (M)									
6.2.1.1 N	laturales (	(M)				6.2.1.2 Antrópicos / Antropogé	nicos (M)	)			
a. Erosión			a. Actividades aç ganaderas	pricolas y	7	b. Actividades forestales		c. Actividade:	s extractivas	/ minería	a 🗆
b. Humedad			d. Actividades in	dustriales		e. Negligencia / abandono		f. Huaquearia	a		
c. Desastres naturales		П	g. Conflicto de te	nencia		h. Condiciones de uso y exposición		i. Falta de ma	antenimiento	)	
d. Flora/Fauna		П	j. Contaminación	del ambiente	Ø	k. Generación de residuos		I. Expansión	urbana		
e. Clima		<b>2</b>	m. Conflicto polít	tico / social		n. Desarrollo industrial / comercial		o. Vandalism	0		
Otro			Especifique:	texto							
Observaciones:	texto										
6.3. Declaratoria del e	espacio t	uristico asociad	lo al atractivo								
a. Declarante:	71.9	texto	b. Denomina	ición:	texto	b. Fecha de declaración:	texto	С	. Alcance:	t	exto
Observaciones:	texto										
7. HIGIENE Y SEGUR	IDAD TU	RÍSTICA					SI	☑ N	0 🗆	S/I	
7.1 Servicios Básicos	;		<b>2</b>								
		a. En el atra	ctivo 🖸			b. En la cio	ıdad o p	oblado mas	cercano	v	
Agua:	<b>2</b>					Agua 🖸			Potable		
Especifique: La cas	a de la fino	ca si cuanta con aç	gua potable.			Especifique: texto					
Energía eléctrica:	Ø					Energía eléctrica ☑		Red eléctric	a de servici	o público	
Especifique: La cas	a de la fino	ca si cuanta con er	nergia electrica			Especifique: texto					
Saneamiento:	Ø					Saneamiento:		R	ed pública		





Especifique:	Existe bateria hig	ienica.					T	Espec	ifique: texto						
Disposición de d	esechos 🗆							Disposio	ión de desechos [	2		Carro R	ecolecto	or	
Especifique:	texto							Espec	ifique: texto						
Observacion	nes: texto														
7.2 Señalética	en el atractivo														
		-2.20			Î			7	7.2.3. Materialidad				7	7.2.4. Est	ado
7.2.1 Ambiente		7.2.2	. Tipo			a. Madera	b.Alum	ninio	c.Otro		Especifiq	ue	В	R	М
	Pictograma de at	ractivos r	naturales			0	0		0		texto				
	Pictograma de at	ractivos o	culturales			0	0		0		texto	1			
	Pictograma de ac	ctividades	turística	is	35	0	0		0		texto				
En áreas	Pictograma de se	ervicios de	e apoyo			0	0		0		texto				
urbanas	Pictogramas de r	estricción	1			0	0		0		texto	1			
	Tótems de atract	ivos turíst	ticos			0	0		0		texto				
	Tótems de sitio					0	0		Ö		texto				
	Tótems direccion	ales				0	0		0		texto	l			
	Pictograma de at	ractivos r	naturales			0	0		0		texto				
	Pictograma de at	ractivos o	culturales			0	0		0		texto				
	Pictograma de ac	ctividades	turistica	is		0	0		0		texto	1			
	Pictograma de se	ervicios de	e apoyo			0	0		0		texto	<b>X</b>			
	Pictogramas de r	estricción	1			0	0		0		texto				
En áreas	Señales turísticas	de apro	ximación			0	0		0		texto				
naturales	Paneles de direct	cionamier	nto hacia	atractivo	s	0	0		0		texto				
	Panel informativo	de atrac	tivos			0	0		0		texto				
	Panel informati atractivos, servici	vo de os y activ	direccio vidades	onamiento	hacia	0	0		0		texto				
	Mesas interpretat	ivas				0	0		0		texto				
	Tótem de sitio					0	0		0		texto				
	Tótem de direccio	onamient	0		Ų.	0	0		0		texto				
Letreros informativos	De información b	otánica				0	0		0		texto				
	Normativos de co	nciencia	ción			0	0		0		texto				
Señalética interna de seguridad	Protección de los	element	os del at	ractivo		0	0		0		texto				
Otros 🗆					- 50			texto							
Observacion	nes: Existe le	trero info	mativo (	o alguna s	señal para	acceder a la fino	ca ni a la m	olienda.							
7.3 Salud (más	cercano) (M)		Ø												
		a. Er	n el atra	ctivo					b. En	la ciud	lad o pobla	ado mas cer	cano	Ø	
Hospital o Clinica					(	)	F	Hospital	o Clínica				0		
Puesto / Centro d	le salud	_			(	1	F	Puesto /	Centro de salud		_		0		
Dispensario médi	ico 🗆	Cantidad			(	)	c	Dispensa	ario médico	Ø	Cantidad		1		
Botiquín de prime auxilios	eros 🗆	O			(		E	Botiquín Iuxilios	de primeros		0		0		
Otros		,		(	)	c	Otros					0			
Observacion	nes: Se encu	entra un	dispensa	rio médic	o en el m	ismo barrio de la l	finca.								
7.4 Seguridad	(M)		Ø												
a. Privada					texto										
b. Policía nacio	nal	e e	UNIDAD	POLICIAL COM	UNITARIA	GONZA	NAMA								





c. Policía metropolitan	c. Policía metropolitana / Municipal																
d. Otra					texto												
Observaciones:	La	polcia acude e	esporadic	amente a	este lug	gar por la muy poca	cantida	d de person	nas que	e viven er	este barri	io, es ur	n lugar tra	nquilo.			
7.5 Servicio de comu	ınica	ción de uso	público	(M)		7											
		a. Eı	n el atra	ctivo	Ø					b. E	n la ciud	ad o p	oblado r	nas cei	rcano	Ø	
Telefonia (M)			Conexio	ón a inte	met (M)	) [	)	Telefonía	a (M)	Ø			Conexi	ón a int	emet (M	) 🗵	
Fija 🗆	Líı	nea telefónica			Fibra óp	otica [	]	Fija		<b>V</b>	Linea tele	efónica	<b>4</b>	Fibra ó	ptica		
Móvil 🖸	Sa	télite			Redes i	inalámbricas [	3	Móvil		<b>J</b>	Satélite		Ø	Redes	inalámbr	icas	<b>y</b>
Satelital			Tel	lefonía m	óvil		]	Satelital					Telefon	ia móvil	y.		V
Observaciones:	Er	el barrio dond	e se encu	uentra la f	inca solo	o existe telefonia mó	vil.										
Radio portátil (U)		]															
De uso exclusivo para	a el v	isitante			De us	so exclusivo para o	comun	icación inte	ema		De uso e	exclusiv	vo en ca:	so de e	mergen	cia	
Observaciones:	te	do															
7.6 Multiamenzazas	(M)																
Deslaves					Sismos	ii.		Erup	ocione	s volcánic	as		1	ncendio	s forestal	les	
Sequia				Inc	undacion	nes			Agu	uajes				Tsi	unami		
¿Existe un plan de conti catástrofes?	ingen	cia en caso de		Institució		elaboró el	texto		ocume			texto		Año elabora	di ición:	е	0
Observaciones:	No	existe un plan	de contir			s un lugar privado, po	or posib	-			encargará	de miti	gar cualq			nto.	
8. POLÍTICAS Y REG	ULA	CIONES										SI		NO		S/I	Ø.
a. ¿El GAD cuenta con	el Pla	n de Desarrollo	Turístico	o Territori	al?		SI		NO				Año	de elabo	ración:	2	016
b. ¿El atractivo se encue	entra	dentro de la pla	anificació	n turistica	territoria	al (GAD'S)?				SI		NO			Espe	ecifique:	
texto																	-
c. ¿Existen normativas o	que se	apliquen para	el desan	rollo de la	activida	nd turística en el atra	ctivo?			SI		NO			Espe	ecifique:	
texto																	
d. ¿Existen ordenanzas	que s	e apliquen par	a el desa	rrollo de la	a activida	ad turística en el atra	activo?			SI		NO			Espe	ecifique:	
texto					<u> </u>											9/	
Observaciones:	te	do															
9. ACTIVIDADES QU	E SE	PRACTICAN	N (U)									SI	<b>V</b>	NO		S/I	
9.1 ATRACTIVOS NA	TUR	ALES (M)	<b>2</b>														
9.1.1 En el Agua (M)																	
a. Buceo	_	b. Kayal	k de mar			c. Kayak lacustre		□ d.	. Kaya	k de Río	-		e. Surf				
f. Kite surf		10 40				h. Snorkel		and the second	Tubing				j. Regat	a			
k. Paseo en panga		I. Paseo				m. Paseo en lanch	a	п п.	. Pase	o en moto	1		o. Paras				
p. Esqui acuático			na flotant			r. Boya		ac	cuática Pesa	deportiva	-	0	Otro	1500		texto	
Observaciones:	tes	230000	0.000 (0.000)	3290		2001000-00			100700000	30.70.5.107.0000						5021676	
9.1.2 En el Aire (M)																	
a. Alas Delta	0		DV			c. Parapente		□ d	Otro		0			to	exto		
Observaciones:	te	(A)	.,														
9.1.3 En Superficie Te	75	200000	V														
a. Montañismo		□ b. Escal				c. Senderismo		□ d.	. Ciclo	turismo			e. Cany	oning			
f. Exploración de cueva		g. Activi	dades		<u></u>	h. Cabalgata		NO 1000 1004	Camir	27.0000000000		<u> </u>	j. Camp				
k. Picnic		I. Obser	ivas vación de	flora y	<b>☑</b>	m. Observación de	astros		. Otro				, - m./p				
Observaciones:	2000	idulid	ollar el an	roturismo		cualidades que pose					_						
9.2 ATRACTIVOS CU				, and the for	,												
	-		0.5														

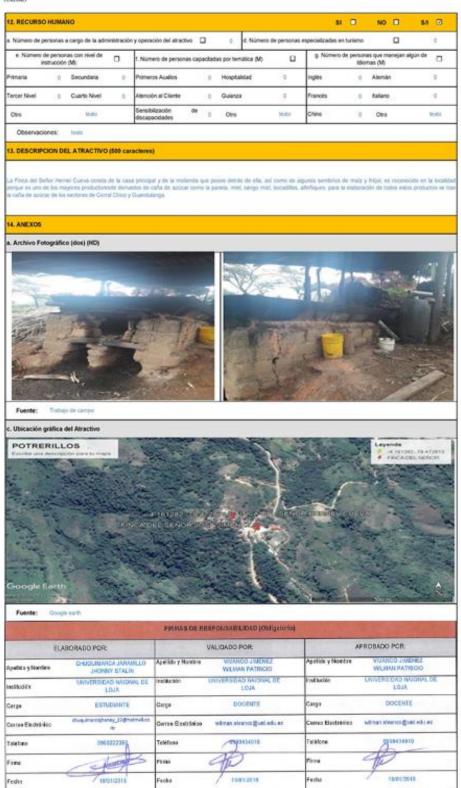




9.2.1 Tangibles e intang	gibles [	1														
a. Recorridos guiados				b. Recom	ido autoguiado	s				c. Visita	a tallere:	s artístico	s			
h. Participación en talleres	artísticos			d. Visita a	talleres artesa	anales				i. Partic	ipación e	n talleres	artesana	iles		
e. Exposiciones temáticas y eventuales	permanen	tes, tempo	orales	f. Exhibit	ción de pieza	as, mues	tras, ob	ras, et	lc., 🔲	i. Activi	dades viv	enciales y	/o lúdica	ıs		
g. Presentaciones o repre-	sentaciones	en vivo		h. Muestr	as audiovisuale	es				g. Foto	grafía					
j. Degustación de platos tr	radicionales			I. Particip	ación de la cele	ebración				m. Con	npra de ai	tesanías				
n. Convivencia				o. Medicii	na ancestral					Otro				texto		
Observaciones:	texto															
10. PROMOCIÓN Y CO	MERCIAL	IZACIÓN	DEL ATRA	стіvо							SI		NO	Ø	S/I	
10.1. Medios de Promo	oción del A	Atractivo	(M)													
¿Existe un plan de pron	noción turí:	stica can	tonal?		SI		NO	7	Esp	ecifique:	texto					
¿El Atractivo se encuen	ntra incluide	o en el pl	an de promo	ción turísti	ico cantonal?	8	SI		NO	Ø						
Medic	o Promocio	onal			Dirección	y nombre	de los r	nedios	promoci	onales		Pe	eriodicid	ad de la p	oromoc	ión
a. Página WEB				URL:			ŧ	exto						Ninguna		
b. Red Social				Nombre:	texto									Ninguna		
c. Revistas Especializadas	s			Nombre:	texto									Ninguna		
d. Material POP				Nombre:	texto									Ninguna		
e. Oficina de Información	Turística			Nombre:	texto									Ninguna		
f. Medios de comunicación	n (radio, tv,	prensa)		Nombre:	texto									Ninguna		
g. Asistencia a ferias turist	ticas			Nombre:	texto									Ninguna		
h. Otro				Nombre:	texto									Ninguna		
Observaciones:	texto			•												
10.2. El atractivo forma	a parte de	una ofe	ta estableci	da (paque	ete turístico)		SI		NO	V	Espec	ifique:	texto			
Observaciones:	texto															
11. REGISTRO DE VIS	ITANTES	Y AFLUE	NCIA (M)								SI		NO		S/I	<b>2</b>
11.1. Frecuencia de vis	sita según	datos e	stadísticos													
a. ¿Posee un sistema de r	registro de v	risitantes?	SI		NO 🗹	Tipo:	Digital		Papel		Añ	os de reg	istro		0	
b. ¿Se genera reporte de	estadísticas	de visita	al atractivo?		sı 🗆	NO	Ø	Fi	recuencia	de los rep	ortes:			Ninguna		
c. Temporalidad de visita a	al atractivo															
Alta (meses)		ifique				texto						no de ntes		0	ii.	
Baja (meses)		Especifique				texto						Número de visitantes		0	13	
d. Llegada de turistas																
☐ Turista naci	onal		Llegadas mer	suales	Total anual		Tu	urista ex	dranjero		Llega	das men	suales	т	otal Anu	ıal
	texto	1	0		0					texto		0			0	
Ciudades de origen	texto	)	0		0	Pa	ises de d	origen		texto		0			0	
	2000		0		0					texto		0			0	
	texto															
Observaciones:	texto															
Observaciones:	texto	informa	ntes clave		2											
	texto sita según	informa	ntes clave	Hernel (	120			Co	ontactos:			01	9816895	90		
11.2. Frecuencia de vis	texto sita según			Hernel (	120			Co	- 1000000000000000000000000000000000000	nda según	frecuenci			90		
11.2. Frecuencia de vis	texto sita según Clave:	gûn días	de visita		Cueva	manente			- 1000000000000000000000000000000000000	nda según ☑				10000	tente	







# FICHA N°10: Artesanías de Gonzanamá





			F	ICHA P	ARA EL	LEVAN	TAMIENTO Y JE	RARQI	JIZACIÓ	N DE AT	TRACTI	VOS TUF	RÍSTICC	s				
			1	1	0	7	5 0	M	С	0	2	0	3	0	2	0	0	10
Código	del atractiv	0:	Prov	/incia	Ca	ntón	Parroquia	Cate	goría	Ti	ро	Sub	tipo	Jera	rquía		Atractive	0
1. DATOS G	SENERALES	3														id.		
							1.1 Nombre d	el Atrac	tivo Tu	rístico								
							ARTESANIA	S DE G	SONZA	NAMÁ								
	1.2	Catego	oría					1.3 Tipo	,					1	.4 Subtip	00		
MA	ANIFESTACI	ONES_	CULTUF	RALES			ACERVO_CU	LTURAL	_Y_POI	PULAR	1			ARTES	ANÍAS Y	ARTES	3	
2. UBICACIO	ÓN DEL ATI	RACTIV	0									_						
	2.1	Provin	cia				2	.2 Canto	ón					2.3	3 Parroq	uia		
	0-400	LOJA					GC	NZANA	MA					GC	ONZANA	MA.		
	2.4 Barrio,	Sector	o Comu	ına			2.5 Calle Pri	ncipal			2.6 N	úmero			2.7	Transv	ersal	
	GO	NZANA	MÁ				10 DE AGO	STO			s	/N				S/I		
	2.8 Latitud (	grados	decima	ıles)			2.9 Longitud (gr	ados de	ecimales	5)	Click			2.10	Altura (n	nsnm)		
	-4	4.23039	4				-27	79.43650	09						2.052			
2.11 Informa	ación del ac	lminist	rador															
a. Tipo de Ad	dministrador				PUE	LICO		b. Nom	bre de la	Instituc	ión:	S/I						
c. Nombre d	el Administra	ador:	S/I					d. Carg	o que o	cupa:		S/I						
e. Teléfono /	/ Celular:				(+;	593)		f. Corre	o Electr	ónico:		texto						
Observa	iciones:	texto																
3. CARACTI	ERISTICAS	DEL A	RACTI	vo														
3.1 Caracter	rísticas clim	natológ	icas		2													
a. Clima:				Templade	0		b. Te	mperatur	ra(°C):	1	8	c. Pro	ecipitacio	ón Pluvio	métrica (	mm):	900 a	a 1200
3.2 Linea de	e producto a	al que p	ertenec	e el atra	activo (l	J)	Ø											
	a. Cu	ltura			2		b. Nat	uraleza						c. Av	entura			
3.3 Escenar	rio donde se	localiz	a el atra	activo tu	ırístico		<b>2</b>											
a. Prístino			b. Pri	mitivo			c. Rústico Na	tural			d. F	Rural			e. Ur	bano	•	
3.4 Ingreso	al atractivo	(U)		E	2													
		b.	Horario d	de Atenc	ción						c. Ate	ención						
a. Tipo de	e ingreso	Ing	reso	Sa	lida	То	dos los días	Fine	s de sem feriados		Sole	o días hát	iles	0	tro	- 1	Especific	ar
Libre	2	8:	00	19	:00		2										texto	
Restringido		0:	00	0:	00												texto	
Pagado		0:	00	0:	00												texto	
d. Maneja ur	n sistema de	reserva	as:		f. For	ma de	Efectivo			nero rónico		Depo Band			Tarje	eta de D	ébito	
e. Precio:	Desde	0,00	Hasta	0,00		igo:	Tarjeta de Créd	ito		Transfe	rencia E	Bancaria			Cheque	,		
g. Meses red	comendables	s de visi	ta:								texto							
Observa	iciones:	texto																
4. ACCESIB	BILIDAD Y C	ONECT	IVIDAD	AL ATR	ACTIVO	0							SI	•	NO		S/I	
a. Nombre d	le la ciudad d	poblad	lo más c	ercano (	Que pre	sente co	ondiciones mínim	as de se	ervicios)					C	CATAMAY	0		
<ul> <li>b. Distancia poblado más</li> </ul>		iudad o	43,5	km		iempo amiento	estimado de en auto:	0:50	h/min	d. Coor	denada: decimales	S (grados ):	Lat.:	-3.9	9833	Long.:	-79	9.35
Observa	ciones:	texto																
4.2 Vías de	Acceso (M)			Ū.														
				Tipo o	de vía		Coordenada d	e inicio	Cool	denada	de fin	Distanc	ia (km)	Tip	o de mat	erial	Est	tado
a Ta	oten (M)	[2]	a. Prime	r orden		•	-4,230394,-79,4	136509	-4,230	394,-79,4	436509	0		А	SFALTAD	00	Bu	ieno





a. remedite (wi)		b. Segundo orde	n 🗆	0			0		0		texto	ľ			
		c. Tercer orden		0			0		0		texto				
Observaciones:	texto														
	Marí	timo 🗆	Puerto / Muelle de partida	texto					/ Muelle de egada	1	texto				
b. Acuático (U)	Lacu	istre 🗆	Puerto / Muelle de partida	texto	Estado				/ Muelle de egada	1	texto exado				
	Flu	vial 🗆	Puerto / Muelle de partida	texto					/ Muelle de egada	-1	texto				
Observaciones:	texto														
c. Aéreo (U)			Naci	onal:					nternacional						
Observaciones:	texto														
4.3 Servicio de trans	4.3 Servicio de transporte (M)														
a. Bus	b. Buseta	a 🗹	c. Transporte 4x4		d. Taxi		<b>2</b>	e.	Moto taxi		f. Telet	férico			
g. Lancha 🔲	h. Bote		i. Barco		j. Cano	а		k.	Avión		I. Avio	neta			
m. Helicóptero	n. Otro	<b>2</b>	Especifique												
Observaciones:	Rancher	as, Camionetas													
4.3.1 Detalle de trans	porte hac	ia el atractivo (	(M)												
					c. Fre	cuencia									
a. Nombre de la coo	perativa o	asociación que	b. Estación / te	rminal	=	=	=		d Deta	ille (Trasi	ado orige	n / destir	10)		
presta el servicio			b. Estacion / to	Diaria	Semanal	Mensual	Eventual		G. Dete	ine (Trasi	ado onge	ii / destii	10)		
COOPERATIVA DE TRA	ANS. CARIA	AMANGA	TERMINAL	Ø				LOJA-CARIAMANGA							
COOPERATIVA DE TRA	ANS. LOJA		TERMINAL	<b>V</b>				LOJA-CAR	IAMANGA						
COOPERATIVA DE TRA	ANS. 30DE	SEPTIEMBRE	GONZANAMÁ	2				GONZANA	MÁ						
texto			texto					texto							
texto			texto					texto							
4.4 Condiciones de a	ccesibilid	ad del atractiv	o turístico al me	dio físico par	ra person	as con	discapac	idad (M)		v					
General 🖸	Discap Fís		Discapacidad Visual		apacidad uditiva		Discap	pacidad Inte	electual o Ps	icosocia			No es cesible		
Observaciones:	texto														
4.5 Señalización															
a. Señalización de aprox	imación al	atractivo	☐ Estad	do (U)	Bueno			Regula	ır 🗹		1	Malo			
Observaciones:															
5. PLANTA TURÍSTIC	A / COMP	LEMENTARIO	s						SI	V	NO		S/I		
5.1 Planta turística (M	۸)														
		a. En el Atra	activo 🖸					b. E	n la ciudad	o pobla	do cerca	ano			
Alojamiento		Establecimie	entos Núme	ero de Nú	imero de		Alojamier	nto 🗆	Estab	lecimient	o Núr	nero de	Núr	nero de	





TORGIMO													
Hotel		0		0	0	Hotel			0	(	0		0
Hostal	<b>2</b>	2	1	34	34	Hostal	Hostal			(	0		0
Hostería	•	1		6	6	Hosteria	Hosteria			(	)	1	0
Hacienda Turística		0		0	0	Hacienda Turisti	Hacienda Turística				)		0
Lodge		0		0	0	Lodge			0	(	)	9	0
Resort		0		0	0	Resort	3		0	(	)	1	0
Refugio		0		0	0	Refugio	1		0	(	)	1	0
Campamento Turístico		0		0	0	Campamento Tu	rístico	0	0	(	)		0
Casa de Huéspedes		0		0	0	Casa de Huéspe	des		0	(	)	9	0
Observaciones:	texto					Observacio	nes:	texto					
Alimentos y bebidas	Ø	Establecimientos registrados		ero de sas	Número de Plazas	Alimentos y bebidas			ecimientos istrados	Número de Mesas			ero de izas
Restaurantes	2			30	120	Restaurantes			0				0
Cafeterias		0		0	0	Cafeterías			0	(	)	0	0
Bares		0		0	0	Bares			0	(	)	3	0
Fuentes de soda		0		0	0	Fuentes de soda			0	(	)		0
Observaciones:	texto	<u></u>				Observacio	nes:	texto					
Agencias de	Viaje		Estableci	mientos r	registrados	Age	ncias de \	/iaje		Estab	lecimient	tos regist	rados
Mayoristas				0		Mayoristas					(		
Internacionales			0		Internacionales					(	)		
Operadoras				0		Operadoras					(	)	
Observaciones:	texto				Observacio	nes:	texto						
Guia Local	Nac	ional Nacional Especializado	Cu	Itura	0	Guia	Local	Nacion		cional cializado	Cul	tura	0
0	- 1	0	Ave	ntura	0	п	0	0		0	Aver	ntura	0
Observaciones:	texto					Observacio	nes:	texto					
5.2 Facilidades en el e	ntorno a	al atractivo	Ø										
Categoría (M)		Tipo (M)		Can	tidad	Coordenadas	Adr	ninistrado		sibilidad E versal B		stado (l	J) M
	Punto de	e Información	Ø		1 -4.2	230084,-79.436231	(	GADM-G	1	ø		Ø	
	I-Tur				0	0		texto					
a. De apoyo a la gestión turística	Centro d	le interpretación		)	0	0	texto						
Ø	Centro d	le facilitación turística			0	0		texto		0			
	Centro d	le recepción de visitantes	· 🗆		0	0	texto						
	Garitas	de guardianía			0	0		texto		0			
b. De observación y	Miradore	es			0	0		texto					
vigilancia	Torres d	e avistamiento de aves		1	0	0		texto					
	Torres salvavid	de vigilancia pa as	ra 🗆		0	0		texto					
	Sendero	0.00		9	0	0		texto					
c. De recorrido y	Estacion	nes de sombra y descans	o 🗆	- 1	0	0		texto					
descanso	Áreas de	e acampar	0		0		texto						
	, areas a		0				t	texto		0			
	10-cor bi	de alta montaña		9	0	0		texto			ш		
2000 (201)	Refugio				0	0		texto	_	0			
d. De servicio	Refugio Baterías	de alta montaña			-						080000		
d. De servicio	Refugio Baterías	de alta montaña sanitarias		1	0	0		texto					





Observaciones:	texto							
5.3 Complementarios	a la activida	d turística (	м) 🗵					
	1.4	a. En el Atra	ctivo 🖸		b. En la	iudad o	poblado cercano	Ø
Alquiler y venta de especializado	e equipo [	1	Venta de artesanías merchandising	у 🗾	Alquiler y venta de equipo especializado	) []	Venta de artesanía merchandising	as y 🖪
Casa de cambio	☐ Caj	ero automátic			Casa de cambio	Cajero a		Otro 🗆
Especifique: texto					Especifique: texto			
Observaciones:	texto							
6. ESTADO DE CONSI	ERVACIÓN E	INTEGRAC	IÓN ATRACTIVO / ENTORNO	)		SI	☑ NO □	S/I 🗆
6.1 Atractivo (U)	<b>V</b>							
a. Conservado	2	b. Altera	do 🗆	c. En pr	oceso de deterioro		d. Deteriorado	П
Observaciones:	texto							
6.1.1 Factores de altera	ción y deteri	oro (M)						
6.1.1.1 Na	aturales (M)				6.1.1.2 Antrópicos / Antropogér	icos (M)	- 8	
a. Erosión	1	]	Actividades agrícolas y ganaderas		b. Actividades forestales		c. Actividades extractivas / minería	
b. Humedad		1710	d. Actividades industriales		e. Negligencia / abandono		f. Huaquearía	
c. Desastres naturales	1	]	g. Conflicto de tenencia		h. Condiciones de uso y exposición		i. Falta de mantenimiento	
d. Flora/Fauna	[	]	j. Contaminación del ambiente		k. Generación de residuos		I. Expansión urbana	
e. Clima		]	m. Conflicto político / social		n. Desarrollo industrial / comercial		o. Vandalismo	
Otro	[		Especifique: texto					
Observaciones:	texto							
6.2 Entorno (U)	<b>V</b>							
a. Conservado	2	b. Altera	do 🗆	c. En pr	oceso de deterioro		d. Deteriorado	
Observaciones:	texto							
6.2.1 Factores de altera	ción y deteri	oro (M)						
6.2.1.1 Na	aturales (M)				6.2.1.2 Antrópicos / Antropogér	icos (M)	ž	
a. Erosión	ſ		Actividades agrícolas y ganaderas		b. Actividades forestales		c. Actividades extractivas / minería	
b. Humedad	ţ	]	d. Actividades industriales		e. Negligencia / abandono		f. Huaquearía	
c. Desastres naturales		J	g. Conflicto de tenencia		h. Condiciones de uso y exposición		i. Falta de mantenimiento	
d. Flora/Fauna	Ţ	J	j. Contaminación del ambiente		k. Generación de residuos		I. Expansión urbana	
e. Clima	ſ	]	m. Conflicto político / social		n. Desarrollo industrial / comercial		o. Vandalismo	
Otro	Ĭ		Especifique: texto					
Observaciones:	texto							
6.3. Declaratoria del e	spacio turís	tico asociad	o al atractivo					
a. Declarante:	te	xto	b. Denominación:	texto	b. Fecha de declaración:	texto	c. Alcance:	texto
Observaciones:	texto							
7. HIGIENE Y SEGURI	DAD TURÍST	ГІСА				SI	☑ NO □	S/I 🗆
7.1 Servicios Básicos			<b></b> ✓					
		a. En el atra	ctivo 🗹		b. En la ciu	dad o p	oblado mas cercano [	
Agua:	₹		Potable		Agua 🗆			
Especifique: texto					Especifique: texto			
Energía eléctrica:	2	Re	d eléctrica de servicio público		Energía eléctrica			
Especifique: texto					Especifique: texto			
Saneamiento:	<b>2</b>		Red pública		Saneamiento:			





Oldsino																			
Especifique:	texto							Espec	cifique: texto										
Disposición de de	esechos 🗹			Ca	rro Recole	ector		Disposición de desechos											
Especifique:	texto							Espec	cifique: texto										
Observacion	nes: texto													-					
7.2 Señalética e	en el atractivo																		
		20000000	SS6 7						7.2.3. Materialidad		7	.2.4. Esta	ado						
7.2.1 Ambiente		7.2.2	Tipo			a. Madera	b.Alu	minio	c.Otro		Especifiqu	ıe	В	R	М				
	Pictograma de at	ractivos r	naturales	88		0		0	0		texto								
	Pictograma de at	ractivos o	culturales	5		0	-	0	0		texto								
	Pictograma de ac	ctividades	turística	ıs		0	3)	0	0		texto								
En áreas	Pictograma de se	ervicios d	e apoyo			0		0	0		texto								
urbanas	Pictogramas de r	estricción	1			0		0	0		texto								
1.001	Tótems de atract	ticos			0	3)	0	0		texto									
	Tótems de sitio					0		0	0		texto								
	Tótems direccion	ales				0	3)	0	0		texto								
	Pictograma de at	ractivos r	naturales	8		0	- 0	0	0		texto								
	Pictograma de at	ractivos o	culturales	i		0	- 1	0	0		texto								
		0	3	0	0		texto												
		0		0	0		texto												
		0		0	0		texto												
Señales turísticas de aproximación						0	8	1	0		texto			Ø					
naturales	naturales Paneles de direccionamiento hacia atractivos							0	0		texto								
	Panel informativo de atractivos					0		0	0		texto								
	Panel informati atractivos, servic					0		0	0		texto								
	Mesas interpretat	tivas				0		0	0		texto								
	Tótem de sitio					0	1	0	0		texto								
	Tótem de direcci	onamient	0			0		0 0		texto									
Letreros informativos	De información b	otánica				0	(4)	0	0		texto								
	Normativos de co	onciencia	ción			0	1	0	0		texto								
Señalética interna de seguridad	Protección de los	element	os del at	ractivo		0	- ()	D	0		texto								
Otros 🗆																			
Observacion	nes: No hay	señaletica	a, debido	a que s	on locales	distribuidos en el	casco u	rbano de	la parroquia.										
7.3 Salud (más	cercano) (M)		Ø																
		a. Er	n el atra	ctivo	<b>V</b>				b. En	la ciud	ad o pobla	do mas cer	cano						
Hospital o Clínica						o		Hospital	o Clínica				0						
Puesto / Centro d	le salud 🗹	_	0		0	1		Puesto /	Centro de salud		_		0						
Dispensario médi	spensario médico					0		Dispens	ario médico		Cantidad		0						
Botiquín de prime auxilios	otiquin de primeros				3	0		Botiquín auxilios	de primeros		0		0						
Otros 🗆 0								Otros					0						
Observacion	nes: texto																		
7.4 Seguridad (	(M)		Ø																
a. Privada					texto														
b. Policía nacional   UNIDAD POLICIAL COMUNITARIA GONZANAMA																			





				1 5													
c. Policía metropo	olitana /	Municipal		e e	texto												
d. Otra					texto												
Observacione	es:	texto															
7.5 Servicio de c	omuni	cación de uso	público	(M)		•											
		a. E	n el atra	ctivo	<b>V</b>					b. En	la ciudad o p	oblado	mas cei	rcano	V		
Telefonía (M)	7		Conexi	ón a inte	rnet (M)		2	Telefonía	M) 🗹			Conex	ión a int	ernet (	M) 🗹		
Fija 🗵	1	Línea telefónica		v	Fibra ó	otica		Fija	Ø	L	_inea telefónica	Ø	Fibra ó	ptica			1
Móvil 🗵	3	Satélite			Redes i	nalámbricas	2	Móvil		8	Satélite		Redes	inalám	bricas	Į.	d
Satelital	1		Te	lefonía m	ióvil		<b>V</b>	Satelital				Telefo	nía móvil	0		Ŀ	0
Observacione	es:	texto															
Radio portátil (U)	1																
De uso exclusivo	para e	l visitante			De u	so exclusivo para	comuni	cación inter	na 🗆	] [	De uso exclusi	vo en ca	iso de ei	mergei	ncia		
Observacione	Observaciones: texto																
7.6 Multiamenza	zas (M	)															
Deslav	/es				Sismos			Erupo	ones vol	cánica	s 🗆		Incendio	s fores	tales		
Sequi	ía			In	undacio	nes			Aguajes				Tsu	unami			
¿Existe un plan de catástrofes?	e conti	ngencia en caso		Instituci	ón que e	elaboró el	texto		nbre umento:	del	texto		Año elabora		de	0	
Observacione		texto						20000	//////////////////////////////////////								
8. POLÍTICAS Y I	REGUI	ACIONES									SI		NO		S	1 6	2
a. ¿El GAD cuenta con el Plan de Desarrollo Turístico Territorial? SI NO Año de elaboración: 2016																	
b. ¿El atractivo se encuentra dentro de la planificación turistica territorial (GAD'S)?  SI NO Especifique:																	
G G RO G Especiaçõe.																	
c. ¿Existen normati	ivas que	e se apliquen par	a el desa	rrollo de	la activid	ad turística en el a	tractivo?		8	sı [	□ NO			Es	pecifiqu	<b>:</b> :	
texto																	
d. ¿Existen ordenar	nzas qu	e se apliquen pa	ra el desa	arrollo de	la activi	dad turística en el a	atractivo?	<b>X</b>	8	SI [	□ NO			Es	pecifique	e:	
texto																	
Observacione	s:	texto															
9. ACTIVIDADES	QUE	SE PRACTICAN	l (U)								SI	V	NO		s	1 [	1
9.1 ATRACTIVOS	S NATI	JRALES (M)															
9.1.1 En el Agua (	(M)																
a. Buceo		□ b. Kayal	k de mar			c. Kayak lacustre		□ d. F	ayak de	Río		e. Surf					
f. Kite surf		☐ g. Raftir	ng			h. Snorkel		☐ i. T	ubing			j. Rega	ta				
k. Paseo en panga	(	☐ I. Paseo	en bote			m. Paseo en lanc	ha	□ n. F	aseo en ática	moto		o. Para	sailing				
p. Esquí acuático	1	☐ q. Bana	na flotant	e		r. Boya			esa depo	ortiva		Otro			tex	to	
Observacione	s:	texto															
9.1.2 En el Aire (N	VI)																
a. Alas Delta	- 1	☐ b. Cano	ру			c. Parapente		☐ d C	tro	1			te	exto			
Observacione	s:	texto															
9.1.3 En Superfici	ie Terre	estre (M)															
a. Montañismo		☐ b. Escal	lada			c. Senderismo		□ d. 0	icloturisr	mo		e. Can	yoning				
f. Exploración de c	uevas	g. Activi				h. Cabalgata		□ i. C	aminata			j. Cam	oing				
k. Picnic			vación de	e flora y		m. Observación o	le astros	□ n. 0	Otro				te	exto			
Observacione	is:	texto															
9.2 ATRACTIVOS	CULT	TURALES (U)	✓														





9.2.1 Tangibles e intang	gibles 🗵																	
a. Recorridos guiados			•	b. Recon	rido auto	guiados	S			1	☑ c	Visita	a tallere	es artístic	os			•
h. Participación en tallere	s artísticos		Ø	d. Visita	a talleres	s artesa	inales			ı	☑ i.	Partici	pación e	n talleres	artesan	ales		<b></b>
e. Exposiciones temáticas y eventuales	s permanente	es, temporale	es 🗆	f. Exhib originale		e pieza	as, mues	stras, o	bras, e	etc., I	☑ i.	Activio	ades vi	venciales	y/o lúdio	cas		
g. Presentaciones o repre	sentaciones	en vivo		h. Muest	Muestras audiovisuales 🔲 g. Fotografía													
j. Degustación de platos t	radicionales	8		I. Particip	ación de	e la cele	ebración			ı	□ m	. Com	ora de a	rtesanías				<b>V</b>
n. Convivencia				o. Medici	o. Medicina ancestral									texto				
Observaciones:	texto																	
10. PROMOCIÓN Y CO	MERCIALI	ZACIÓN DE	L ATRAC	стіvо									SI		NO		S/I	V
10.1. Medios de Promo	oción del A	tractivo (M	)															
¿Existe un plan de pron	noción turíst	ica cantona	1?			SI		NO		E	Especifi	que:	texto					
¿El Atractivo se encuer	ntra incluido	en el plan d	e promoc	ión turísti	co canto	onal?		SI		NO	э [	1						
Medi	io Promocio	nal			Dire	ección y	y nombre	de los	medio	s prom	ocional	es		F	eriodicio	dad de la	promod	ción
a. Página WEB				URL:					texto							Ningun	а	
b. Red Social				Nombre:		texto										Ningun	а	
c. Revistas Especializada	ıs			Nombre:		texto										Ningun	а	
d. Material POP	d. Material POP															Ningun	а	
e. Oficina de Información	Turística			Nombre:	ombre: texto Ninguna									а				
f. Medios de comunicació	n (radio, tv, p	orensa)		Nombre:		texto										Ningun	а	
g. Asistencia a ferias turís	Nombre:		texto										Ningun	а				
h. Otro			Nombre:		texto										Ningun	а		
Observaciones:	texto																	
10.2. El atractivo form	a parte de u	una oferta e	estableci	da (paqu	ete turi:	stico)		SI		1	NO	<b>v</b>	Espe	cifique:	texto			
Observaciones:	texto																	
11. REGISTRO DE VIS	ITANTES Y	AFLUENC	IA (M)										SI		NO	<b>.</b>	S/I	•
11.1. Frecuencia de vi	sita según	datos esta	dísticos															
a. ¿Posee un sistema de	registro de v	isitantes?	SI		NO		Tipo:	Digital		Pa	pel [	1	Añ	os de reç	jistro		0	
b. ¿Se genera reporte de	estadísticas	de visita al a	tractivo?		SI		NO		- 1	Frecuer	ncia de l	os repo	ortes:			Ningun	a	
c. Temporalidad de visita	al atractivo																	
Alta (meses)		idue					texto							o de			0	
Baja (meses)		Especifique					texto							Número de visitantes			0	
d. Llegada de turistas														30				
☐ Turista naci	ional	Lleg	gadas mer	nsuales	Total	anual		Т	urista e	extranje	ro		Llega	adas mer	suales		Total An	ual
	texto		0		(	0					texto	)		0			0	
Ciudades de origen	texto		0	10	(	0	Pa	aises de	origen		texto	)		0			0	
	texto		0		(	0	=				texto	)		0			0	
Observaciones:	texto												be			1		
11.2. Frecuencia de vi	sita según i	informante	s clave															
Nombre del Informante	Clave:			tex	to				c	Contacto	os:				(+593)	)		
D	emanda seg	ún días de v	isita							Der	manda s	egún f	recuenci	ia de visit	а			
Lunes a viernes 0	Fines d		Días t	feriados	0	Perm	nanente		E	Estacion	nal		Espo	orádica		Inex	distente	
Observaciones:	texto					3												







# FICHA N°11: Gastronomía Gonzanameña





FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																			
	1	1	0	7	5	0	M	С	0	2	0	7	0	2	0	0	11		
Código del atractivo:		Provincia		intón	Parroqu		Categ			ipo	Subt		Jerai			Atractivo			
1. DATOS GENERALES		101111010			1 41104		Guios	gona		,,,,	Cab	.,,,,	9014	quiu		, and our c			
					1.1 Nom	nbre del	Atract	tivo Tur	ístico										
					GASTRO	NOMIA	A GOI	NZANA	MEÑA	V.									
1.2 0	ategoría			I		1.3	3 Tipo						1.	4 Subtip	00				
MANIFESTACIO	3556	TURALE	s		ACERVO		1.90		PULAR				GASTRONOMÍA						
2. UBICACIÓN DEL ATRA				<u> </u>															
2.1 F	Provincia					2.2	Cantó	n					2.3	Parroq	uia				
L	_OJA			GONZANAMA								GONZANAMA.							
2.4 Barrio, S	ector o Co	muna			2.5 Call	le Princi	pal			2.6 No	úmero			2.7	Transve	rsal			
GON	ZANAMÁ				10 DE	AGOST	0			s	/N				S/I				
2.8 Latitud (g	rados dec	imales)		:	2.9 Longitu	ud (grad	os de	cimales	;)	Click			2.10 A	lltura (m	nsnm)				
-4.	230394					-79.	43650	9						2.052					
2.11 Información del adn	ninistrado	r		1							<b>'</b>								
a. Tipo de Administrador:			PUE	BLICO		b.	Nomb	ore de la	Instituc	ión:	S/I								
c. Nombre del Administrac	lor: S/I					d.	Cargo	que oc	upa:		S/I								
e. Teléfono / Celular:			(+	593)		f.	Correc	Electro	ónico:		texto								
e. Teléfono / Celular: (+593) f. Correo Electrónico: texto  Observaciones: texto																			
3. CARACTERISTICAS DEL ATRACTIVO																			
3.1 Características climatológicas ⊡																			
a. Clima: Templado b. Temperatura(°C): 18 c. Precipitación Pluviométrica (mm): 900 a 1200																			
3.2 Línea de producto al	que perte	nece el	atractivo (	U)		Ø													
a. Culti	ura		V			b. Natura	leza						c. Ave	entura					
3.3 Escenario donde se l	localiza el	atractiv	o turístico		<b>2</b>														
a. Prístino 🗆	b	. Primitive	о <u>П</u>		c. Rúst	tico Natur	al			d. F	Rural			e. Ur	bano	Ø			
3.4 Ingreso al atractivo (	U)		Ø																
a. Tipo de Ingreso	b. Hora	rio de At	ención							c. Ate	ención								
a. Tipo de lligitoso	Ingreso		Salida	То	odos los días	5		de sem feriados	ana y	na y Solo días hábiles				ro	Е	Specifica	ır		
Libre 🗵	8:00		21:00		<b>2</b>								-			texto			
Restringido 🗆	0:00		0:00										1	_		texto			
Pagado 🗆	0:00		0:00										1			texto			
d. Maneja un sistema de r	eservas:	0	f. Fo	rma de	Efectiv	vo			ero rónico		Depó Banc			Tarje	eta de D	ébito			
e. Precio: Desde	0,00 Has	ta 0,0	00 Pi	ago:	Tarjeta de	e Crédito			Transfe	erencia B	Bancaria			Cheque	0				
g. Meses recomendables	de visita:									MARZO									
	or lo genera asta las 9pn		aurantes de	e la zona	son los que	brindan	a mejo	or gastro	nomia de	e gonzan	amá; atier	nden en	la mayor	ia de sus	s horario:	s desde l	as 7 am		
4. ACCESIBILIDAD Y CO	NECTIVID	AD AL A	TRACTIV	0								SI	Ø	NO		S/I			
a. Nombre de la ciudad o p		is cerca	no (Que pro	esente co	ondiciones i	mínimas	de se	rvicios):					C	ATAMAY	0				
<ul> <li>b. Distancia desde la ciu- poblado más cercano:</li> </ul>	dad o	13,5 kr		iempo zamiento	estimado en auto:	de	0:50	h/min	d. Coor	rdenadas decimales	s (grados ):	Lat.:	-3.9	833	Long.:	-79	1.35		
Observaciones: te	×to																		
4.2 Vias de Acceso (M)		Ø																	
	y.	Ti	po de vía		Coorden	ada de ir	nicio	Coor	denada	de fin	Distanci	a (km)	Tipo	de mate	erial	Est	ado		
	a. Pi	rimer ord	en	•	-4,230394,-79,436509 -4,230394,-79,436509						0		ASFALTADO Buen						





	98.00									100				25	
a. remedie (m)	b. Segund	o order			0			0		0		texto			
	c. Tercer o	orden			0			0		0		texto			
Observaciones:	La Gastronomia go	nzanan	neña se la puede d	encontra	r en los	restaurant	es ubic	ados en el	mismo c	asco urbano parr	oquial.	-	-		
	Marítimo		Puerto / Muelle de partida	te	xto					to / Muelle de Llegada	t	exto			
b. Acuático (U)	Lacustre		Puerto / Muelle de partida	te	xto	Estado				to / Muelle de Llegada	t	exto	Estado		
8	Fluvial		Puerto / Muelle de partida	te	xto					to / Muelle de Llegada	t	exto			
Observaciones:	texto														
c. Aéreo (U)			Naci	onal:						Internacional:					
Observaciones:	texto														
4.3 Servicio de trans	oorte (M)	v													
a. Bus	b. Buseta	•	c. Transporte 4x4		•	d. Taxi		2		e. Moto taxi		f. Telef	érico		
g. Lancha	h. Bote		i. Barco			j. Canoa				k. Avión		I. Avion	neta		
m. Helicóptero	n. Otro	<b>=</b>	Especifique												
Observaciones:	Rancheras, Camio	netas													
4.3.1 Detaile de trans	porte hacia el atra	ctivo (I	M)												
S			-			c. Frec	uencia								
Nombre de la coo presta el servicio	perativa o asociació	n que	b. Estación / te	rminal		<u>a</u>	<u>a</u>	<u> </u>		d. Detal	le (Trasla	ado origer	n / destina	0)	
presta el servicio					Diaria	Semana	Mensual	Eventua							
COOPERATIVA DE TRA	NS. CARIAMANGA		TERMINAL		Ø				LOJA-C	ARIAMANGA					
COOPERATIVA DE TRA	NS. LOJA		TERMINAL		Ø				LOJA-C	ARIAMANGA					
COOPERATIVA DE TRA	NS. 30DE SEPTIEM	BRE	GONZANAMÁ		Ø				GONZA	NAMÁ					
texto			texto						texto						
texto			texto	8					texto						
4.4 Condiciones de a	ccesibilidad del at	ractivo	turístico al me	dio fisio	o para	persona	s con	discapac	idad (M	)	V				
General 🗵	Discapacidad Física		Discapacidad Visual			pacidad iditiva		Discap	oacidad I	ntelectual o Psi	cosocial			No es esible	
Observaciones:	texto														
4.5 Señalización	2														
a. Señalización de aprox	imación al atractivo		☑ Estad	io (U)	В	ueno	v		Reg	jular 🗹		N	Malo		
Observaciones:	Todos los restaurar	ntes cui	entan con un nom	bre ident	ificativo	en la llega	ada de i	estos local	es; asi m	ismo se puede a	preciar e	l menú di	ario que	preparan	
5. PLANTA TURÍSTIC	A / COMPLEMENT	ARIOS	i .							SI	<b>v</b>	NO		S/I	
5.1 Planta turística (M	1)														
	a. En e	el Atra	ctivo 🗹						b.	. En la ciudad d	pobla	do cerca	ino		
Alojamiento		lecimie				nero de lazas	,	Alojamier	nto		ecimiento		nero de		nero de azas





UKISMO											
Hotel	0		0	D	Hotel		<b>-</b>	0	0	- 0	0.
Hostal	<b>☑</b> 2		34	34	Hostal	į.	<b>-</b>	0	0	(	0
Hosteria	Ed 1		Б	6	Hosteria		1	0	0	(	0
Hacienda Turística	0 0		D	0.	Hacienda Turistic	a	J	0	0	3.8	0
Lodge	<b>П</b> 0		0	0	Lodge		1	0	0	- 1	o
Resort	<b>0</b>		0	0	Resort		<b>-</b>	0	0		σ
Refugio	0 0		0	0	Refugio	- 31	a	0	0	ij	0 7
Campamento Turístico	□ 0		0	0	Campamento Turi	ístico	3	0	0	9	0
Casa de Huéspedes	П 0		0	0	Casa de Huésped	les	1	0	0	1	0
Observaciones:	texto				Observacion	nes:	lexto				
Alimentos y bebidas			Número de Mesas	Número de Plazas	Alimentos y bebidas	Ш	Establecimi registrad		ero de ISSS		ero de izas
Restaurantes	2 2		30	120	Restaurantes	п	0		0		0
Cafeterias	П 0		0	0	Cafeterias	П	.0		0	7	a
Bares			0	0	Bares	п	0		0	1	0
Fuentes de soda	□ 0		D	0	Fuentes de soda	0	0		0	31	0
Observaciones:	texta	750			Observacion	nes:	exto	-	- 1		
Agencias de	Viaje 🗆	Es	tablecimientos	registrados	Agen	icias de V	/iaje	☐ Esta	blecimien	dos regist	Irados
Mayoristas			0		Mayoristas				3	ä	
Internacionales			0		Internacionales			0	9	o o	
Operadoras			0		Operadoras			0	3	3	
Observaciones:	fexto				Observacion	nes:	lexto	-			
Guia Local		cional cializado	Cultura	0	Guia	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cul	tura	0
	D	D	Aventura	0		D	o	O O	Ave	ntura	0
Observaciones:	texto				Observacion	nes:	exto				_
5.2 Facilidades en el e	ntorno al atractivo		ø				512-01				
Categoría (M)	Tipo (N	0	Car	ntidad C	oordenadas	Adr	ninistrador	Accesibilidad universal	В	Estado (U	
	Punto de Información		ব	1 4.23	30084,-79.436231	-	GADM-G	IA .	<u> </u>	R Ø	M
	I-Tur		П	0	0		texto	п			
a. De apoyo a la gestión turistica	Centro de interpretación		П	0	D		taxto	п	П	П	п
turistica	Centro de facilitación turi	stics		a a	0		texto				
	Centro de recepción de s	risitantes		0	3		texto				П
i	Garitas de guardianía			0	o .		texto				
	Miradores			0	0	-	texto	п	П	П	п
<ul> <li>b. De observación y vigilancia</li> </ul>	Torres de avistamiento d	e aves		0	э		texto				
	Torres de vigilano	1.7		0	0	-	tnido				
). <del></del>	salvavidas Senderos		10-000 pg	0	9	5	texto			0	
	Estaciones de sombra y	descapen	3	0	0		teido	П	П	Ш	П
c. De recorrido y descanso		www.	2000	0	0		texto				
_	Áreas de acampar	170	8			9	1112466			271	711100
0,550	Refugio de alta montaña	8		0	9		texto	Ш	П	П	П
d. De servicio				0	110		texto				
	Baterias sanitarias		572% L		- 55		2.		1920	23.0	1549
e, Otros □	Estacionamientos		<b>V</b>		90084,79,438231	8	S/I texto	M	П	M	П





Observaciones:	Los comensales	se pueden estacionar en	esoacios respec	Svamente	fuera de los restaurantes.			
5.3 Complementarios	a la actividad tu	ristica (M)	P		*			
	a. Er	el Atractivo 🗵			b. En la	ciudad (	o poblado cercano	ⅎ
Alquiler y venta d especializado	e equipo 🗖	Venta de merchandising	artesanias	у 🗵	Alquiller y venta de equipo especializado	· 🖸	Venta de artesani merchandising	as y 🗵
Casa de cambio	☐ Cajero a	utomático 🗹	Otro		Casa de cambio	Cajero	automático 🗹	Otra 🔲
Especifique: texto					Especifique: texto			
Observaciones:	texto				**			
6. ESTADO DE CONS	ERVACIÓN E INT	EGRACIÓN ATRACT	IVO / ENTORNO	0		SI	□ NO □	s/i 🗆
6.1 Atractivo (U)	Ø							
a. Conservado	(a)	b. Allerado	п	c. En j	aracesa de deterioro 🔲		d. Deleriorado	П
Observaciones:	Los restaurantes	se encuentran en óptima	as condiciones pa	ra atende	r a les comensales			
6.1.1 Factores de alter	ación y deterioro (	(M)						
6.1.1.1 N	aturales (M)				6.1.1.2 Antrópicos / Antropogér	nicos (M	)	
a. Erosión		a. Actividades ganaderas	agricolas y		b. Actividades forestales		<ul> <li>Actividades extractivas mineria</li> </ul>	
b. Humedad	П	d. Actividades	industriales		e. Negligencia / abandono		f. Huaquearia	
c. Desastres naturales	П	g. Conflicto de	tenencia		h. Condiciones de uso y exposición		i. Falta de mantenimiento	
d. Flora/Fauna		j. Contaminaci	on del ambiente		k. Generación de residuos		I. Expansión urbana	
e. Clima	П	m. Conflicto po	litico / social	П	n. Desarrollo industrial / comercial	П	o. Vandalismo	п
Otro		Especifique	texto					
Observaciones:	Texto							
6.2 Entorno (U)	7							
a. Conservado	2	b. Alterado	п	c. En	proceso de deterioro 🗆		d. Deteriorado	
Observaciones:	El entorno que ro	dea a los lugares que br	indan gastronomi	a son idor	eos para que el cliente acuda al luga	ar.		
6.2.1 Factores de alter	ación y deterioro (	(M)						
6.2.1.1 N	aturales (M)	1 %			6.2.1.2 Antrópicos / Antropogér	nicas (M	)	
a Erosión	п	s. Actividades ganaderas	agricolas y	П	b. Actividades forestales	П	c. Actividades extractivas mineria	п
b. Humedad		d. Actividades	industriales		e. Negligencia / abandono		1. Huaquearía	
c. Desastres naturales	П	g. Conflicto de	tenencia	П	h. Condiciones de uso y exposición	П	i. Falla de mantenimiento	
d. Flora/Fauna		j. Contaminaci	in del ambiente		k. Generación de residuos		I. Expansión urbana	
e. Clima		m. Conflicto po	lítico / social	□	n. Desarrollo industrial / comercial		o. Vandalismo	
Otro	10	Especifique:	texto					
Observaciones:	texto	70 - 55						
6.3. Declaratoria del e	espacio turistico	asociado al atractivo	٥					
a. Declarante:	texto	b. Denomin	nación:	texto	b. Fechs de declaración:	texto	c. Alcance:	lexto
Observaciones;	texto							
7. HIGIENE Y SEGUR	DAD TURÍSTICA					SI	₪ NO □	s/I □
7.1 Servicios Básicos		☑						
	a. Er	n el atractivo 🗵			b. En la ciu	idad o p	oblado mas cercano	
Agua:	Ø.	Potab	le		Agua			
Especifique: texto	10.0000	x20\$x000	000 of 3		Especifique texto			
Energia eléctrica:	<b>2</b>	Red eléctrica de s	ervicio público		Energia eléctrica			
Especifique: texto					Especifique: texto			
					TOO NOW AND A STREET			





DIGISMO														
Especifique:	texto							Especi	fique: texto					
Disposición de d	esechos 🗹			Ce	uro Receiec	tor		Disposici	ión de desechos	J				
Especifique:	texto						3	Especi	fique: texto					
Observacio	nes: texto													
7.2 Señalética	en el atractivo		Ø											
								7	.2.3. Materialidad			1	.2.4. Est	ado
7.2.1 Ambiente		7.2.2	. Tipo			a. Madera	b.Alun	ninio	c.Otro		Especifique	В	R	М
	Pictograma de a	tractivos r	naturales			O	0		0		texto	п	П	
	Pictograma de a	tractivos o	culturale	s		D	0		0		texto			
	Pictograma de a	ctividades	s turístic	95		0	0		.0		texto	П	П	П
En áreas	Pictograma de s	ervicios d	е ароуо			D	0		0		texto	0	п	
urbanas	Pictogramas de	restricción	1			0	.0		0		texto	п	П	П
-	Tôterrs de afrac	tivas turisl	ticas			ū	0		a		texto		П	
	Tótems de sitio					0	0		0		texto	П		П
	Tátems direccion	nates			8	a	0		0		texto		П	П
	Pictograma de a	tractivos r	naturales	i		a	.0		0		texto			
	Pictograma de a	tractivos o	culturale	5		0	0		0		texto			
	Pictograma de a	95	30	D	0		0		texto	п	П	П		
	Pictograma de actividades turísticas  Pictograma de servicios de apoyo						0		0		texto		п	
	Pictogramas de	restricción	E			0	0		0		texto	П	П	П
En áreas	Sefiales turistica	is de apro	ximació	1		0	1		0		texto	п	Ø	П
naturales	Paneles de direc	cionamie	nto hacia	a atractiv	106	ū	0		0		texto			
	Panel informative	o de atrac	tivos			a	0		0		texto		П	
	Panel informat atractivos, servic			onamien	to hacia	0	0		0		texto			
	Mesas interpreta	ntivas				0	0		0		texto		П	
	Tátem de sitio					٥	0		0		texto			
	Tôtem de direcci	ionamient	0			0	0		0		texto			
Letreros informativos	De información t	botánica				٥	0		0		texto			
	Normativos de o	onciencia	ción			0	0		0		texto			
Señalética interna de seguridad	Protección de los	s element	os del a	ractivo		a	0		0		texto	0		
Otros 🗵					*20		~~	177						
Observacio	nes: Hay los	respectiv	ros letrer	os ident	ficativos de	cada restaurant	te							
7.3 Salud (más	cercano) (M)		Ø											
		a. Er	n el atra	ctivo	Ø				b. En	la ciuc	lad o poblado m	as cercano		
Hospital o Clinica					.0		1	Hospital o	o Clinica			0		
Puesto / Centro o	fe salud ☑	p			1		,	Puesto / (	Centro de salud		2	0		
Dispensario méd	ico 🗆	Cantidad			D		ı	Dispensa	rio médico		Cantidad	0		
Botiquín de prima auxilios	eros 🗆	0			0		į.	Botiquín o auxilios	de primeros		0	0		
Otros					0			Otros				0		
Observacio	nes: lexio													
7.4 Seguridad	(M)		Ø											
a. Privada					texto									
b. Policía nacio	nal		2	alle	UNIDAD	POLICIAL COM	UNITARIA	GONZAN	NAMA					





c. Policía metropolitana.	/Municipal	П	texto									35
d. Otra			texto									
Observaciones:	texto											
7.5 Servicio de comuni	icación de uso	público (N	1)	Ø								
	a. E	n el atracti	ivo 🗹				b. E	En la ciudad o	poblado ma	s cercano	N.	
Telefonía (M)		Conexión	a internet (	(M)	Ø	Telefonia (M	) 🖸		Conexión	a internet (M)	<b>3</b>	
Fija 🗵	Linea telefónica	Z	l Fibra	o óptica		Fijs	Ø	Línea telefónio	a 🗷 🛭 Fi	bra óptica		
Móvil 🗹	Satélite		] Redu	es inalámbricas	7	Móvil	Ø	Satélite	□ R	edes inalámbrica	95	4
Satelital ]		Telef	onia móvil		Ø	Satelital			Telefonia	mövil		3
Observaciones:	texto											
Radio portátil (U)	_											
De uso exclusivo para e	l visitante		De	e uso exclusivo	o para comuni	cación interna	0	De uso exclus	ivo en caso	de emergencia	9	_
Observaciones:	texto											
7.6 Multiamenzazas (M	)	Ш										ĺ
Deslaves			Sisn	nos		Erupcion	es volcáni	icas 🗆	Inc	endios forestales		0
Sequía			Inundad	ciones		Α.	guajes	П		Tsunami		п
¿Existe un plan de conti de catástrofes?	ngencia en caso		stitución qui ocumento.	e elaboró el	texto	Nomb		el texto		iio de laboración:	8	0
	texto	-	out one.			5353	nut nov.					
8. POLÍTICAS Y REGUI	LACIONES							SI		NO 🗆	S/I	
a. ¿El GAD cuenta con el l	Plan de Desarrolle	o Turístico 1	Ferritorial?		SI	⊔ NO	Ш		Año de	elaboración:	2	016
b. ¿El atractivo se encuent	tra dentro de la pl	lanificación	turistica terri	itorial (GAD'S)?	,		SI	□ NO		Especi	fique:	7.0
c. ¿Existen normativas qu	e se apliquen par	a el desarro	llo de la acti	vidad turistica o	en el atractivo?	į	SI	□ NO		Especi	fique:	
exto												- 33
d. ¿Existen ordenanzas qu	e se apliquen pa	ra el desarr	ollo de la act	tividad turistica	en el atractivo?		81	□ NO		Especi	fique:	
texto												
Observaciones:	texto											- 2
9. ACTIVIDADES QUE	SE PRACTICAN	ı (u)						SI	9	№ П	S/I	
9.1 ATRACTIVOS NATI	URALES (M)											
9.1.1 En el Agua (M)	0											
a. Buceo	□ b. Kayal	k de mar	п	c. Kayak la	custre	□ d. Kay	ak de Rio		e. Surf		-	
f. Kite surf	LI g. Raftir	ng	П	h. Snorkel	9	LI i. Tub	ng	ы	j. Regata		8	
k. Paseo en panga	☐ I Paseo	en bote		m. Paseo e	en lancha	n. Pas acuáti	seo en mol ca	lo 🗆	o. Parasail	ling		
p. Esqui acuático	□ q. Banar	na flotante	п	r. Boya		21 17444	a deportiv	a 🗆	Otro C	1	texto	
Observaciones:	texto											
9.1.2 En el Aire (M)												
a. Alas Delta	☐ b. Cano	ру		c. Parapen	te	☐ d Otro				texto		
Observaciones:	texto											
9.1.3 En Superficie Terre	estre (IVI)	٥										50
a. Montarismo	☐ b. Escal	lada	٥	c. Senderis	smo	☐ d. Cic	loturismo	П	e. Canyoni	ing		
f. Exploración de cuevas	☐ g. Activi Recreat			h. Cabalga	ta	☐ i. Can	inata		j. Camping			
k. Pienig	270 (2021)	vación de fi	ora y	m. Observa	ación de astros	☐ n. Otr	9	<u>u</u>		texto		28
Observaciones:	texto											Ĵ
9.2 ATRACTIVOS CULT	TURALES (U)	[7]										

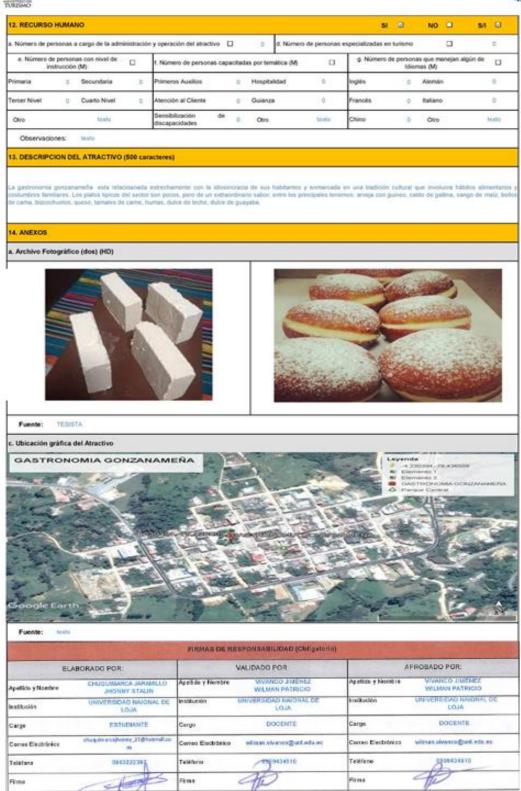




2																
9.2.1 Tangibles e intang	pibles I	3														
a. Recorridos guiados			П	b. Recorr	ido autoguiado	s				c. Visit	a a tallere	s artísticos				
h. Participación en tallere:	s artísticos			d. Visita a	a talleres artesa	anales				i. Parti	cipación o	en talleres ar	rtesana	les		
e. Exposiciones temáticas y eventuales	s permane	nles, len	nporales 🏻	f. Exhibi originales	ción de pieza L	as, mues	dras, ot	oras, e	tc., 🛘	i. Activ	idades vi	venciales y/a	o lúdica	s		v
g. Presentaciones o repre	sentacione	es en viv	o 🗆	h. Muestr	as audiovisual	es				g. Fato	grafia					
j. Degustación de platos t	radicionale	15	Ø	I. Particip	ación de la cel	ebración	}			m. Cor	mpra de a	rtesanías				
n. Convivencia				o. Medici	na ancestral					Otro				texto		
Observaciones:	texto															
10. PROMOCIÓN Y CO	MERCIA	LIZACIO	N DEL ATRA	CTIVO							SI		NO		S/I	2
10.1. Medios de Promo	oción del	Atracti	vo (M)													
¿Existe un plan de pron	moción tur	ística ca	ntonal?		SI		NO		Esp	ecifique:	texta					
¿El Atractivo se encuen	ntra incluid	lo en el	plan de promoc	ión turistic	co cantonal?		SI		NO							
Medi	io Promoc	ional			Dirección	y nombre	de los	medios	promoci	onales		Peri	iodicida	ad de la pro	omoci	ión
a. Página WEB				URL:			t	texto					100	Ninguna		
b. Red Social				Nombre:	texto								9	Ninguna		
c. Revistas Especializada	15			Nombre:	texto								13	Ninguna		
d. Material POP				Nombre:	texto								įį.	Ninguna		
e. Oficina de Información	Turistica		0	Nombre:	lexto								10	Ninguna		
f. Medios de comunicació	n (radio, tv	, prensa		Nombre:	texto								Ĥ	Ninguna		
g. Asistencia a ferias turis	sticas			Nombre:	texto								6	Ninguna		
h. Otro				Nombre:	texto								9	Ninguna		
Observaciones:	texto.															
10.2. El atractivo form	a parte d	e una o	ferta estableci	da (paque	ete turístico)		SI	П	NO	•	Espe	cifique: te	exto			
Observaciones:	texto															
11. REGISTRO DE VIS	ITANTES	Y AFL	JENCIA (M)								SI		NO	<b>2</b>	S/I	2
11.1. Frecuencia de vis	sita segú	n datos	estadísticos													
a. ¿Posee un sistema de	registro de	visitanti	s? SI		ио □	Tipa:	Digital		Papel		Añ	ios de regist	ro		0	
b. ¿Se genera reporte de	estadistica	s de vis	ita al atractivo?		sı 🗆	NO		F	recuencia	de los re	portes:		3	Ninguna		
c. Temporalidad de visita	al atractive	,														
Alta (moses)		ilique				texto	2					ro de ntes		σ		
Baja (meses)		Especifique				texto	}					Número de visitantes		0		
d. Llegada de turistas																
☐ Turista naci	ional		Llegadas mer	suales	Total anual	п	Tı	ırista ex	dranjero		Lleg	adas mensu	ales	Tota	al Anu	ali
	tex	to	0		0					texto		а			0	
Ciudades de origen	tex	to	0		0	Pa	íses de	origen	0	texto		0			0	
	tex	to	0		0					texto		٥			0	
Observaciones:	texto															
11.2. Frecuencia de vis	sita segú	n infor	nantes clave													
Nombre del Informante	Clave:			tex	to			C	ontactos:				(+593)			
D	emanda se	ogůn dís	s de visita						Deman	da según	frequenc	ia de visita				
Lunes a viemes 0	Fines sems		0 Dias	feriados	D Pen	manente		E	stacional		Esp	orádica		Inexiste	nte	□
Observations:	Saids.				320											







19/01/2018

19/01/2018

Feshia

Fecha

Pecha.

19/01/2018

## FICHA N°12: Feria Agrícola, Ganadera y Artesanal





+		FI	ICHA P	ARA EL	LEVAN	TAMIEN	IL Y OTI	ERARQI	JIZACIĆ	N DE A	TRACTI	vos tu	RÍSTICO	os				
	T	1	1	0	7	5	0	M	С	0	2	0	5	0	2	0	0	12
Código del atractivo:								-										
		Prov	rincia	Ca	ntón	Pan	oquia	Cate	goría		ipo	Sui	otipo	Jera	arquía		Atractiv	,
1. DATOS GENERALES																		
					-			del Atrac										
					FER	IA AGH	RICOLA	GANA		YARI	ESAL							
1.2 Ca								1.3 Tipo							.4 Subti			
MANIFESTACION	NES_C	CULTUF	RALES			ACER	RVO_CU	LTURAL	_Y_POI	PULAR				FERIA	SYMER	CADOS		
2. UBICACIÓN DEL ATRA	CTIV	0																
2.1 Pi	rovino	ia					2	.2 Canto	ón					2.3	3 Parroq	uia		
D	OJA						G	ONZANA	MA					GC	ONZANA	MA.		
2.4 Barrio, Se	ector	o Comu	ina			2.5 C	alle Pri	ncipal			2.6 N	úmero			2.7	Transve	ersal	
GONZ	ZANA	MÁ			VIA	GONZA	NAMÁ/C	ARIAMA	NGA		S	/N				S/I		
2.8 Latitud (gr	rados	decima	iles)		:	2.9 Long	gitud (g	rados de	ecimales	s)	Click			2.10	Altura (n	nsnm)		
-4.2	27912	2					-	79.43940	05						2.053			
2.11 Información del adm	ninistr	ador																
a. Tipo de Administrador:				PUB	LICO			b. Nom	bre de la	a Instituc	ión:	GAD P	ARROQI	UIAL				
c. Nombre del Administrado	or:	texto						d. Carg	o que o	cupa:		texto						
e. Teléfono / Celular:				(+5	93)			f. Corre	o Electr	ónico:		texto						
Observaciones: tex	xto																	
3. CARACTERISTICAS DE	EL AT	RACTIV	<b>/</b> 0															
3.1 Características climat	tológi	cas		2														
a. Clima:			Templad	0			b. Te	mperatur	a(°C):		18	c. P	recipitacio	ón Pluvid	ométrica (	mm):	900 8	a 1200
3.2 Línea de producto al o	que p	ertenec	e el atra	activo (l	J)		Ø											
a. Cultu	ıra			Ø			b. Nat	uraleza						c. Av	entura			
3.3 Escenario donde se lo	ocaliz	a el atra	activo ti	ırístico		2												
a. Prístino		b. Pri	mitivo			c. R	ústico N	atural			d. F	Rural			e. Uı	rbano	<b>2</b>	
3.4 Ingreso al atractivo (U	J)			2														
	b. H	Horario d	de Atend	ión							c. Ate	ención						
a. Tipo de Ingreso	Ingr	eso	Sa	lida	То	dos los c	iías	Fine	s de sem		Solo	o días há	biles	c	Otro	E	Especific	ar
Libre	0:0	00	0	00						58: 							texto	
Restringido 🗹	7:0	00	17	:00								2					texto	
Pagado 🗆	0:0	00	0	00													texto	
d. Maneja un sistema de re	eserva	s:				Efe	ctivo		Dir	nero rónico		Dep	ósito cario		Tarj	eta de D	ébito	
e. Precio: Desde	0,00	Hasta	0,00		ma de igo:	Tarjeta	de Créc	lito			erencia E		cano		Cheque	•		
g. Meses recomendables d	le visit	a:									texto							
Observaciones: tex	xto																	
4. ACCESIBILIDAD Y CON	NECTI	IVIDAD	AL ATF	ACTIVO	)								SI	v	NO		S/I	
a. Nombre de la ciudad o p						ndicione	es mínin	nas de se	ervicios)	3					CATAMAY			
b. Distancia desde la ciud		43,5		c. Ti	empo	estima			h/min	d. Coo	rdenadas	s (grados	Lat.:		9833	Long.:	-79	9.35
poblado más cercano:  Observaciones: tex	do	10,0	MI	desplaz	amiento (	en auto:		5.00	IIII		decimales	):		-	ween	_0.1g		
4.2 Vías de Acceso (M)																		
THE THE ME ACCESO (IVI)				de vía		Coord	lenada d	le inicio	Coc	rdenada	de fin	Dietan	cia (km)	Tin	o de mat	erial	En	tado
	ſ	a Drim-	- 25	+Ia	2	Ι			111			100	- 6 6	· ·				
a Terrestre (M)	n l	a. Prime	orden		2	-4.230	0084,-79.	+30231	-4.221	912,-79.	+38405	75	0 m	A	SFALTA		Bu	ieno





		9336 33															
a. remestic	(141)		b. Segundo o	rden			0			0		0		texto			
			c. Tercer orde	en			0			0		0		texto	1		
Observacion	nes:	texto															
		Marít	timo 🗆		erto / Muelle de partida	te	xto					to / Muelle de Llegada	t	exto			
b. Acuático (U)		Lacu	stre 🗆	Pue	erto / Muelle de partida	te.	xto	Estado	53		Puer	to / Muelle de Llegada	t	exto	Estado		
		Flux	/ial 🗆		erto / Muelle de partida	te.	xto	٦ "				to / Muelle de Llegada	t	exto	1 "		
Observacion	nes:	texto															
c. Aéreo (U)					Naci	onal:						Internacional:					
Observacion	nes:	texto															
4.3 Servicio de	transp	orte (M)		☑													
a. Bus	Ø	b. Buseta	a 2	c. Tr	ransporte 4x4		2	d. Taxi		Ø		e. Moto taxi		f. Telet	érico		
g. Lancha		h. Bote		i. Ba	irco			j. Canoa	9			k. Avión		I. Avior	neta		
m. Helicóptero		n. Otro	V	Esp	ecifique												
Observacion	nes:	Ranchera	as, Camioneta	as													
4.3.1 Detalle de	transp	orte haci	ia el atractiv	/o (M)													
				1				c. Fre	cuencia								
a. Nombre de I presta el servicio	а соор	erativa o	asociación	que b.	Estación / te	rminal	Diaria	Semanal	Mensual	Eventual		d. Detal	le (Trasla	ado orige	n / desti	no)	
COOPERATIVA D	DE TRA	NS. CARIA	AMANGA	TER	MINAL		Ø				LOJA-C	ARIAMANGA					
COOPERATIVA D	DE TRA	NS. LOJA		TER	MINAL		v				LOJA-C	ARIAMANGA					
COOPERATIVA	DE TRA	NS. 30DE	SEPTIEMBR	E GON	NZANAMÁ		v				GONZA	NAMÁ					
texto				texto	0						texto						
texto				texto	o .						texto						
4.4 Condicione	s de ac	cesibilid	ad del atrac	tivo turi	ístico al me	dio físic	co para	persona	as con	discapac	idad (M	ì	Ø				
General	2	Discapa Físi		Dis	scapacidad Visual			pacidad ıditiva		Discap	oacidad I	ntelectual o Psi	cosocial			. No es cesible	
Observacion	nes:	texto															
4.5 Señalizació	n	☑															
a. Señalización de	aproxi	mación al	atractivo	V	Estad	io (U)	В	ueno			Reg	jular 🗹		1	/lalo		
Observacion	nes:																
5. PLANTA TUR	RÍSTICA	A / COMP	LEMENTAR	ios								SI	✓	NO		S/I	
5.1 Planta turís	tica (M	)															
			a. En el A	Atractivo	o						b	En la ciudad o	pobla	do cerca	no		
01-1	to.	П	Establec	imientos	Núme	ero de	Nún	nero de		lainm/	at o	Estable	ecimiento	) Nún	nero de	Núr	nero de





TURISMO																
Hotel		0		-	)	0		Hotel	*	_	0		C	)		0
Hostal	<b>☑</b>	2		3	4	34		Hostal			0		C	)		0
Hostería	<b>2</b>	1			3	6		Hosteria			0		C	)		0
Hacienda Turística		0		1	)	0		Hacienda Turístic	а		0		C	)		0
Lodge		0		- 1	)	0		Lodge			0		C	)		0
Resort		0			)	0		Resort			0		(	)		0
Refugio		0		1	)	0		Refugio			0		C	)		0
Campamento Turístico		0		(	)	0		Campamento Tur	ístico		0		C	)	1	0
Casa de Huéspedes		0		1	)	0		Casa de Huéspec	ies		0		(	)		0
Observaciones:	texto							Observacion	nes:	texto						
Alimentos y bebidas	<b>2</b>	Establecimiento registrados	s	Núme Me	ero de sas	Número Plaza		Alimentos y bebidas	0		ablecimier		Núme Me:			ero de azas
Restaurantes	2	2		3	0	120	)	Restaurantes			0		C	)		0
Cafeterías		0		-	)	0		Cafeterias			0		(	)		0
Bares		0		1	)	0		Bares			0		C	)		0
Fuentes de soda		0			)	0		Fuentes de soda			0	$\neg$	(	)		0
Observaciones:	texto					L.		Observacion	nes:	texto						
Agencias de	Viaje	0	E	Establecir	nientos r	egistrados		Agen	icias de	Viaje		0	Estab	lecimien	tos regis	trados
Mayoristas					0			Mayoristas				-			0	
Internacionales				0			Internacionales				-			0		
Operadoras				0			Operadoras			- 0	-			0		
Observaciones:	texto							Observacion	nes:	texto						
Guia Local	Nac	ional Nacion Especializ		Cul	tura	0		Guía	Local	Naci	ional	Nacio		Cul	tura	0
□ 0	(	0 0		Ave	ntura	0			0	(	)	0		Ave	ntura	0
Observaciones:	texto							Observacion	nes:	texto				W		
5.2 Facilidades en el e	ntorno a	al atractivo		7												
Categoría (M)		Tipo (M)			Can	tidad	Co	ordenadas	Ad	Iministra	dor	Accesit		В	stado (l	J) M
	Punto de	e Información		₹		1	-4.230	084,-79.436231		GADM-G		·			Ø	
	I-Tur				- 6	0		0		texto			ı			
a. De apoyo a la gestión turística	Centro d	le interpretación				0		0		texto			ı			
☑	Centro d	le facilitación turística	9		- 0	0		0		texto			ı			
	Centro d	le recepción de visita	ntes		10	0		0		texto			ı			
	Garitas (	de guardianía				0		0		texto			l			
b. De observación y	Miradore	es			1	0		0		texto			ı			
vigilancia	Torres d	le avistamiento de av	es		- 1	0		0		texto			ı			
	Torres salvavid	de vigilancia as	para		1	0		0		texto			1			
	Sendero				.1	0		0		texto			ı			
c. De recorrido y	Estacion	nes de sombra y desc	anso		10	0		0		texto			ı			
descanso	Áreas de	e acampar			- 9	0		0		texto			1			
	Refugio	de alta montaña			181	0		0		texto			ı			
	Baterías	sanitarias			3	0		0		texto			ı			
d. De servicio						- 1							_			
₹	Estacion	namientos		V	S	5/1		0		S/I		2	I.		$\checkmark$	
e. Otros □	Estacion	namientos		☑		5/1		0		S/I texto					<b>Ø</b>	





Observaciones:	texto											
5.3 Complementarios	a la activ	vidad turística (	М)	Ø								
		a. En el Atra	ctivo 🗹				b. En la	ciudad c	poblado cerca	ino	Ø	
Alquiler y venta di especializado	e equipo	0	Venta de merchandising	artesanías	у 🗾	Alquiler y venta especializado	de equipo	· 🗹	Venta de merchandising	artesanía	as y	<b>Ø</b>
Casa de cambio		Cajero automátic	:o 🗹	Otro		Casa de cambio		Cajero	automático	<b>Ø</b>	Otro	
Especifique: texto						Especifique: te:	xto					
Observaciones:	texto					00000						
6. ESTADO DE CONS	ERVACIÓ	N E INTEGRAC	CIÓN ATRACTIV	O / ENTORNO	0			SI	☑ NO		S/I	
6.1 Atractivo (U)	V											
a. Conservado	Ø	b. Altera	ado		c. En p	roceso de deterioro			d. Deteriorado			
Observaciones:	texto											
6.1.1 Factores de alter	ación y de	eterioro (M)	*									
6.1.1.1 N	aturales (	M)				6.1.1.2 Antrópicos	/ Antropogér	nicos (M)	)			
a. Erosión			a. Actividades aq ganaderas	grícolas y		b. Actividades forest	tales		c. Actividades e minería	xtractivas /	à	
b. Humedad			d. Actividades in	ndustriales	7	e. Negligencia / aba	ndono	Ø	f. Huaquearia			
c. Desastres naturales			g. Conflicto de te	enencia		<ul> <li>h. Condiciones de us exposición</li> </ul>	so y	Ø	i. Falta de mante	enimiento		<b>J</b>
d. Flora/Fauna		v	j. Contaminación	del ambiente		k. Generación de res	siduos		I. Expansión urb	ana		<b>I</b>
e. Clima		Ø	m. Conflicto polí	tico / social		n. Desarrollo industr	ial / comercial		o. Vandalismo			<b>3</b>
Otro			Especifique:	texto								
Observaciones:	texto											
6.2 Entorno (U)	Ø											
a. Conservado	Ø	b. Altera	ado		c. En p	roceso de deterioro			d. Deteriorado			
Observaciones:	texto											
6.2.1 Factores de alter	ación y de	eterioro (M)										
6.2.1.1 N	aturales (	M)				6.2.1.2 Antrópicos	/ Antropogér	nicos (M)	)			
a. Erosión		2	a. Actividades aq ganaderas	grícolas y	<b>2</b>	b. Actividades forest	tales		c. Actividades e minería	xtractivas /	(C	
b. Humedad			d. Actividades in	ndustriales	<b>V</b>	e. Negligencia / aba	ndono	v	f. Huaquearía			
c. Desastres naturales			g. Conflicto de te	enencia		h. Condiciones de us exposición	so y	Ø	i. Falta de mante	enimiento		Ø
d. Flora/Fauna			j. Contaminación	del ambiente		k. Generación de res	siduos		I. Expansión urb	ana		<b>3</b>
e. Clima		Ø	m. Conflicto polí	tico / social		n. Desarrollo industr	ial / comercial		o. Vandalismo			7
Otro			Especifique:	texto								
Observaciones:	texto											
6.3. Declaratoria del e	espacio tu	urístico asociac	do al atractivo		ll l							
a. Declarante:		texto	b. Denomina	ición:	texto	b. Fecha declaraci		texto	c. A	Icance:	te	xto
Observaciones:	texto											
7. HIGIENE Y SEGUR	DAD TUE	RÍSTICA						SI	☑ No		S/I	
7.1 Servicios Básicos			Ø									
		a. En el atra	ctivo 🗹				b. En la ciu	idad o p	oblado mas ce	rcano		
Agua:	V					Agua			Po	table		
Especifique: texto						Especifique: te:	xto					
Energía eléctrica:	✓					Energía eléctrica			Red eléctrica d	e servicio p	público	
Especifique: texto						Especifique: te:	xto					
Saneamiento:	<b>V</b>					Saneamiento:			Red	pública		





							-								
Especifique:	texto							Espec	ifique: texto						
Disposición de de	esechos 🗹						Di	isposic	ión de desechos [	_	20	Carro Re	colecto	r	
Especifique:	texto						3	Espec	ifique: texto						
Observacion	es: texto														
7.2 Señalética	en el atractivo														
		20.0						- 1	7.2.3. Materialidad				7	.2.4. Est	ado
7.2.1 Ambiente		7.2.2.	Tipo			a. Madera	b.Alumir	nio	c.Otro		Especifique		В	R	М
	Pictograma de atr	ractivos r	aturales			0	0		0		texto				
	Pictograma de atr	ractivos o	ulturales	0		0	0		0		texto				
	Pictograma de ac	ctividades	turística	s		0	0	Ì	0		texto				
En áreas	Pictograma de se	ervicios d	е ароуо			0	0		0		texto				
urbanas	Pictogramas de re	estricción				0	0		0		texto				
	Tótems de atracti	ivos turíst	ticos			0	0		0		texto				
	Tótems de sitio					0	0		0		texto				
	Tótems direccion	ales				0	0		0		texto				
	Pictograma de atr	ractivos r	naturales			0	0		0		texto				
	Pictograma de atr	ractivos o	ulturales			0	0		0		texto				
	Pictograma de ac	tividades	turística	s		0	0	-	0		texto				
	Pictograma de se	ervicios d	e apoyo			0	0		0		texto				
	Pictogramas de re	estricción				0	0		0		texto				
En áreas	Señales turísticas	s de apro	ximación			0	1		0		texto			V	
naturales	Paneles de direct	cionamie	nto hacia	atractive	os	0	0		0		texto				
u	Panel informativo	de atrac	tivos			0	0		0		texto				
	Panel information	vo de	direccio	namient	o hacia	0	0	7	0		texto				
	Mesas interpretat					0	0		0		texto				
	Tótem de sitio					0	0		0		texto				
	Tótem de direccio	onamient	0			0	0	· ·	0		texto				
Letreros informativos	De información be	otánica				0	0		0		texto				
	Normativos de co	onciencia	ción			0	0		0		texto				
Señalética interna de seguridad	Protección de los	element	os del ati	activo		0	0		0		texto			_	0
Otros 🖸						Posee el nombre	al ingresar	al luga	r donde ser realiza	la feria					
Observacion	nes: texto														
7.3 Salud (más	cercano) (M)		<b>2</b>												
1		a. Er	el atra	ctivo	✓				b. En	la ciuda	ad o poblado m	as cerc	ano		
Hospital o Clínica						0	Н	ospital	o Clínica				0		
Puesto / Centro d	e salud 🗹					1	Pu	uesto /	Centro de salud				0		
Dispensario médi	со 🗆	Cantidad			(	0	Di	spensa	ario médico		Cantidad		0		
Botiquín de prime auxilios	ros 🗆	ပိ			(	0		otiquín exilios	de primeros		3		0		
Otros						0		ros					0		
Observacion	nes: texto														
7.4 Seguridad (	M)		Ø												
a. Privada					texto										
b. Policía nacior	nal		Ø	alle alle	UNIDAD	POLICIAL COMU	INITARIA G	ONZA	NAMA						





		100														
c. Policía metropolitana	/ Municipal		Del	texto												
d. Otra				texto												
Observaciones:	texto															
7.5 Servicio de comun	icación de uso	público (	M)	1	<b>2</b>											
	a. E	n el atrac	tivo	☑					b. E	n la ciu	dad o p	oblado	mas cer	cano	✓	
Telefonia (M)		Conexió	n a inte	rnet (M)	Œ	]	Telefo	onía (M)	<b>2</b>			Conex	ón a inte	ernet (M)	<b>V</b>	
Fija 🗹	Línea telefónica	[	<b>4</b>	Fibra ópti	ica 🗆	ı	Fija		<b>V</b>	Línea te	lefónica	<b>V</b>	Fibra ó	otica		
Móvil 🖸	Satélite	τ		Redes in	alámbricas 🗵	ı	Móvil		<b>2</b>	Satélite			Redes	nalámbrio	cas	<b>V</b>
Satelital		Tele	fonía m	nóvil	V	i	Satelita	ıl				Telefo	nía móvil			<b>V</b>
Observaciones:	texto															
Radio portátil (U)																
De uso exclusivo para e	el visitante			De uso	o exclusivo para c	omuni	cación	interna		De uso	exclusiv	vo en ca	so de er	nergenci	а	
Observaciones:	texto															
7.6 Multiamenzazas (N	1)															
Deslaves				Sismos			E	rupcione	s volcánic	as			Incendios	forestale	es	П
Sequia			In	undacione	es			Agu	uajes				Tsu	nami		
¿Existe un plan de cont de catástrofes?	ingencia en caso		nstitucio	ón que ela	aboró el	texto		Nombre			texto		Año elabora	de		0
Observaciones:	texto		accamo					docume					oldbold	0.011.		
8. POLÍTICAS Y REGU	LACIONES										SI		NO		S/I	2
a. ¿El GAD cuenta con el	Plan de Desarrol	lo Turistico	Territor	rial?		SI		NO				Año	de elabo	ración:	:	2016
b. ¿El atractivo se encuer	itra dentro de la p	lanificación	turístic	a territoria	al (GAD'S)?				SI		NO			Espec	cifique:	
c. ¿Existen normativas qu	ie se apliquen pai	ra el desam	ollo de l	la activida	d turística en el atra	ctivo?	Ų.		SI		NO			Espec	cifique:	7
texto																
d. ¿Existen ordenanzas q	ue se apliquen pa	ıra el desar	rollo de	la activida	ad turística en el atra	activo?	,		SI		NO			Espec	cifique:	<u>l</u>
texto																
Observaciones:	texto															
9. ACTIVIDADES QUE	SE PRACTICAL	N (U)									SI	✓	NO		S/I	
9.1 ATRACTIVOS NAT	URALES (M)															
9.1.1 En el Agua (M)																
a. Buceo	☐ b. Kaya	ık de mar			c. Kayak lacustre			d. Kaya	k de Río			e. Surf				
f. Kite surf	☐ g. Rafti	ng			h. Snorkel			i. Tubin	g			j. Rega	a			
k. Paseo en panga	☐ I. Pased	o en bote			m. Paseo en lancha			n. Pase	o en moto	)		o. Para	sailing			
p. Esquí acuático	☐ q. Bana	ına flotante			r. Boya				deportiva	1	0	Otro			texto	)
Observaciones:	texto															
9.1.2 En el Aire (M)																
a. Alas Delta	☐ b. Cano	ору			c. Parapente			d Otro					te	xto		
Observaciones:	texto			2000			570793	19410101000		0.70003						
9.1.3 En Superficie Terr		2														
a. Montañismo	☐ b. Esca				c. Senderismo			d. Ciclo	turismo			e. Cany	onina			
f. Exploración de cuevas	g. Activ	ridades		52 - 90	h. Cabalgata			i. Camir				j. Camp	N 78///			
k. Picnic	I. Obse	tivas rvación de	flora y		m. Observación de	astros		n. Otro	**************************************					xto		
Observaciones:	fauna							-55					0.00			
9.2 ATRACTIVOS CUL		7														
	(0)	-														





9.2.1 Tangibles e intangibl	es 🗹																
a. Recorridos guiados		7	b. Recorri	ido autogu	iados					V	c. Visita	a a taller	es artístic	:08			
h. Participación en talleres a	rtísticos		d. Visita a	talleres a	rtesana	iles					i. Partic	cipación	en tallere	s artesan	ales		
e. Exposiciones temáticas p y eventuales	ermanentes, ter	mporales 🗾	f. Exhibit originales		piezas,	muest	ras, ot	oras,	etc.,	✓	i. Activi	idades vi	ivenciales	y/o lúdio	as		V
g. Presentaciones o represe	ntaciones en viv	/o 🗵	h. Muestra	as audiovi	suales						g. Foto	grafía					7
j. Degustación de platos trad	icionales	7	I. Participa	ación de la	a celebr	ración				V	m. Con	npra de a	artesanías	6			<b>V</b>
n. Convivencia			o. Medicir	na ancestr	al						Otro				texto		
Observaciones: te	xto																
10. PROMOCIÓN Y COM	ERCIALIZACI	ÓN DEL ATRAC	TIVO									SI		NO		S/I	V
10.1. Medios de Promoci	ón del Atracti	ivo (M)															
¿Existe un plan de promoc	ción turística ca	antonal?		s	L		NO			Espec	cifique:	texto					
¿El Atractivo se encuentra	incluido en el	plan de promoci	ión turístic	o canton	al?		SI		N	0							
Medio F	romocional			Direco	ción y n	ombre	de los	medio	s pron	nocion	ales		F	Periodicio	dad de l	a promo	ción
a. Página WEB			URL:				t	exto							Ningur	ia	
b. Red Social			Nombre:	te	xto										Ningur	ıa	
c. Revistas Especializadas			Nombre:	te	xto										Ningur	ia	
d. Material POP			Nombre:	te	xto										Ningur	ia	
e. Oficina de Información Tu	rística		Nombre:	te	xto										Ningur	ıa	
f. Medios de comunicación (	radio, tv, prensa	) 🗆	Nombre:	te	xto										Ningur	ia	
g. Asistencia a ferias turístic	as		Nombre:	te	xto										Ningur	a	
h. Otro			Nombre:	te	xto										Ningur	ıa	
Observaciones: te	xto		•										•				
10.2. El atractivo forma p	arte de una o	ferta establecio	da (paque	te turísti	co)		SI			NO	Ø	Espe	cifique:	texto			
Observaciones: te	xto																
11. REGISTRO DE VISITA	ANTES Y AFL	UENCIA (M)										SI		NO	•	S/I	•
11.1. Frecuencia de visit	a según datos	estadísticos															
a. ¿Posee un sistema de reg	istro de visitant	es? SI		NO 🗆	ı	Tipo:	Digital		P	apel		Ai	ios de re	gistro		0	
b. ¿Se genera reporte de est	adísticas de vis	ita al atractivo?		sı 🗆	1	NO		į	Frecue	ncia d	e los rep	oortes:			Ningur	ia	
c. Temporalidad de visita al	atractivo																
Alta (meses)	U U U					texto							ro de ntes			0	
Baja (meses)	Especifique					texto							Número de visitantes			0	
d. Llegada de turistas													- Alt				
☐ Turista nacion	al	Llegadas men	suales	Total an	nual		Ti	urista e	extranje	ero		Lleg	adas me	nsuales		Total Ar	iual
	texto	0		0						te	xto		0			0	
Ciudades de origen	texto	0		0		Pai	ses de	origen		te	xto		0		7	0	
	texto	0		0	$\neg$					te	xto		0			0	
Observaciones: te	xto														4		
11.2. Frecuencia de visit	a según infor	mantes clave															
Nombre del Informante Cla	ave:		text	0				c	Contact	tos:				(+593)			
Den	anda según dí	as de visita							De	manda	a según	frecuenc	ia de visi	ta			
Lunes a viernes 0	Fines de semana	0 Días fo	eriados	0	Perma	nente		E	Estacio	nal		Esp	orádica		Ine	kistente	
Observaciones: ta	arta																







## FICHA N°13: Santuario al Señor del Buen Suceso y de Nuestra Señora del Carmen





	F	ICHA PAR	A EL LEVAN	TAMIENTO Y J	ERARQI	UIZACIĆ	N DE ATRA	CTIVOS TUF	RÍSTICO	os				
. 1	1	1	0 7	5 0	M	С	0	1 0	1	0	2	0	0	13
Código del atractivo:	Pro	vincia	Cantón	Parroquia	Cate	egoría	Tipo	Sub	tipo	Jerard	quía	At	tractivo	)
1. DATOS GENERALES									22					
				1.1 Nombre	del Atrac	ctivo Tu	rístico							
	SAN	NTUARIO	AL SEÑOR	DEL BUEN S	UCES	D Y NU	ESTRA SE	ÑORA DE	L CAR	MEN				
1.2 Ca	tegoría			Emile 11 (Meleniane) and amelen and a VV 1440	1.3 Tipe						Subtipo			
MANIFESTACION		RALES		ARG	QUITECT				Н	7.00	A / VERN	ÁCULA		
2. UBICACIÓN DEL ATRA		Manage Manage A												
	ovincia			-	.2 Cant	ón		1		2.3	Parroquia	1		
	OJA				ONZANA						NZANAMA			
2.4 Barrio, Se		una		2.5 Calle Pri			2.	6 Número				ansvers	sal	
	ANAMÁ			QUITO	70			S/N				AGOST		
2.8 Latitud (gra		ales)		2.9 Longitud (g		ecimale	s) <u>Clic</u>			2.10 A	ltura (msr			
	30207	,		0.50	79,4357		•				2.053			
2.11 Información del admi														
a. Tipo de Administrador:			PUBLICO		b. Nom	bre de la	a Institución:	GAD PA	ARROQI	UIAL				
c. Nombre del Administrado	r: texto					jo que o		texto						
e. Teléfono / Celular:	e de la constante		(+593)			eo Electr		texto						
Observaciones: tex	to		S. Apacarcoso				2000-0-0004-	Springer.						
3. CARACTERISTICAS DE	L ATRACTI	vo												
3.1 Características climato	ológicas		Ø.											
a. Clima:		Templado		b. Te	emperatu	ra(°C):	18	c. Pr	ecipitaci	ón Pluvion	nétrica (mm	n):	900 a	1200
3.2 Línea de producto al q	ue pertene	ce el atract	ivo (U)	•								<u> </u>		
a. Cultur	a		<b>2</b>	b. Na	uraleza			3		c. Ave	ntura			
3.3 Escenario donde se lo	caliza el atr	activo turís	stico	2										
a. Prístino	b. Pr	imitivo		c. Rústico N	atural			d. Rural			e. Urbai	no 🗵	3	
3.4 Ingreso al atractivo (U	)	2												
	b. Horario	de Atención	1				С	. Atención						
a. Tipo de Ingreso	Ingreso	Salida	а То	dos los días	Fine	s de sen		Solo días hát	oiles	Otr	0	Es	pecifica	ır
Libre 🗹	8:00	17:00		2							1		texto	
Restringido 🗆	0:00	0:00	,							_	1		texto	
Pagado 🗆	0:00	0:00									1		texto	
d. Maneja un sistema de res	servas:		f. Forma de	Efectivo			nero 🗆	Depo			Tarjeta	de Dét	oito	
e. Precio: Desde 0.	00 Hasta	0,00	Pago:	Tarjeta de Créd	lito		Transference	cia Bancaria			Cheque			
g. Meses recomendables de	e visita:			•			te	xto						
Observaciones: text	to	•												
4. ACCESIBILIDAD Y CON	ECTIVIDAD	AL ATRAC	стіуо						SI	<b>2</b>	NO		S/I	
a. Nombre de la ciudad o po	blado más o	cercano (Qu	ie presente co	ondiciones mínin	nas de se	ervicios)	:			CA	TAMAYO			
b. Distancia desde la ciuda poblado más cercano:	ad o 43,5	km c.	Tiempo esplazamiento	estimado de en auto:	0:50	h/min		adas (grados nales):	Lat.:	0	Lo	ng.:	0	)
Observaciones: text	0													
4.2 Vias de Acceso (M)		2												
	Hang.	Tipo de	via	Coordenada o	le inicio	Coo	rdenada de fi	n Distanc	ia (km)	Tipo	de materia	al	Esta	ado
	a. Prim	er orden	Ø.	-4.230207,-79.	435747	-4.230	0084,-79.4362	31 190	m	AS	FALTADO		Bue	eno





a. ronosno	(141)	ü	b. Segundo ord	en 🗆		0			0		0		texto			
			c. Tercer orden			0			0		0		texto			
Observacio	nes:	texto	Ž.		20							ēļ:			***	
		Mar	ítimo 🗆	Puerto / Muelle de partida	tex	do					o / Muelle de Llegada	1	exto			
b. Acuático (U)		Lac	ustre 🗆	Puerto / Muelle de partida	tex	do	Estado				o / Muelle de Llegada	-	exto	Estado		
		Flu	ıvial 🗆	Puerto / Muelle de partida	tex	do					o / Muelle de Llegada	A	exto			
Observacio	nes:	texto		-												
c. Aéreo (U)				Na	cional:						Internacional:					
Observacio	nes:	texto														
4.3 Servicio de	transp	oorte (M)	t	2												
a. Bus	2	b. Buse	ta 🗹	c. Transporte 4x	4	2	d. Taxi		Ø		e. Moto taxi		f. Tele	férico		
g. Lancha		h. Bote		i. Barco			j. Canoa	э			k. Avión		I. Avio	neta		
m. Helicóptero		n. Otro		Especifique												
Observacio	nes:	Ranche	ras, Camionetas													
4.3.1 Detaile de	trans	porte ha	cia el atractivo	(M)												
							c. Fre	cuencia	i							
Nombre de presta el servicio	la coop	perativa o	asociación qu	b. Estación / t	erminal	Diaria	Semanal	Mensual	Eventual		d. Deta	lle (Trasi	ado orige	n / destir	10)	
COOPERATIVA	DE TRA	NS. CAR	AMANGA	TERMINAL		Ø				LOJA-CA	ARIAMANGA					
COOPERATIVA	DE TRA	NS. LOJA		TERMINAL		•				LOJA-CA	ARIAMANGA					
COOPERATIVA	DE TRA	NS. 30DE	SEPTIEMBRE	GONZANAMÁ		2				GONZA	NAMÁ					
texto				texto						texto						
texto				texto						texto						
4.4 Condicione	s de a	ccesibili	dad del atracti	vo turístico al m	edio físic	o para	persona	as con	discapad	idad (M)		V				
General	-		oacidad   sica	Discapacidad Visual			pacidad iditiva		Disca	pacidad li	ntelectual o Ps	icosocia			No es cesible	
Observacio	nes:	texto														
4.5 Señalizació	n															
a. Señalización d	e aprox	imación a	l atractivo	□ Esta	ado (U)	В	ueno			Reg	ular 🗆		ı	Vlalo		
Observacio	nes:	No exist	te señalización a	I momento de apro	ximarse o	ingres	ar al Santu	ario								
5. PLANTA TUI	RÍSTIC	A / COM	PLEMENTARIO	os							SI	<b>V</b>	NO		S/I	
5.1 Planta turis	tica (N	1)		(0	_											
			a. En el Ati	ractivo 🗹						b.	En la ciudad	o pobla	do cerc	ano		
Alojamier	ito		Establecim		nero de		nero de		Alojamie	nto		lecimient		nero de		nero de





Cidano													
Hotel		0		0	0	Hotel			0	(	)		0
Hostal	☑	2	13	34	34	Hostal			0		)		0
Hostería	V	1		6	6	Hostería	1		0	(	)		0
Hacienda Turística		0		0	0	Hacienda Turística	a		0	(	)		0
Lodge		0		0	0	Lodge			0	(	)		0
Resort		0		0	0	Resort			0		)		0
Refugio		0		0	0	Refugio			0	(	)		0
Campamento Turístico		0		0	0	Campamento Turí	stico		0	(	)		0
Casa de Huéspedes		0		0	0	Casa de Huésped	es		0	(	)		0
Observaciones:	texto					Observacion	es:	texto					
Alimentos y bebidas		Establecimientos registrados		ero de esas	Número de Plazas	Alimentos y bebidas			blecimientos egistrados	Núme Me:			nero de azas
Restaurantes		0		0	0	Restaurantes			0	(		T	0
Cafeterías		0		0	0	Cafeterías			0.	(	)		0
Bares		0		0	0	Bares			0	(	)		0
Fuentes de soda		0		0	0	Fuentes de soda			0	(	)		0
Observaciones:	texto			0.	k*	Observacion	es:	texto					
Agencias de	Viaje	. E	stableci	imientos re	egistrados	Agen	cias de	Viaje		Estab	lecimie	ntos regis	strados
Mayoristas		-		0		Mayoristas						0	
Internacionales		-		0		Internacionales						0	
Operadoras				0		Operadoras						0	
Observaciones:	texto	1				Observacion	es:	texto					
Guía Local	Naci	ional Nacional Especializado	Cu	ltura	0	Guía	Local	Naci		cional ializado	Cı	iltura	0
	-	0 0	Ave	entura	0	П	0	(		0	Av	entura	0
Observaciones:	texto					Observacion	es:	texto		58.			
5.2 Facilidades en el e	ntorno a	al atractivo	<b>3</b>										
Categoría (M)		Tipo (M)		Cant	idad	Coordenadas	Ad	ministrac		ibilidad ersal		Estado (	
	Punto de	e Información	<b></b>	1	-4.2	230084,-79.436231		GADM-G			В	R	M
	I-Tur			0	)	0		texto					
a. De apoyo a la gestión		le interpretación		0		0		texto	-				
turística		le facilitación turística	_	C		0		texto			_	_	
		le recepción de visitantes		C		0		texto			_	_	
		de guardianía		0		0		texto					
	Miradore			C		0		texto					
<ul> <li>b. De observación y vigilancia</li> </ul>		e avistamiento de aves		0		0		texto					
	Torres	de vigilancia para		0		0		texto					
	salvavid	as		0	-	0		texto					
		nes de sombra y descanso		0		0		texto					
c. De recorrido y descanso		e acampar	0.00	-						7	7	V	
	900000000000000000000000000000000000000	estage et report et port tre.		0	-	0		texto					
_		de alta montaña		0		0	-	texto					
d. De servicio		sanitarias		0		0		texto					
<b>Ø</b>	Estacion	amientos	V	S		0		S/I		Ø		☑	П
e. Otros				C	)	0		texto					





Observaciones:	texto								
5.3 Complementarios	a la actividad ti	uristica (M	) Z						
	a. E	n el Atrac	tivo 🗹		b. En la	iudad o	poblado cercano		
Alquiler y venta d especializado	e equipo		/enta de artesanías nerchandising	у 🗾	Alquiler y venta de equipo especializado	, 🗆	Venta de artesan merchandising	ías	<sup>у</sup>
Casa de cambio	☐ Cajero	automático	☑ Otro		Casa de cambio	Cajero	automático 🔲	Otro	
Especifique: texto					Especifique: texto				
Observaciones:	texto				-				
6. ESTADO DE CONS	ERVACIÓN E IN	ITEGRACI	ÓN ATRACTIVO / ENTORN	Ю		SI	☑ NO □	S/I	
6.1 Atractivo (U)	<b>V</b>								
a. Conservado	Ø	b. Alterad	o 🗆	c. En pi	roceso de deterioro		d. Deteriorado		
Observaciones:	texto								
6.1.1 Factores de alter	ación y deterioro	(M)							
6.1.1.1 N	laturales (M)	8			6.1.1.2 Antrópicos / Antropogér	nicos (M)			
a. Erosión			a. Actividades agrícolas y ganaderas		b. Actividades forestales		c. Actividades extractivas minería	1	
b. Humedad			I. Actividades industriales		e. Negligencia / abandono	<b>V</b>	f. Huaquearía		
c. Desastres naturales		ç	. Conflicto de tenencia		h. Condiciones de uso y exposición		i. Falta de mantenimiento		7
d. Flora/Fauna		j	Contaminación del ambiente		k. Generación de residuos		I. Expansión urbana		
e. Clima		r	n. Conflicto político / social		n. Desarrollo industrial / comercial		o. Vandalismo		Ø
Otro			Especifique: texto						
Observaciones:	texto								
6.2 Entorno (U)	<b>9</b>								
a. Conservado	<b>2</b>	b. Alterad	0 🗆	c. En pi	roceso de deterioro		d. Deteriorado		
Observaciones:	texto			***************************************					
6.2.1 Factores de alter	ación y deterioro	(M)							
6.2.1.1 N	laturales (M)				6.2.1.2 Antrópicos / Antropogér	nicos (M)	}		
a. Erosión			a. Actividades agrícolas y ganaderas		b. Actividades forestales		c. Actividades extractivas minería	1	
b. Humedad		-	I. Actividades industriales		e. Negligencia / abandono	v	f. Huaquearia		
c. Desastres naturales		9	. Conflicto de tenencia		h. Condiciones de uso y exposición		i. Falta de mantenimiento		7
d. Flora/Fauna		j	. Contaminación del ambiente		k. Generación de residuos		I. Expansión urbana		
e. Clima		,	n. Conflicto político / social		n. Desarrollo industrial / comercial		o. Vandalismo		7
Otro			Especifique: texto						
Observaciones:	texto								
6.3. Declaratoria del	espacio turístico	asociado	al atractivo	]					
a. Declarante:	texto		b. Denominación:	texto	b. Fecha de declaración:	texto	c. Alcance:	tr	exto
Observaciones:	texto				decidation.				
7. HIGIENE Y SEGUR	IDAD TURÍSTICA	A				SI	☑ NO □	S/I	
7.1 Servicios Básicos	;		Ø						
	a. E	n el atrac	tivo 🗹		b. En la ciu	dad o p	oblado mas cercano		
Agua:	7				Agua 🗆		Potable		
Especifique: texto					Especifique: texto				
Energía eléctrica:	<b>Z</b>				Energía eléctrica		Red eléctrica de servicio	público	6
Especifique: texto					Especifique: texto				
Saneamiento:	<b>2</b>				Saneamiento:		Red pública		





Especifique:	texto				E	specifique: texto					
Disposición de d	esechos 🗹				Disp	posición de desechos		Carro	Recolecto	er .	3:
Especifique:	texto				E	specifique: texto					
Observacion	nes: texto										
7.2 Señalética	en el atractivo										
						7.2.3. Materialidad	!		7	7.2.4. Est	tado
7.2.1 Ambiente		7.2.2	. Tipo	a. Madera	b.Aluminio	o c.Otro	E	specifique	В	R	М
	Pictograma de at	ractivos r	naturales	0	0	0		texto			
	Pictograma de at	ractivos	culturales	0	0	0		texto			
	Pictograma de ac	tividades	s turísticas	0	0	0		texto			
En áreas	Pictograma de se	ervicios d	e apoyo	0	0	0		texto			
urbanas	Pictogramas de r	estricciór	1	0	0	0		texto			
	Tótems de atracti	ivos turís	ticos	0	0	0		texto			
	Tótems de sitio			0	0	0		texto			
	Tótems direccion	ales		0	0	0		texto			
	Pictograma de at	ractivos i	naturales	0	0	0		texto			
	Pictograma de at	ractivos	culturales	0	0	0		texto			
	Pictograma de ac	tividades	s turísticas	0	0	0		texto			
	Pictograma de se	rvicios d	e apoyo	0	0	0		texto			
	Pictogramas de r	estricciór	1	0	0	0		texto			
En áreas	Señales turísticas	s de apro	ximación	0	1	0		texto		v	
naturales	Paneles de direc	cionamie	nto hacia atractivos	0	0	0		texto			
	Panel informativo	de atrac	tivos	0	0	0		texto			
	Panel informati atractivos, servici			hacia 0	0	0		texto			
	Mesas interpretat	tivas		0	0	0		texto			
	Tótem de sitio			0	0	0		texto			
	Tótem de direcció	onamient	0	0	0	0		texto			
Letreros informativos	De información b	otánica		0	0	0		texto			
	Normativos de co	onciencia	ción	0	0	0		texto			
Señalética interna de seguridad	Protección de los	element	os del atractivo	0	0	0		texto			
Otros 🗹				Posee el nombre	del Santuario	en su entrada principa	il(puerta)				
Observacio	nes: texto										
7.3 Salud (más	cercano) (M)		2								
		a. Er	n el atractivo 🕝			b. E	n la ciudad d	poblado mas ce	rcano		
Hospital o Clínica	ı 🗆			0	Hos	pital o Clínica			0		
Puesto / Centro o	le salud 🗹	,		0	Pue	sto / Centro de salud			0		
Dispensario méd	ico 🗆	Cantidad		0	Disp	ensario médico			0		
Botiquín de prime auxilios	eros 🗆	J		0	Botie auxi	quín de primeros lios			0		
Otros				0	Otro	s			0		
Observacio	nes: texto							Ti.			
7.4 Seguridad	(M)		<b>2</b>								
a. Privada			tex	to							
b. Policía nacion	nal		NN Be IN	IIDAD POLICIAL COMU	UNITARIA GO	NZANAMA					





c. Policía metropolitana	/ Municipal		Def	texto											
d. Otra				texto											
Observaciones:	texto			•											
7.5 Servicio de comun	icación de uso	público (N	1)	<b>•</b>											
	a. E	n el atracti	ivo	<b>V</b>				b. E	n la ciu	dad o p	oblado n	nas cer	cano	₹	
Telefonía (M)		Conexión	a inter	rnet (M)	G	2	Telefonia (M)	<b>2</b>			Conexió	n a inte	ernet (M)	V	
Fija 🗹	Línea telefónica	V	l	Fibra óptica	5	a	Fija	v	Línea to	elefónica	v	Fibra óp	ptica		
Móvil 🗵	Satélite	v	1	Redes inalái	mbricas 🗔	2	Móvil	Ø.	Satélite			Redes i	inalámbri	cas	Ø
Satelital 🗹		Telefo	onia mo	óvil	5	a	Satelital				Telefoni	ia móvil			Ø
Observaciones:	texto														
Radio portátil (U)															
De uso exclusivo para e	l visitante			De uso e	exclusivo para o	comun	icación interna		De uso	exclusiv	vo en cas	o de er	nergenci	ia	
Observaciones:	texto														
7.6 Multiamenzazas (M	1)														
Deslaves				Sismos		П	Erupcione	s volcánio	cas		Ir	cendios	s forestale	es	
Sequía			Inc	undaciones		П	Ag	uajes				Tsu	ınami		
¿Existe un plan de conti de catástrofes?	ngencia en caso		stitució	ón que elabo	oró el	texto	Nombr			texto		Año elabora	de	•	0
Observaciones:	texto														
8. POLÍTICAS Y REGU	LACIONES									SI		NO		S/I	<b>Ø</b>
a. ¿El GAD cuenta con el	Plan de Desarrol	lo Turístico T	Ferritori	ial?		SI	□ NO				Año d	e elabo	ración:	2	016
b. ¿El atractivo se encuen	tra dentro de la p	lanificación t	turístic	a territorial (C	GAD'S)?			SI		NO			Espe	cifique:	
c. ¿Existen normativas qu	e se apliquen par	ra el desarro	llo de la	a actividad tu	uristica en el atra	activo?		SI		NO			Espe	cifique:	
texto															
d. ¿Existen ordenanzas qu	ue se apliquen pa	ıra el desarro	ollo de	la actividad t	turística en el at	ractivo*	?	SI		NO			Espe	cifique:	
texto															
Observaciones:	texto														
9. ACTIVIDADES QUE	SE PRACTICAL	V (U)								SI	☑	NO		S/I	
9.1 ATRACTIVOS NAT	URALES (M)														
9.1.1 En el Agua (M)															
a. Buceo	□ b. Kaya	k de mar	-	□ c. ⊬	Kayak lacustre		☐ d. Kaya	ak de Río			e. Surf				
f. Kite surf	☐ g. Rafti	ng		☐ h. S	Snorkel		☐ i. Tubir	ng			j. Regata	r			
k. Paseo en panga	☐ I. Pased	en bote		□ m.	Paseo en lanch	а	n. Pase	eo en moto	0		o. Paras	ailing			
p. Esquí acuático	☐ q. Bana	ına flotante		□ r. B	Boya			deportiva	a		Otro			texto	•
Observaciones:	texto														
9.1.2 En el Aire (M)															
a. Alas Delta	□ b. Cano	рру		□ c. F	Parapente		□ d Otro					te	exto		
Observaciones:	texto														
9.1.3 En Superficie Terr	estre (M)	V													
a. Montañismo	☐ b. Esca	lada		☐ c. S	Senderismo		d. Cicle	oturismo			e. Canyo	ning			
f. Exploración de cuevas	☐ g. Activ	idades		☐ h. C	Cabalgata		☐ i. Cami	inata			j. Campii	ng			
k. Picnic	FS-04-1794-179-179-179-179-179-179-179-179-179-179	rvación de fl	ora y	□ m.	Observación de	astros	☐ n. Otro					te	exto		
Observaciones:	texto														
9.2 ATRACTIVOS CUL	TURALES (U)	Ø													

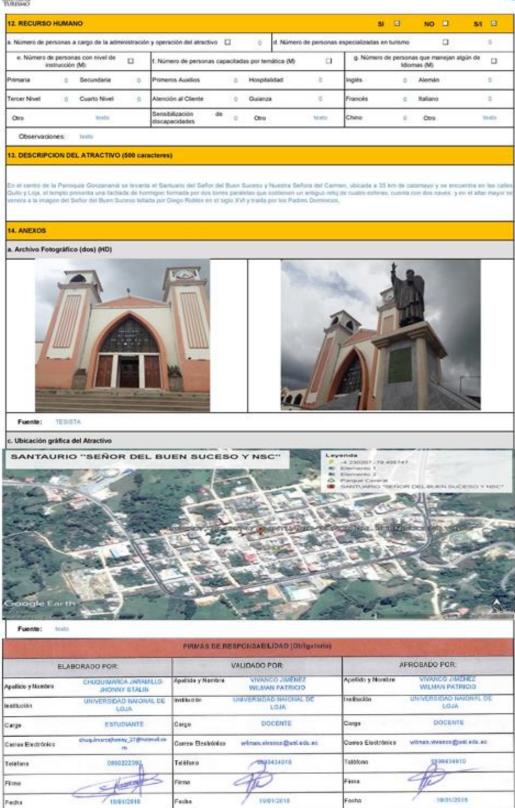




9.2.1 Tangibles e intang	jibles 🗵	]															
a. Recorridos guiados			Ø	b. Reco	rrido auto	oguiados	s			Ø	c. Visita	a a tallen	es artístic	os			
h. Participación en tallere:	s artísticos			d. Visita	a tallere	s artesa	anales				i. Partic	cipación (	en talleres	artesan	ales		
e. Exposiciones temáticas y eventuales	s permanen	tes, ten	nporales 🗹	f. Exhi original		e pieza	as, mues	stras, ol	oras, e	etc., 🗹	i. Activi	idades vi	venciales	y/o lúdio	as		
g. Presentaciones o repre	sentacione	s en viv	。	h. Mues	tras audi	ovisuale	es				g. Foto	grafía					7
j. Degustación de platos t	radicionales	3		I. Partic	ipación d	e la cele	ebración			₹	m. Con	npra de a	rtesanías				
n. Convivencia				o. Medi	cina ance	estral					Otro				texto		
Observaciones:	texto																
10. PROMOCIÓN Y CO	MERCIAL	IZACIO	ÓN DEL AT	RACTIVO								SI		NO		S/I	<b>V</b>
10.1. Medios de Promo	oción del a	Atracti	vo (M)														
¿Existe un plan de pron	noción turís	stica ca	intonal?			SI		NO		Esp	ecifique:	texto					
¿El Atractivo se encuen	ntra incluido	en el	plan de proi	noción turís	tico cant	onal?		SI		NO							
Medi	io Promoci	onal			Dire	ección y	y nombre	e de los	medios	promoci	onales		Р	eriodicio	dad de la	a promo	ción
a. Página WEB				URL:				B	texto						Ningun	а	
b. Red Social				Nombre	ı:	texto									Ningun	а	
c. Revistas Especializada	is			Nombre	1:	texto									Ningun	а	
d. Material POP				Nombre	):	texto									Ningun	a	
e. Oficina de Información	Turística			Nombre	1:	texto									Ningun	а	
f. Medios de comunicació	n (radio, tv,	prensa	) 🗆	Nombre	:	texto									Ningun	а	
g. Asistencia a ferias turís	sticas			Nombre	n:	texto									Ningun	а	
h. Otro				Nombre	1:	texto									Ningun	а	
Observaciones:	texto																
10.2. El atractivo form	a parte de	una o	ferta establ	ecida (paqı	uete turí	istico)		SI		NO	• •	Espe	cifique:	texto			
Observaciones:	texto																
11. REGISTRO DE VIS	ITANTES	Y AFL	JENCIA (M)									SI		NO	Ø	S/I	
11.1. Frecuencia de vi	sita según	datos	estadístic	os													
a. ¿Posee un sistema de	registro de	visitant	es? s	sı 🗆	NO		Tipo:	Digital		Papel		Ař	ios de reg	istro		0	
b. ¿Se genera reporte de	estadísticas	s de vis	ita al atractiv	0?	SI		NO		F	recuencia	de los rep	ortes:			Ningun	а	
c. Temporalidad de visita	al atractivo																
Alta (meses)		igue	2				texto						o de			0	
Baja (meses)		Especifique					texto						Número de visitantes			0	
d. Llegada de turistas																	
☐ Turista naci	ional		Llegadas	mensuales	Total	l anual		Т	urista e	xtranjero		Lleg	adas mer	suales		Total An	ual
	text	0		)		0					texto		0		Ι	0	
Ciudades de origen	text	0		0		0	Pa	aíses de	origen		texto		0			0	
	text	o o	į	)		0					texto		0			0	
Observaciones:	texto																
11.2. Frecuencia de vis	sita según	infor	nantes clav	re	V												
Nombre del Informante	Clave:			te	exto				С	ontactos:				(+593)			
D	emanda se	gún día	s de visita							Demai	nda según	frecuenc	ia de visit	a			
Lunes a viernes 0	Fines sema		0 D	as feriados	0	Perr	manente		Е	stacional		Esp	orádica		Inex	distente	
Observaciones:	texto					00											







## FICHA N°14: Fábrica de Lácteos "GONZANAMÁ MMCC"





			FI	ICHA P	ARA EL	LEVAN	TAMIENTO Y JE	RARQI	JIZACIÓ	N DE ATRA	ACTIV	os tur	isticc	s				
247000000	W. 10. All Mark		1	1	0	7	5 0	M	С	0	3	0	6	0	2	0	0	14
Código	del atractiv	<b>/</b> 0:	Prov	rincia	Car	ntón	Parroquia	Cate	goría	Tipo		Subt	ipo	Jera	rquía		Atractive	D
1. DATOS G	ENERALES	s																
							1.1 Nombre d	el Atrac	tivo Tu	ristico								
						FÁBRI	CA DE LACTE	OS "G	ONZAI	NAMÁ MN	/ICC"	9						
	1.2	2 Catego	oria					1.3 Tipe	)					1.	4 Subtip	00		
MA	NIFESTAC	IONES_	CULTUR	RALES		RE	ALIZACIONES_	TÉCNIC.	AS_Y_C	IENTÍFICAS	s		С	ENTRO	S INDUS	STRIALE	ES	
2. UBICACIÓ	ON DEL AT	RACTIV	0									<u> </u>						
	2.1	l Provin	cia				2	.2 Canto	ón					2.3	Parroq	uia		
		LOJA					GC	NZANA	MA					GO	NZANAI	MA.		
	2.4 Barrio,	Sector	o Comu	ına			2.5 Calle Pri	ncipal		:	2.6 Nú	imero			2.7	Transv	ersal	
	GC	ONZANA	MÁ				S/I				S/	N				S/I		
2	2.8 Latitud	(grados	decima	les)		:	2.9 Longitud (gr	ados de	ecimales	s) <u>Cli</u>	<u>ck</u>			2.10	Altura (n	nsnm)		
	-	4.23110	6				-	79.4336	39						2.051			
2.11 Informa	ación del a	dministi	rador															
a. Tipo de Ad	dministrado	r:			PRIN	/ADO		b. Nom	bre de la	a Institución	:	FÁBRIC	A DE L	ACTEOS	s "GONZ	ANAMA	ММСС	
c. Nombre de	el Administr	ador:	ING. M	ARCELO	MARTI	NEZ		d. Carg	o que o	cupa:	13	PROPIE	TARIO					
e. Teléfono /	Celular:				09930	61520		f. Corre	eo Electr	ónico:		texto						
Observa	ciones:	texto																
3. CARACTE	ERISTICAS	DEL AT	TRACTIV	10														
3.1 Caracter	ísticas clin	natológi	icas		☑													
a. Clima:				Templad	0		b. Te	mperatu	ra(°C):	18		c. Pre	ecipitacio	ón Pluvio	métrica (i	mm):	900 a	a 1200
3.2 Línea de	producto	al que p	ertenec	e el atra	activo (L	J)	•											
	a. Cı	ultura			☑		b. Nat	uraleza						c. Av	entura			
3.3 Escenari	io donde s	e localiz	za el atra	activo t	urístico		2											
a. Prístino			b. Pri	mitivo			c. Rústico Na	tural			d. R	ural			e. Ur	bano	Ø	
3.4 Ingreso	al atractivo	(U)			<b>J</b>													
a. Tipo de	Ingreso	b.	Horario d	de Aten	ción						c. Ate	nción						
		Ingi	reso	Sa	ilida	То	dos los días	Fine	s de sem feriados		Solo	días háb	iles	0	tro	1	Especific	ar
Libre		0:	00	0	:00												texto	
Restringido	2	0:	00	0	:00										v	Se pu debi	iede inres da autoria	sar con zación
Pagado		0:	00	0	:00									0			texto	
d. Maneja un	sistema de	e reserva	as:			ma de	Efectivo			nero rónico		Depó Banc			Tarje	eta de D	ébito	
e. Precio:	Desde	0,00	Hasta	0,00	Pa	igo:	Tarjeta de Créd	ito		Transferer	ncia B	ancaria			Cheque	•		
g. Meses rec	comendable	s de visi	ita:							t	exto							
Observa	ciones:	texto																
4. ACCESIB	ILIDAD Y C	ONECT	IVIDAD	AL ATF	RACTIVO	)							SI	v	NO		S/I	
				ercano	*******		ondiciones mínim	as de se	ervicios):	*				С	ATAMAY	0		
<ul> <li>b. Distancia poblado más</li> </ul>		ciudad o	43,5	km		empo amiento	estimado de en auto:	0:50	h/min	d. Coorde deci	nadas imales)		Lat.:	-3.9	833	Long.:	-79	9.35
Observa	ciones:	texto																
4.2 Vías de A	Acceso (M)	)		Ø														
				Tipo	de vía		Coordenada d	e inicio	Coor	rdenada de	fin	Distanci	ia (km)	Tipo	o de mat	erial	Est	tado
			a. Prime	r orden		•	-4.230084,-79.4	136231	-4.231	106,-79.433	639	200	m	A	SFALTAD	00	Bu	ieno





u. runcana	Vani	b. Seg	undo order	n 🗆	0			0	0		texto			
		c. Tero	er orden		0			0	0		texto			
Observacio	nes:	texto		-									-	
		Maritimo	ш	Puerto / Muelle de partida	texto				Puerto / Muelle d Llegada	е	texto			
b. Acuático (U)		Lacustre		Puerto / Muelle de partida	texto	Estado			Puerto / Muelle d Llegada	е	texto	Estado		
		Fluvial		Puerto / Muelle de partida	texto				Puerto / Muelle d Llegada	е	texto			
Observacio	nes:	texto												
c. Aéreo (U)				Nacion	nal:				Internacion	al:				
Observacio	nes:	texto												
4.3 Servicio de	trans	oorte (M)	⊌											
a. Bus	ø	b. Buseta	7	c. Transporte 4x4	2	d. Taxi		ø	e. Moto taxi		f. Telefé	irico		
g. Lancha		h. Bote		i. Barco		j. Cano	9.		k. Avión		I. Avione	eta		
m. Helicáptera		n. Olro	<b>J</b>	Especifique										
Observacio	nes:	Rancheras, Car	nionetas											
4.3.1 Detaile de	e trans	porte hacia el a	tractivo (	M)										
	- 8			27		c Fre	cuencia							
a. Nombre de presta el servicio		perativa o asocia	ación que	b. Estación / terr	Diaria	Semanal	Mensual	Eventual	d. Do	etalle (Tras	lado origen	/ destino	5)	
COOPERATIVA	DE TRA	ANS. CARIAMANG	iA.	TERMINAL	<b>2</b>				LOJA-CARIAMANGA	(S				
COOPERATIVA	DE TRA	NS LOJA		TERMINAL	Ø			П	LOJA-CARIAMANGA					
COOPERATIVA	DE TRA	NS. 30DE SEPTI	EMBRE	GONZANAMÁ	Ø				GONZANAMÁ					
texto				texto					texto					
texto				texto					texto					
4.4 Condicione	es de a	ccesibilidad del	atractive	o turístico al med	io físico par	a person	as con	discapa	cidad (M)	Ø				
General	2	Discapacidad Física		Discapacidad Visual		apacidad uditiva		Disca	pacidad Intelectual o	Psicosocia	al 🗆		No es esible	
Observacio	nes:	texto												
4.5 Señalizació	ón													
a. Señalización o	le aprox	imación al atractiv	т	Estado	r(U) E	Bueno	Ш		Regular L	ı	.M-	lalo	ш	
Observacio	nes:	No existe señal	ización al i	momento de llegar a	a la fábrica									
5. PLANTA TU	RISTIC	A / COMPLEME	NTARIO	S					5	§1 🗹	NO		S/I	
5.1 Planta turi:	stica (M	1)												
		a. E	n el Atra	ictivo 🗹					b. En la ciuda	d o pobl	ado cercar	no		
Aloiamier	nto	C) Es	tablecimie	entas Nümen	o de Nú	mero de	1	Moiamie	nto 🗇 Est	ablecimien	to Núme	ero de	Nún	nero de





UIGSMO													
Hotel	п	0	9	o	σ	Hotel			a	(	)		D
Hostal	2	2	13	34	34	Hostal		ם	g	- (	)	-	D
Hosteria	u	(4)	3	6	6	Hosteria		u l	a	(	)	-	ŏ
Hacienda Turística	0	0	1	a	D	Hacienda Turistica	a .		g	(	)		0
Lodge	п	0	70	a	0	Lodge		<u> </u>	0	(	,		D
Resort	п	0	10	0	0	Resort			а	(	)		0
Refugio	п	0	10	0	0	Refugio		٥	a	(	)		0
Campamento Turistico	п	D	1	a	D	Campamento Turi	stico	0	a		)		а
Casa de Huéspedes	п	0	9	0	0	Casa de Huésped	es		a		,		0
Observaciones:	texto					Observacion	es:	texto	1				
Alimentos y bebidas		Establecimientos registrados		ero de sas	Número de Plazas	Alimentos y bebidas		Establecir registra		Núme Me:			ero de azas
Restaurantes	<b>2</b>	2		30	120	Restaurantes		regista	raus	, MC			0
Cafeterias	ш	0	- 10	0	0	Cafeterias	ш	0	53	-	)		0
Bares	-	0		o	D	Bercs		0		(	,		0
Fuentes de soda		0		0	0	Fuentes de soda	_	0	7	(			D
Observaciones:	texto	7888		265	10600	Observacion	7.0	fexio	3				
Agencias de			Stablecin	mientos reg	ristrados		cias de		п	Estab	lecimier	tos regis	trados
Mayoristas				D		Mayoristas		- <u> </u>				0	
Internacionales				0		Internacionales					_	0	
Operadoras				0		Operadoras						0	
Observaciones:	texto					Observacion	ac.	texto				~	
Guia Local	Nacion	at Nacional	Cui	ltura	D		Local	Nacional	Nacio		C	tura	0
⊔ o	q	" Especializado	1	ntura	D	Ц	0	Ü	Especia	_		ntura	0
Observaciones:	texto		7175			Observacion		texto		-		HOLD.	.0
5.2 Facilidades en el e		atractivo	Ø					100110					
Categoria (M)		Tipo (M)	***	Cantic	lad C	oordenadas	9.4	ministrador	Accesil		E	stado (	U)
Garogona (m)	Punto de Ir	V. 100.00	M	Janua		0084,79.436231	-000	GADM-G	unive		B	R U	M
	FTur	rearrian.			6	0		texto		- 3			0
a. De apoyo a la gestión	_			0		0							
turistica		interpretación				2272		Jeada		746 675			
☑		facilitación turística		0	1 10	0		texto		(A)			
		recepción de visitantes		0		0		texto		. 3			0
		guardiania		0		0		texto					
b. De observación y vigilancia	Miradores	N V 1 W	_	0		0		texto		20			
		avistamiento de aves de vigilancia para		0		0		teado		- 3			
	salvavidas			0		0		texto					
	Senderos	due trongrativetti eti vivia -		0		0		texto		900 No.			
c. De recorrido y descanso	Estaciones	de sombra y descanso	П	0		0		texto.	L		Ц	П	Ц
	Áreas de a	camper		0		0		teada		1			
	Refugio de	alta montafla		0		0		texto		1			
d. De servicio	Baterias sa	enitarias		0		0		texto		1			
ı	Estacionan	nientos	4	S/I		0		8/1	Ŀ	1	ü	V	П
				_		- 3			-				





22.22.42								
Observaciones:	testo							
5.3 Complementarios	s a la activio	dad turistica (N	0 🗵					
		a. En el Atrac	tivo 🗹		b. En la	iudad o	poblado cercano	П
Alquiler y venta d especializado	le equipo		Venta de artesanías merchandising	y 🖸	Alquiler y venta de equipo especializado	, 0	Venta de artesan merchandising	iias y 🖪
Casa de cambio	□ с	ajero automático	☑ Otro		Casa de cambio 🔲	Cajero	automático 🔲	Otra 🗆
Especifique: texto					Especifique: texto			
Observaciones:	texto							
6. ESTADO DE CONS	SERVACIÓN	E INTEGRACI	ÓN ATRACTIVO / ENTORNO	D .		SI	☑ NO □	S/I 🗆
6.1 Atractivo (U)	Ø							
a. Conservado	2	b. Alterac	lo 🗆	c. En j	proceso de deterioro		d. Deteriorado	
Observaciones:	teodo							
6.1.1 Factores de alter	ración y dete	erioro (M)						
6.1.1.1 N	laturales (M)	)			6.1.1.2 Antrópicos / Antropogér	icos (M)	6	
a. Erosión			a. Actividades agricolas y ganaderas		b. Actividades forestales		<ul> <li>c. Actividades extractivas minería</li> </ul>	2 🗆
b. Humedad			d. Actividades industriales		e. Negligencia / abandono	Ø	f Huaquearia	
c. Desastres naturales			g. Conflicto de tenencia		<ul> <li>h. Condiciones de uso y exposición</li> </ul>	п	i. Falta de mantenimiento	Z
d. Flora/Fauna			. Contaminación del ambiente		k. Generación de residuos		I. Expansión urbana	
e. Clima		П	m. Conflicto politico / social	П	n. Desarrollo industrial / cornercial	П	o Vandalismo	াস
Otro			Especifique: texto					
Observaciones:	texto							
6.2 Entorno (U)	Ø							
a. Conservado	2	b. Alterac	ι <b>ο</b> Π	c. En j	proceso de deterioro 🗆 🗆		d. Deteriorado	
Observaciones:	texto							
6.2.1 Factores de alter	ración y dete	erioro (M)						
6.2.1.1 N	laturales (M	)			6.2.1.2 Antrópicos / Antropogén	icos (M)		
a. Erosión			a. Actividades agricolas y ganaderas		b. Actividades forestales		<ul> <li>c. Actividades extractivas minería</li> </ul>	, =
b. Humedad			d. Actividades industriales		e. Negligencia / abandono	Ø	f Huaquearia	
c. Desastres naturales			g. Conflicto de tenencia	П	<ul> <li>h. Condiciones de uso y exposición</li> </ul>	П	i. Falta de mantenimiento	3
d. Flora/Fauna			. Contaminación del ambiente		k. Generación de residuos		I. Expansión urbana	
e. Clima			m. Conflicto politico / social		n. Desarrollo industrial / cornercial		o Vandalismo	
Otro		ш	Especifique: texto					
Observaciones:	texto							
6.3. Declaratoria del	espacio turi	ístico asociado	al atractivo					
a. Declarante		texto	b. Denominación	texto	b. Fecha de declaración:	texto	c. Alcance:	texto
Observaciones:	texto							
7. HIGIENE Y SEGUR	IDAD TURİ	STICA				SI	☑ NO □	s/I 🗆
7.1 Servicios Básico:	5		•		- Pa			
		a. En el atrac	tivo 🗵		b. En la ciu	dad o p	oblado mas cercano	
Agua:	v		Patable		Agua 🗆		Potable	
Especifique: lexto					Especifique: lexto			
Energis eléctrica:	e e	Rec	l eléctrice de servicio público		Energía eléctrica 🗆		Red eléctrics de servicio	público
Especifique: texto					Especifique: texto			
Saneamiento:	Ø		Red pública		Saneamiento:		Red pública	





The second second					The state of the s									
Especifique:	texto				Es	pecifique: texto								
Disposición de d	esechos 🗹		Carro Recole	ctor	Disp	osición de desechos 🗌	]	Carro Recolector						
Especifique:	texto				Es	pecifique: texto								
Observacion	nes: texto													
7.2 Señalética	en el atractivo		☑											
						7.2,3. Materialidad		7.2.4 Estado						
7.2.1 Ambiente		7.2.2.	Тіро	a. Madera	b.Aluminio	c Otro	Especifique	B R	м					
	Pictograma de ati	ractivos n	naturales	a.	0	0	texto		П					
	Pictograma de atr	ractivos o	culturales	a	0	0	lexto	0 0						
	Pictograma de ac	tividades	turisticas	а	0	0	texto	0 0	0					
En áreas	Pictograma de se	rvicios de	e apoyo	a	0	0	texto	0 0						
urbanas	Pictogramas de n	estricción	(	g ·	0	0	lexto	0 0						
	Tôtems de atracti	vos turist	ticas	a	0	0	texto	<b>0</b> 0						
	Tôtems de sitio			G	0	0	texto	14 U	LI					
	Tótems direccion	ales		а	0	0	texto							
	Pictograma de ati	ractivos n	naturales	g	0	0	texto	0 0						
	Pictograma de ali	ractivos c	culturales	0	0	0	texto	0 0						
	Pictograma de ac	tividades	turisticas	a	0	Ď.	texto	0 0	0					
	Pictograma de se	rvicios de	е ароуо	a	0.	0	texto	·						
	Pictogramas de n	estricción		a	0	0	texto	L LI	ш					
En áreas	Sefiales turísticas	de aprox	ximación	0	1	0	texto							
naturales	Paneles de direct	cionamier	nto hacia atractivos	O	0	0	texto	<b>a a</b>						
	Panel informativo	de atrac	tivos	a	0	0	texto	0 0						
	Panel informati atractivos, servici		direccionamiento hacia vidades	G	0	0	fexto	0 0						
	Mesas interpretat	ivas		g	0	0	texto	0 0						
	Tótem de sitio			a	0	0	texto	Li Li I	ш					
	Tôtem de direccio	onamiento	0	0	0	0	texto							
Letreros informativos	De información b	otánica		a	0	0	texto	0 0	П					
	Normativos de co	nciencia	ción	0	0	0	lexto	0 0						
Señalética interna de seguridad	Protección de los	elemente	os del stractivo	0	0	0	plástico	<b>2</b> - 1	0					
Otros 🗆								-						
Observacio	nes: lexio													
7.3 Salud (más	cercano) (M)		ы											
0		a. En	el atractivo 🖸			b. En	la ciudad o poblado r	mas cercano 🗆						
Hospital o Clinica			ţ	)	Hosp	ital o Clinica		0						
Puesto / Centro d	le salud ☑		3	1	Pues	to / Centro de salud		0						
Dispensario méd	ico 🗆	Cantidad	Ţ	>	Dispe	ensario médico	Cantidad	D						
Botiquin de prime auxilios	eros 🗆	٥	t	)	Botiq auxili	uin de primeros os		D .						
Otros	П		1	5	Otros		П	Д						
Observacio	nes: texto						uv vi							
7.4 Seguridad	(M)		Ø											
a. Privada			□ texto											
b. Policia nacio	nal		□ ≜ UNIDAD	POLICIAL COMU	INITARIA GON	IZANAMA								





Company (c)														32
c. Policía metropolitana	/ Municipal		Det	texto										
d. Otra				texto										
Observaciones	texto	-												
7.5 Servicio de comun	nicación de uso	público (	M)	•										
	a. E	n el atrac	tivo	<b>3</b>				b. E	n la ciudad o	pobla	io mas ce	rcano	Ø	
Telefonía (M)		Conexió	n a inte	met (M)	Ø	Telefonía i	M) E	3		Con	exión a in	ternet (N	vn ⊡	
Fija 🖸	Linea telefónica		Ø	Fibra óptica		Fija	Œ	d	Linea telefônic	a 🗹	Fibra	óptica		
Môvil 🖸	Satélite	- 3	©	Redes inslå	mbricas 🖸	Movil	E	3	Satélite		Redes	inalámb	xicas	ø
Satelital 🕜		Tele	efonia m	tóvil	<b>3</b>	Satelital	Е	3		Tel	efonia möv	il		₹
Observaciones:	texto					300			30					
Radio portátil (U)														
De uso exclusivo para e	el visitante			De uso e	xclusivo para comun	icación inten	na		De uso exclus	ivo en	caso de e	mergen	icia	
Observaciones	texto													
7.6 Multiamenzazas (N	A)	0												
Deslaves				Sismos		Erupci	anes v	rolcānie	cas 🗆		Incendi	os foresta	ales	
Sequia			In	undaciones			Aguaj	es	ت ت		Ts	sunami		
¿Existe un plan de cont de catástrofes?	lingencia en caso		instituci docume	ón que elabo into.	eró el texto		nbre ument	del o:	Lexic	6	Año elabor		de	0
Observaciones:	texto													
8. POLÍTICAS Y REGU	ILACIONES								SI		NO		S/I	•
a. ¿El GAD cuenta con el	Plan de Desarroll	o Turistico	Territor	rial?	sı		ю С	3		A	ño de elab	oración.		2016
b. ¿El atractivo se encuer	ntra dentro de la p	lanificación	n turistic	ca territorial (C	GAD'S)?			SI	□ мо			Esp	ecifique:	
c ¿Existen normativas qu	ue se apliquen par	a el desam	rollo de i	la actividad tu	uristica en el atractivo?	,		SI	□ №	0		Esp	ecifique:	
texto														
d. ¿Existen ordenanzas q	jue se apliquen pa	ra el desar	rrollo de	la actividad t	lurística en el atractivo	7		SI	□ NO			Esp	ecifique:	
texto														
Observaciones:	lexio													- %
9. ACTIVIDADES QUE	SE PRACTICAN	v (U)							SI	Ø	NO		5/1	
9.1 ATRACTIVOS NAT	URALES (M)													
9.1.1 En el Agua (M)	0													
a. Buceo	☐ b. Kaya	k de mar		□ c. k	Kayak lacustre	☐ d. k	ayak d	de Rio		e. S	urf			- 0
f. Kite surf	☐ g. Raftir	ng		□ h. S	Snorkel	□ i. Ti	ubing			j. Re	gata			
k. Paseo en panga	☐ I. Paseo	en bote		□ m.	Paseo en lancha		aseo e ática	en mot	0 🗆	0. P	arasailing			
p. Esqui acuâtico	☐ q. Bana	na flotante		□ cB	Boya	☐ s. F	esa de	eportiva	a 🗆	Ot	го 🗆		fexto	
Observaciones:	texto													
9.1,2 En el Aire (M)														
a. Alas Delta	☐ b. Cano	ру	- 1	□ c. F	Parapente	□ d0	tro		٥		6	lexto		-
Observaciones:	texto													-
9.1.3 En Superficie Terr	restre (M)	⊡												
a. Montañismo	☐ b. Escal	lada		c. 5	Senderismo	□ d. C	iclotur	ismo	0	e. C	anyoning			
f. Exploración de cuevas	g. Activ			□ h c	Cabalgata	□ i.c	aminat	la		j Ca	imping			
k. Picnic		rvación de	flora y	□ m.	Observación de astros	n. 0	Otro		0		9	lexio		
Observaciones	texto													
9.2 ATRACTIVOS CUL	TURALES (U)	3												200





9.2.1 Tangibles e intang	pibles	2														
a. Recorridos guiados			Ø	b. Recomi	do autoguia	dos			Ø	c. Visit	a a tallen	es artistico	)5			
h. Participación en tallere:	s artisticos	5		d. Visita a	talleres art	esanales				i. Parti	cipación i	en talleres	artesan	ales		
e. Exposiciones temáticas y eventuales	s permane	intes, temporales	· 🖪	f. Exhibit originales	tión de pi	ezas, mu	estras, o	bras, o	etc., 🗹	Ł Activ	idades vi	vanciales	y/a lúdic	95		M
g. Presentaciones o repre	sentacion	es en vivo	ⅎ	h. Muestra	as audiovist	ıalas				g. Foto	grafia					⊿
. Degustación de platos ti	radicionale	35	П	I. Participa	ación de la d	celebración	i		П	m, Cor	npra de a	ntesanias	ė.			П
n. Convivencia			П	o. Medicin	ia ancestral				Ц	Otro				texto		
Observaciones:	texto															
10. PROMOCIÓN Y CO	MERCIA	LIZACIÓN DEL	ATRAC	OVITO							SI		NO		S/I	Ø
10.1. Medios de Promo	oción del	Atractivo (M)														
Existe un plan de pron	noción tur	ristica cantonal?	?		SI		NO	⊐	Esp	ecifique:	texto					
¿El Atractivo se encuen	itra incluid	do en el plan de	promoc	ión turístic	o cantonal	?	SI		NO							
Medi	o Promoc	cional			Direcció	in y nomb	re de los	medio	s promoci	onales		Pi	eriodicid	lad de la	promo	ción
a. Página WEB			0	URL				texto				1		Ningun	9	
b. Red Social				Nambre:	text	10								Ninguni	В	
c. Revistas Especializada	s			Nombre:	text	iq.								Ningun	э.	
d. Material POP				Nombre:	text	10								Ningun	В	
e. Oficina de Información	Turistica	1		Nombre:	text	10								Ningun	8	
f. Medios de comunicació	n (radio, t	v, prensa)	٥	Nombre:	text	10						: 5		Ninguna	8	
g. Asistencia a ferias turis	ticas			Nombre:	text	10						1		Ningun	а	
h. Otro				Nombre:	text	ia.								Ningun	g.	
Observaciones:	fexto		7	*										26-		_
10.2. El atractivo forma	a parte d	e una oferta es	stableck	da (paque	te turistico	0)	SI		NC	. 2	Espe	cifique:	texto			
Observaciones:	texto															
11. REGISTRO DE VIS	ITANTES	Y AFLUENCIA	(M)								SI	0	NO	D	S/I	0
11.1. Frecuencia de vis	sita segú	in datos estadi	sticos													
1. ¿Posee un sistema de	registra de	e visitantes?	SI	п	ио П	Tipo	: Digila		Pape	п	.Ai	ios de reg	istro		0	
b. ¿Se genera reporte de	estadística	as de visita al atr	active?	20	sı 🗆	NO	Server (Suite	A11 - 355	Frecuencia	de los re	portes:		#33265	Ningun	3 :	
c. Temporalidad de visita					7,7,704											
Alla (meses)	_					text	0					9 g			0	
Baja (meses)	п	Especifique				text	0					Número de visitantes			0	
d. Llegada de turistas		w										2	_		Marin I	
☐ Turista naci	onal	Llega	idas men	suales	Total anu	al 🗆	т	urista e	odranjero		Lleg	adas men	suales		Total An	nual
.,	tex		0		0					fexto	T	D			0	
Ciudades de origen			0	- 8	0	- ,	aises de	pricen		texto	10.	0			0	
	Ciudades de origen lexio 0				0	-		-	-	texto	1	0			0	
Observaciones:	texto		<i></i>	2.5	-50							18				
11.2. Frecuencia de vis		in informatice	clave													
Nombre del Informante		iii iiiioimantes	CIAVE	text				-	ontactos:				(+593)			
		egún días da vis	ilta	next	·			200		nda según	Improve -	in do de t				
Samuel and the same	emanda s Fine:	e de			33.2		9428		10-10-10-10-10-10-10-10-10-10-10-10-10-1	7.0	347346					
Observaciones:	sem		Diasi	eriados	0 P	ermanente		E	stacional		Esp	orádica		Inex	istente	
Observation les.	20200															







## FICHA N°15: Cerro Colambo





FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																
	1	1 0	7	5 0	А	N	0	1	0 3	0	2	0	0	15		
Código del atractivo:	Prov	rincia C	antón	Parroquia	Cate	goría	Ti	ро	Subtipo	Jera	rquia		Atractivo	2		
1. DATOS GENERALES		**		<u>.</u>												
				1.1 Nombre	iel Atrac	tivo Tu	rístico									
				CERR	O COL	AMBO										
1.2 Ca	tegoría				1.3 Tipo	)				1.	.4 Subtij	00				
ATRACTIVOS	_NATURALE	ES		M	IONTAÑ	AS				BAJ	A MONT	AÑA				
2. UBICACIÓN DEL ATRAC	CTIVO															
2.1 Pro	ovincia			2	.2 Canto	ón				2.3	3 Parroq	uia				
LC	)JA			GC	ONZANA	MA			GONZANAMA.							
2.4 Barrio, Sec	ctor o Comu	ına		2.5 Calle Pri	ncipal			2.6 No	Número 2.7 Transversal							
GONZ	ANAMÁ			S/I				S	/N			S/I				
2.8 Latitud (gra	dos decima	iles)	2.9 Longitud (grados decimales) <u>Clic</u>						2.10 Altura (msnm)							
-4.23	3077			-	79.3983	39					2.934					
2.11 Información del admi	nistrador								•							
a. Tipo de Administrador:		Pl	IBLICO		b. Nom	bre de la	Instituci	ión:	GAD PARRO	QUIAL						
c. Nombre del Administrado	r. texto				d. Carg	o que o	cupa:		texto							
e. Teléfono / Celular:			+593)		f. Corre	eo Electr	ónico:		texto							
Observaciones: text	to															
3. CARACTERISTICAS DE	L ATRACTIV	<b>/</b> 0														
3.1 Características climato	ológicas	Ø														
a. Clima:		Templado		b. Te	mperatur	ra(°C):	1	8	c. Precipita	ción Pluvio	métrica (	mm):	900 a	a 1200		
3.2 Linea de producto al q	ue pertenec	e el atractivo	(U)	2												
a. Cultura	a			b. Nat	uraleza			•		c. Av	entura					
3.3 Escenario donde se lo	caliza el atra	activo turístic	0													
a. Prístino	b. Pri	mitivo 🗆		c. Rústico Na	atural			d. F	Rural 🗆		e. Ur	bano	Ø			
3.4 Ingreso al atractivo (U)	Ý.	•														
a. Tipo de Ingreso	b. Horario d	de Atención						c. Ate	ención	*						
a. Tipo de migreso	Ingreso	Salida	Т	odos los días	Fine	s de sem feriados		Solo	días hábiles	0	tro	E	Especifica	ar		
Libre 🗹	8:00	17:00		Ø									texto			
Restringido	0:00	0:00											texto			
Pagado 🗆	0:00	0:00			6								texto			
d. Maneja un sistema de res	servas:		orma de	Efectivo			iero rónico		Depósito Bancario		Tarj	eta de D	ébito			
e. Precio: Desde 0.	00 Hasta	0,00	Pago:	Tarjeta de Créd	lito		Transfe	rencia B	Sancaria		Cheque	1				
g. Meses recomendables de	visita:			ABRIL, M	AYO, JUI	VIO,JULI	D, AGOS	TO SEPT	FIEMBRE, OCT	UBRE Y NO	OVIEMBR	E				
Observaciones: No	es recomenda	able ir en época	invernal p	or la baja tempera	tura y por	r las mala	s condici	ones de	las vias de acce	eso debido	a las lluvi	as.				
4. ACCESIBILIDAD Y CON	ECTIVIDAD	AL ATRACTI	/0						SI	Ø	NO		S/I			
a. Nombre de la ciudad o po		ercano (Que p			nas de se	ervicios):				G	ONZANA	MA				
b. Distancia desde la ciuda poblado más cercano:  Observaciones: toxa	7	km c. despl	Tiempo azamiento	estimado de en auto:	0:30	h/min		denadas lecimales		-4.23	30084	Long.:	-79.4	36231		
4.2 Vías de Acceso (M)		<b>2</b>														
()		Tipo de vía		Coordenada d	e inicio	Conr	denada	de fin	Distancia (kn	n) Tipe	o de mat	erial	Est	tado		
	a. Prime		2	-4.230084, -79.		1	728,-79.4		1	1	ASFALTADO			Bueno		





0. 10110300																
a. romodio	b. Segundo				-4.234	728,-79	9.418859	-4.22	26907,-79.4	404164	3,1		LASTRA	DO	В	lueno
		c. Ten	cer orden	2	-4.226	907,-79	9.404164	-4.23	3077,-79.	398339	5,9		TIERRA	4	1	Malo
Observacio	nes:	texto														
		Marítimo		Puerto / Muelle de partida	te	xto					o / Muelle de Llegada	t	exto			
b. Acuático (U)		Lacustre		Puerto / Muelle de partida	te	xto	Estado			Puert	o / Muelle de Llegada	t	exto	Estado		
		Fluvial		Puerto / Muelle de partida	te	kto					o / Muelle de Llegada	t	exto			
Observacio	nes:	texto					•	•		•		•				
c. Aéreo (U)				Naci	onal:						Internacional:					
Observacio	nes:	texto														
4.3 Servicio de	transp	oorte (M)	Ø													
a. Bus		b. Buseta		c. Transporte 4x4		7	d. Taxi				e. Moto taxi		f. Telef	érico		
g. Lancha		h. Bote		i. Barco			j. Canoa	ı			k. Avión		I. Avion	neta		
m. Helicóptero		n. Otro		Especifique												
Observacio	nes:	Para ir hasta la	cumbre es	s recomendable ir	en camio	netas 4	x4 por los	tipos de	e via que h	nay hasta e	el lugar.					
4.3.1 Detaile de	trans	porte hacia el a	atractivo (	M)	7											
							c. Fred	cuencia								
a. Nombre de	la coop	perativa o asoci	ación que	b. Estación / te	rminal				=		d Detail	la (Trael	ado origer	n / dectin	0)	
presta el servicio				b. Estacion / te	illillai	Diaria	Semana	Mensual	Eventual		u. Detail	c (Trasic	ido oligei	17 4634111	<b>5</b> )	
COOPERATIVA SEPTIEMBRE	DE	TRANSPORTE	30 DE	ESTACION					<b>2</b>	GONZAN	IAMÁ/PIEDRA N	IEGRA/	ERRO C	OLAMBO	)	
texto				texto						texto						
texto				texto						texto						
texto				texto						texto						
texto				texto						texto						
4.4 Condicione	s de a	ccesibilidad de	atractive	o turístico al me	dio físic	o para	a persona	s con	discapac	idad (M)		Ø				
General	2	Discapacidad Física	d	Discapacidad Visual		Dica	pacidad uditiva		Discap	oacidad Ir	ntelectual o Psi	cosocia		d. I	No es esible	
Observacio	nes:	texto		A. 100 C.												
4.5 Señalizació	n															
a. Señalización d	e aprox	imación al atracti	vo	☐ Estad	io (U)	В	lueno			Regi	ular 🗆		N	//alo		
Observacio	nes:	No existe seña	lizacion de	aproximacion al a	trativo y I	tampoc	o al mome	nto de l	legar a la d	cumbre.						
5. PLANTA TUI	RÍSTIC	A / COMPLEME	ENTARIO	s							SI	V	NO		S/I	
5.1 Planta turis	tica (N	1)														
		a. I	En el Atra	ictivo 🗆						b.	En la ciudad d	pobla	do cerca	ino	Ø	
Alojamien	ito	_ E	stablecimie	entos Núme	ero de	Núr	mero de	,	Alojamier	nto	_ Estable	ecimiento	) Núm	nero de	Núr	nero de





TURISMO															
Hotel		0		1	)	0	Hotel			(	)	0			0
Hostal		0		9	0	0	Hostal		v	2	2	34	4	3	34
Hosteria		0			0	0	Hostería		V	11	Į.	6			6
Hacienda Turística		0		1	)	0	Hacienda Turístic	ca		(	)	0	i		0
Lodge		0			0	0	Lodge			(	)	0			0
Resort		0			0	0	Resort			0		0			0
Refugio		0		į	)	0	Refugio		0		0				0
Campamento Turístico		0		- 1	)	0	Campamento Tu	rístico		(	)	0			0
Casa de Huéspedes		0			)	0	Casa de Huéspe	edes		(	)	0			0
Observaciones:	texto					B.C.	Observacio	nes:	texto				3	70.5	
Alimentos y bebidas		Establecimiento registrados	os		ero de sas	Número de Plazas	Alimentos y bebidas	Ø		ablecimie		Núme Mes			
Restaurantes		0			)	0	Restaurantes 🖸		2				0	1	20
Cafeterias		0		9	)	0	Cafeterías			0		0			0
Bares		0			)	0	Bares			0		0			0
Fuentes de soda		0			)	0	Fuentes de soda			0		0		I	0
Observaciones:	texto						Observacio	Observaciones: texto							
Agencias de	Viaje		E	Estableci	mientos r	egistrados	Age	ncias de	Viaje			Estab	trados		
Mayoristas					0		Mayoristas					0			
Internacionales					0		Internacionales							0	
Operadoras					0		Operadoras							0	
Observaciones:	texto						Observacio	nes:	texto						
Guía Local	Naci	ional Nacior Especiali		Cul	tura	0	Guía	Local	Naci	ional	Naci Especia		Cul	tura	0
<b>П</b> 0	(	0 0		Ave	ntura	0		0	(	)	(		Ave	ntura	0
Observaciones:	texto					<u></u>	Observacio	nes:	texto						•
5.2 Facilidades en el e	entorno a	al atractivo		☑									_		
Categoría (M)		Tipo (M)			Can	tidad	Coordenadas	Ac	dministra	dor	Accesibilidad universal		Estado (		J)
	Punto de	e Información		<b>4</b>		1 -4.2	230084,-79,436231	GADM-G			□			Ø	
	I-Tur					0	0	texto							
a. De apoyo a la gestión turística	Centro d	le interpretación			3	0	0		texto			1			
☑	Centro d	le facilitación turístic	а		-	0	0		texto			1			
	Centro d	le recepción de visit	antes			0	0		texto		С	1			
	Garitas o	de guardianía				1 -4.2	230084,-79.436231		GADM-G		G	a			Ø
b. De observación y	Miradore	es		<b>V</b>		1 -4.2	231498,-79.428735	GADM-C	G, Morador el Calvario	res Barrio	E	4	V		
vigilancia	Torres d	e avistamiento de a	ves		b	0	0		texto		Г	]			
✓	Torres salvavid	de vigilancia as	para			0	0		texto		Е	1			
	Sendero	s		V	S	6/1 -4.2	230084,-79.436231		GADM-G		G	3		Ø	
c. De recorrido y	Estacion	nes de sombra y des	canso			0	0		texto		E	1			
descanso					1	0	0		texto						
Ø	Refugio de alta montaña				1	0	0	texto		-					
	Baterías sanitarias			1000		0	0		texto			,			
1.5	Baterías	sanitarias				٥	U		10,40						
d. De servicio	0	sanitarias				0	0		texto			1			
	0	- 1/2		-											





Observaciones:		s senderos pe a la cumbre de		ellos bien estal	blecid	os ni	con señaletica adecuada, el único	sendero	en condiciones	regulares	es el d	le principa
5.3 Complementarios	a la activida	ad turística (	M)	Ø								
	ı i	a. En el Atra	ctivo 🗆				b. En la	ciudad (	poblado cerc	ano	Ø	
Alquiler y venta d especializado	e equipo [	3	Venta de merchandising	artesanías	у		Alquiler y venta de equipo especializado	, _	Venta de merchandising	artesar	ıías	у 🗵
Casa de cambio	☐ Ca	jero automátic	• 🗆	Otro			Casa de cambio	Cajero	automático	☑	Otro	
Especifique: texto							Especifique: texto					
Observaciones:	texto											
6. ESTADO DE CONS	ERVACIÓN I	E INTEGRAC	IÓN ATRACTI	VO / ENTORM	10			SI	☑ NO		S/I	
6.1 Atractivo (U)	<b>V</b>											
a. Conservado	П	b. Altera	ido		c	. En j	proceso de deterioro		d. Deteriorado			
Observaciones:	El sendero atractivo.	que es la prin	icipal via de acc	eso se está de	eterior	ando,	, además la garita de seguridad pas	a vacia;	no hay nadie q	uien de inf	ormació	n sobre e
6.1.1 Factores de alter	ación y deter	ioro (M)										
6.1.1.1 N	laturales (M)						6.1.1.2 Antrópicos / Antropogér	nicos (M	)			
a. Erosión	- 1	<b>a</b>	a. Actividades a ganaderas	grícolas y	G	<u>a</u>	b. Actividades forestales	Ø	c. Actividades minería	extractivas	1	
b. Humedad			d. Actividades	industriales		]	e. Negligencia / abandono	<b>3</b>	f. Huaquearía			
c. Desastres naturales		<b>2</b>	g. Conflicto de t	enencia		]	h. Condiciones de uso y exposición		i. Falta de mar	tenimiento		Ø
d. Flora/Fauna	1		j. Contaminació	n del ambiente		]	k. Generación de residuos	Ø	I. Expansión u	rbana		
e. Clima	1	<b>7</b>	m. Conflicto pol	ítico / social		1	n. Desarrollo industrial / comercial		o. Vandalismo			
Otro	1		Especifique:	texto								
Observaciones:	Deslizamien	itos de tierra e	n el sendero.									
6.2 Entorno (U)	<b>V</b>											
a. Conservado		b. Altera	ido		c	. En p	proceso de deterioro		d. Deteriorado			
Observaciones:												
6.2.1 Factores de alter	ación y deter	ioro (M)										
6.2.1.1 N	laturales (M)						6.2.1.2 Antrópicos / Antropogér	nicos (M	)			
a. Erosión	,	Ø	a. Actividades a ganaderas	grícolas y	G	a	b. Actividades forestales	Ø	c. Actividades minería	extractivas	1	
b. Humedad	1		d. Actividades	ndustriales		3	e. Negligencia / abandono	Ø	f. Huaquearía			
c. Desastres naturales	- 1	Ø	g. Conflicto de t	enencia		]	h. Condiciones de uso y exposición		i. Falta de mar	tenimiento		2
d. Flora/Fauna	I		j. Contaminació	n del ambiente		]	k. Generación de residuos		I. Expansión u	rbana		
e. Clima	1	D .	m. Conflicto pol	ítico / social	Г	3	n. Desarrollo industrial / comercial		o. Vandalismo			
Otro	1		Especifique:	texto								
Observaciones:	texto											
6.3. Declaratoria del e	espacio turis	tico asociad	lo al atractivo		]							
a. Declarante:	te	exto	b. Denomin	ación:		texto	b. Fecha de declaración:	texto	C. 1	Alcance:		texto
Observaciones:	texto											
7. HIGIENE Y SEGUR	IDAD TURÍS	TICA						SI	☑ NO		S/I	-
7.1 Servicios Básicos	;		Ø									
		a. En el atra	ctivo 🗆				b. En la ciu	dad o p	oblado mas c	ercano	Ø	
Agua:							Agua 🗹		F	otable		
Especifique: texto							Especifique: texto					
Energía eléctrica:							Energía eléctrica		Red eléctrica	de servicio	) público	D
Especifique: texto							Especifique: texto					-
	_											





Oldsivio														
Especifique:	texto						18	Espec			sanitarias, actualme		in en pr	oceso de
Disposición de de	esechos 🗆							Disposi	ción de desechos [	2	Carro F	Recolecto	ır	
Especifique:	texto							Espec	cifique: texto					
Observacion	es: texto													
7.2 Señalética	en el atractivo		2											
									7.2.3. Materialidad			7	7.2.4. Est	ado
7.2.1 Ambiente		7.2.2	Tipo			a. Madera	b.Alur	ninio	c.Otro	1	Especifique	В	R	М
	Pictograma de at	ractivos r	naturales			0	0		0		texto			
\$	Pictograma de at	ractivos o	culturales	,		0	0		0		texto			
*	Pictograma de ac	tividades	turística	ıs		0	0	Ĭ.	0		texto			
En áreas	Pictograma de se	ervicios d	е ароуо			0	0		0		texto			
urbanas	Pictogramas de n	estricción			3	0	0	9	0		texto			
	Tótems de atracti	ivos turist	ticos			0	0		0		texto			
	Tótems de sitio					0	0		0		texto			
Š	Tótems direccion	ales				0	0		0		texto			
	Pictograma de at	ractivos r	naturales			0	0		0		texto			
	Pictograma de at	ractivos o	culturales			0	0		o		texto			
	Pictograma de ac	tividades	turística	is		1	0		0	Pictog	rama de Cicloruta			v
	Pictograma de se	rvicios d	e apoyo			0	0	ĝ.	0		texto			
	Pictogramas de r	estricción	i			0	0		0		texto			
En áreas	Señales turísticas	s de apro	ximación			0	1	ļ.	0		texto			
naturales ☑	Paneles de direct	cionamie	nto hacia	atractiv	os	0	0		0		texto			
	Panel informativo	de atrac	tivos			0	0		0		texto			
	Panel informati atractivos, servici			direccionamiento hacia idades		0	0		0		texto			
	Mesas interpretat	tivas				0	0		0		texto			
	Tótem de sitio					0	0	\$	0		texto			
	Tótem de direcció	onamient	0			0	0		0		texto			
Letreros informativos	De información b	otánica				0	0		Ö		texto			
	Normativos de co	onciencia	ción			0	0		0		texto			
Señalética interna de seguridad	Protección de los	element	os del ati	ractivo		0	0	Ĭ	0		texto			
Otros 🗆														
Observacion	nes: texto													
7.3 Salud (más	cercano) (M)		Ø											
		a. Er	el atra	ctivo					b. En	la ciudad	o poblado mas ce	rcano	2	
Hospital o Clínica						0		Hospital	o Clínica			0		
Puesto / Centro d	e salud 🔲	p			- 0	0		Puesto /	Centro de salud	Ø		1		
Dispensario médi	ispensario médico							Dispens	ario médico		Cantidad	0		
Botiquín de prime auxilios	ros 🗆	0				0		Botiquín auxilios	de primeros		0	0		
Otros						0		Otros				0		
Observacion	nes: texto													
7.4 Seguridad (	М)		Ø											
a. Privada					texto									
b. Policía nacior	nal		Ø	alle	UNIDAE	POLICIAL COMU	JNITARIA	GONZA	NAMA					





c. Policía metropolitana	/ Municipal		Def	texto											
d. Otra				texto											
Observaciones:	texto														
7.5 Servicio de comun	icación de uso	público	(M)		Ø										
	a. E	n el atra	ctivo	₹				Ų.	b. En	la ciudad o p	oblado	mas cer	cano	V	
Telefonía (M)		Conexi	ón a inte	rnet (M)		Ø.	Telefonía	(M) 🗵			Conex	ión a inte	rnet (N	1) 🗵	
Fija 🗆	Línea telefónica			Fibra ópt	tica		Fija	¥	L	inea telefónica	<b>V</b>	Fibra óp	xtica		
Móvil 🗹	Satélite			Redes in	nalámbricas		Móvil	v	s	Satélite		Redes i	nalámb	ricas	Ø
Satelital		Tel	lefonía m	ióvil	11	<b>A</b>	Satelital				Telefo	nía móvil			Ø
Observaciones:	texto						419								
Radio portátil (U)															
De uso exclusivo para e	el visitante			De us	o exclusivo para	comuni	icación inter	na 🗆	] [	De uso exclusiv	o en ca	iso de en	nergen	cia	
Observaciones:	texto														
7.6 Multiamenzazas (N	1)														
Deslaves				Sismos			Erupo	ones volc	ánicas	s 🗆		Incendios	foresta	iles	
Sequía			In	undacione	es			Aguajes				Tsu	ınami		
¿Existe un plan de cont de catástrofes?	ingencia en caso	0	Institucio	ón que el	aboró el	texto		mbre umento:	del	texto		Año elabora		ie	0
Observaciones:	texto														
8. POLÍTICAS Y REGU	LACIONES									SI		NO		S/I	<b>9</b>
a. ¿El GAD cuenta con el	Plan de Desarroll	o Turístic	o Territor	rial?		SI	□ N	10 🗆			Año	de elabor	ación:		2016
b. ¿El atractivo se encuer	itra dentro de la p	lanificació	ón turístic	a territoria	al (GAD'S)?			s	SI [	ои С			Esp	ecifique:	
c. ¿Existen normativas qu	e se apliquen par	a el desa	rrollo de l	la activida	ad turística en el at	tractivo?		s	SI [	ОИ			Esp	ecifique:	
texto															
d. ¿Existen ordenanzas q	ue se apliquen pa	ra el desa	arrollo de	la activida	ad turística en el a	tractivo?	?	s	SI [	ON [			Esp	ecifique:	
texto															
Observaciones:	texto														
9. ACTIVIDADES QUE	SE PRACTICAN	v (U)								SI	<b>V</b>	NO		S/I	_
9.1 ATRACTIVOS NAT	URALES (M)	<b>2</b>													
9.1.1 En el Agua (M)															
a. Buceo	□ b. Kaya	k de mar			c. Kayak lacustre		□ d. ł	(ayak de f	Río		e. Surf	0			
f. Kite surf	☐ g. Raftii	ng			h. Snorkel		□ i. T	ubing			j. Rega	ta			
k. Paseo en panga	☐ I. Pased	en bote	-		m. Paseo en lanc	ha		Paseo en i atica	moto		o. Para	sailing			
p. Esquí acuático	☐ q. Bana	na flotant	te		r. Boya		☐ s. F	esa depo	rtiva		Otro			texto	
Observaciones:	texto														
9.1.2 En el Aire (M)															
a. Alas Delta	□ b. Cano	ру			c. Parapente		□ dC	itro	Е	3		te	xto		
Observaciones:	texto														
9.1.3 En Superficie Terr	estre (M)	☑													
a. Montañismo	☐ b. Esca	lada			c. Senderismo		☑ d. 0	Cicloturisn	no	<	e. Can	yoning			
f. Exploración de cuevas	☐ g. Activ				h. Cabalgata		☑ i. C	aminata		<b>2</b>	j. Cam	oing			
k. Picnic	☐ I. Obser fauna	vación de	e flora y	Ø	m. Observación d	e astros	□ n. 0	Otro		<b>2</b>		te	xto		
Observaciones:	Eventualmente p	ersonas (	de otros s	sitios vien	ien a jugar paintba	II.									
9.2 ATRACTIVOS CUL	TURALES (U)														

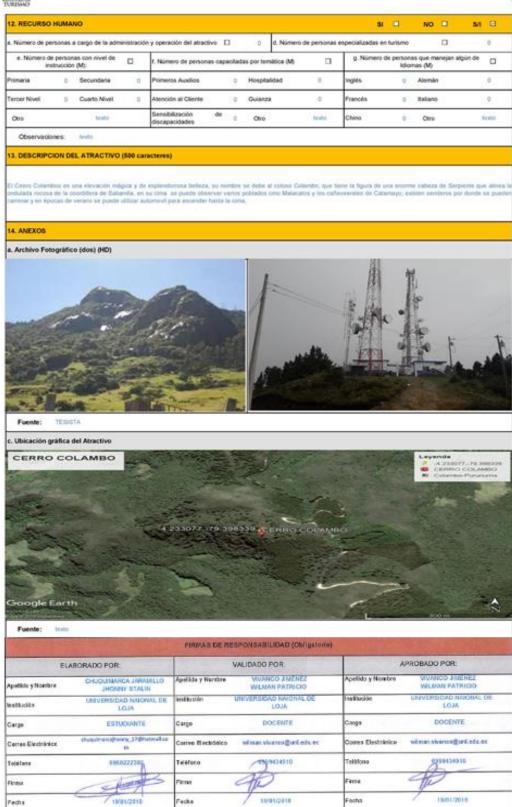




9.2.1 Tangibles e intang	ibles																
a. Recomidos guiados			П	b. Recom	ido auto	guiados	s				c. Visita	a tallere:	s artistico	os			
h. Participación en talleres	artísticos	3		d. Visita	a tallere:	s artesa	ınales				i. Partic	ipación e	n talleres	artesana	iles		
e. Exposiciones temáticas y eventuales	permane	ntes, ten	nporales	f. Exhibi		e pieza	as, mues	tras, ob	ras, et	c., 🗆	i. Activi	dades viv	enciales	y/o lúdica	as		
g. Presentaciones o repres	sentacion	es en viv	/o 🗆	h. Muestr	as audio	ovisuale	es				g. Fotog	grafía					
j. Degustación de platos tr	adicionale	es		I. Particip	ación de	e la cele	ebración				m. Com	pra de an	tesanías				
n. Convivencia				o. Medici	na ance	stral					Otro				texto		
Observaciones:	texto																
10. PROMOCIÓN Y CO	MERCIA	LIZACIO	ÓN DEL ATRA	стіуо								SI		NO		S/I	<b>V</b>
10.1. Medios de Promo	ción del	Atracti	vo (M)														
¿Existe un plan de prom	oción tur	ística ca	antonal?			SI		NO		Esp	ecifique:	texto					
¿El Atractivo se encuen	tra incluio	do en el	plan de promoc	ión turístic	co canto	onal?		SI		NO			2.4				
Medic	o Promoc	cional			Dire	ección y	y nombre	de los i	medios	promoci	onales		Pi	eriodicid	ad de la p	romoc	ión
a. Página WEB				URL:				i t	exto						Ninguna		
b. Red Social				Nombre:		texto								1	Ninguna		
c. Revistas Especializadas	s			Nombre:		texto									Ninguna		
d. Material POP				Nombre:		texto									Ninguna		
e. Oficina de Información	Turística			Nombre:		texto								1	Ninguna		
f. Medios de comunicación	n (radio, tv	, prensa	) 🗆	Nombre:		texto									Ninguna		
g. Asistencia a ferias turís	ticas			Nombre:		texto									Ninguna		
h. Otro				Nombre:	3	texto									Ninguna		
Observaciones:	texto			PO'													
10.2. El atractivo forma	a parte d	e una o	ferta estableci	da (paque	ete turí:	stico)		SI		NO	7	Espec	ifique:	texto			
Observaciones:	texto																
11. REGISTRO DE VISI	TANTES	Y AFL	UENCIA (M)									SI	Ø.	NO		S/I	☑
11.1. Frecuencia de vis	ita segú	n datos	estadísticos														
a. ¿Posee un sistema de r	egistro de	visitant	es? SI		NO		Tipo:	Digital		Papel		Año	os de reg	istro		0	
b. ¿Se genera reporte de o	estadística	as de vis	ita al atractivo?		SI		NO		Fr	ecuencia	de los rep	ortes:			Ninguna		
c. Temporalidad de visita a	al atractiv	0															
Alta (meses)		enby					texto						ro de ntes		0		
Baja (meses)		Especifique					texto	1					Número de visitantes		0		
d. Llegada de turistas																	
☐ Turista nacio	onal		Llegadas mer	suales	Total	anual		Tu	ırista ext	tranjero		Llega	das men	suales	То	otal Anu	ıal
	tex	tto	0		-	0					texto		0			0	
Ciudades de origen	tex	to	0			0	Pa	ises de i	origen	18	texto		0			0	
	tex	tto	0			0					texto		0			0	
Observaciones:	texto																
11.2. Frecuencia de vis	sita segú	ın infor	mantes clave		Ø												
Nombre del Informante	Clave:			Sr. Miguel \	/eintimil	la			Co	ntactos:			0	98168959	90		
De	emanda s	egún día	as de visita							Deman	ıda según t	frecuencia	a de visita		Ø		
Lunes a viernes 0	Fines semi		0 Días	feriados	0	Pem	nanente		Es	tacional		Espo	rádica	Ø	Inexist	tente	
Observaciones:	La afluer	ncia de v	risitantes es espo	orádica no	se pued	de dar u	ın dato e	stadistico	estable	e, las pen	sonas que	más acu	den al lu	gar son a	aquellas q	ue real	izan ciclo







## FICHA N° 16: Las cascadas y aguas sulfurosas del barrio "La Banda"





			FI	CHA PA	RA EL	LEVAN	TAMIENTO Y JI	ERARQI	JIZACIĆ	N DE A	RACTI	vos turis	TICOS				
			1	1	0	7	5 0	А	N	0	4	0	4	2	0	0	16
Código	del atractiv	0:	Prov	incia	Car	ntón	Parroquia	Cate	egoria	Ti	ро	Subtipo	,	Jerarquía		Atractivo	)
1. DATOS G	SENERALES	3													1		
							1.1 Nombre	iel Atrac	tivo Tu	rístico							
							CASCA	DA LA	BAND	A							
	1.2	Catego	oría					1.3 Tipe	0					1.4 Subti	ро		
	ATRACTIV	OS_NA	TURALE	ES				RÍOS						CASCAD	ρA		
2. UBICACIO	ÓN DEL ATI	RACTIV	10														
	2.1	Provin	cia				2	.2 Cant	ón					2.3 Parroq	juia		
		LOJA					G	ONZANA	MA					GONZANA	MA.		
	2.4 Barrio,	Sector	o Comu	na			2.5 Calle Pri	ncipal			2.6 N	úmero		2.7	Transve	ersal	
	GO	NZANA	MÁ				S/I				s	5/N			S/I		
3	2.8 Latitud (	grados	decima	les)		:	2.9 Longitud (gı	rados de	ecimales	s)	Click		2.	10 Altura (r	nsnm)		
	-4	4.22083	2				-	79.4342	18			,		2.016			
2.11 Informa	ación del ac	dminist	rador														
a. Tipo de A	dministrador	:			PUB	LICO		b. Nom	bre de la	a Instituci	ión:	GADM- GC	NZANA	ИÁ			
c. Nombre d	el Administra	ador:	texto					d. Carg	o que o	cupa:		texto					
e. Teléfono /	/ Celular:				(+5	593)		f. Corre	eo Electr	ónico:		texto					
Observa	iciones:	Esta a	cargo la	Unidad de	Turisi	mo y Cul	tura del GADM-	Gonzana	ımá								
3. CARACT	ERISTICAS	DEL A	TRACTIV	10													
3.1 Caracte	rísticas clim	natológ	icas		Ø												
a. Clima:			-	Templado			b. Te	mperatu	ra(°C):	1	8	c. Precip	oitación Pl	luviométrica (	mm):	900 a	1200
3.2 Línea de	e producto a	al que p	pertenec	e el atrac	tivo (L	J)	2										
	a. Cu	ltura					b. Nat	uraleza			Ø		c	. Aventura			
3.3 Escenar	rio donde se	localiz	za el atra	ictivo tur	ístico		☑										
a. Prístino			b. Prir	mitivo			c. Rústico Na	atural			d. F	Rural [	3	e. U	rbano	2	
3.4 Ingreso	al atractivo	(U)		<b>4</b>													
a. Tipo de	Ingrasa	b.	Horario d	le Atenció	n						c. Ate	ención					
a. ripo de	ringreso	Ing	reso	Salid	la	То	dos los días	Fine	s de sem feriados		Sole	o días hábiles	3	Otro		Especifica	ar
Libre	v	8:	00	17:0	0											texto	
Restringido		0:	.00	0:00	)											texto	
Pagado		0:	:00	0:00	0											texto	
d. Maneja ur	n sistema de	reserva	as:			ma de	Efectivo			nero rónico		Depósit Bancari		Tarj	eta de D	ébito	
e. Precio:	Desde	0,00	Hasta	0,00	Pa	igo:	Tarjeta de Créd	lito		Transfe	rencia E	Bancaria		Cheque	•		
g. Meses red	comendables	s de vis	ita:							FEBR	RERO, M	ARZO					
Observa	iciones:	Acceso	en malas	condicion	es												
4. ACCESIB	BILIDAD Y C	ONECT	IVIDAD	AL ATRA	CTIVO	)							sı E	NO E		S/I	
		15		ercano (Q	ue pre	sente co	ondiciones mínim	nas de se	ervicios)					GONZANA	MA		
<ul> <li>b. Distancia poblado más</li> <li>Observa</li> </ul>	s cercano:	iudad o	1,1	km d		empo amiento e	estimado de en auto:	0:02	h/min		denada: lecimales	s (grados Lat	t.:	4.230084	Long.:	-79.4	36231
4.2 Vias de	Was 20 1000 1000 1000			<b>2</b>													
				Tipo de	vía		Coordenada d	e inicio	Con	rdenada	de fin	Distancia (	km)	Tipo de mat	terial	Est	tado
		-	a. Prime	30,		☑	-4.230084,-79.		_	3522,-79.4		300 m		ASFALTAI			eno





a. romostic (m)		b. Segundo	orden	Ø	-4.228	522,-79	.432942	-4.22	0633,-79.4	134036	800 m		LASTRA	DO	Re	egular
		c. Tercer or	den	Ø	-4.220	633,-79	.434036	-4.22	0836,-79.4	134218	35 m		TIERR	A	r	Malo
Observaciones:	te	do										1				
		Marítimo	_ P	uerto / Muelle de partida	tex	xto					o / Muelle de Llegada	t	exto			
b. Acuático (U)		Lacustre	_ P	Puerto / Muelle de partida	tex	xto	Estado			Puert	o / Muelle de Llegada	t	exto	Estado		
		Fluvial	□ P	uerto / Muelle de partida	tex	xto					o / Muelle de Llegada	t	exto	]		
Observaciones:	te	do														
c. Aéreo (U)	1			Nacio	onal:		1				Internacional:					
Observaciones:	te	do														
4.3 Servicio de trar	sporte	e (M)	V													
a. Bus	<b>]</b> b.	Buseta	э c.	Transporte 4x4		2	d. Taxi		Ø	9)	e. Moto taxi		f. Telet	érico		
g. Lancha	1 h.	Bote	<b>=</b> i.1	Barco			j. Canoa				k. Avión		I. Avior	neta		
m. Helicóptero	] n.	Otro	] Es	specifique												
Observaciones:	Pa	ıra ir hasta la cuml	ore es re	comendable ir e	en camio	netas 4	x4 por los	tipos de	via que h	ay hasta	el lugar.					
4.3.1 Detalle de tra	nsport	e hacia el atract	ivo (M)	8	<b></b>					***						
			Т				c. Fred	uencia								
a. Nombre de la co presta el servicio	ooperat	iva o asociación	que	b. Estación / tel	rminal	Diaria	Semanal	Mensual	Eventual		d. Detail	e (Trasla	ado orige	n / destir	10)	
COOPERATIVA DE	E TR/	ANSPORTE 30	DE _	STACION			- Si	Me	E E	CONTAN	JAMÁ/PIEDRA N	IEODA/O	CERRO (	COL AME	0	
SEPTIEMBRE			-		-						ANAPIEDRA	EGIOVO	ZERROC	OLAIVID	0	
lexto				xto			Becom	illenia.	4667300	texto						
lexto				xto						texto						
texto				xto						texto						
texto			te	xto					П	texto						
4.4 Condiciones de					dio físic			s con	discapac	idad (M)		Ø				
General 🗵	] [	Piscapacidad Física	] [	Discapacidad Visual			pacidad iditiva		Discap	acidad Ir	ntelectual o Psi	cosocial			No es cesible	
Observaciones:	te	do														
1.5 Señalización		☑														
a. Señalización de ap	roximad	ción al atractivo	v	Estad	o (U)	В	ueno			Reg	ular 🗹		1	Malo		
Observaciones:				,												
5. PLANTA TURÍST	ICA /	COMPLEMENTA	RIOS								SI	V	NO		S/I	
5.1 Planta turística	(M)															
		a. En el	Atracti	vo 🗆						b.	En la ciudad d	pobla	do cerca	ano	Ø	
Alojamiento		Estable	cimiento	os Núme	ro de	Núr	nero de	,	Alojamien	ito	Estable	ecimiento	o Nún	nero de	Nún	nero de





Oldsino																
Hotel		0		1	0	0		Hotel		_	0	ŧ.	C			0
Hostal		0		-	0	0		Hostal		Ø	2	ĺ.	3	4	3	34
Hostería		0		(	0	0		Hosteria		Ø	1	į.	6		(	6
Hacienda Turística		0		- 1	0	0		Hacienda Turísti	ca	_	0		.0			0
Lodge		0		9	0	0		Lodge			0	(i	0			0
Resort		0		- 1	0	0		Resort			0	i i	C	1		0
Refugio		0			0	0		Refugio			0		C			0
Campamento Turístico		0		10	0	0		Campamento Tu	rístico		0		C	Ŋ		0
Casa de Huéspedes		0			0	0		Casa de Huéspe	des		0	(	C			0
Observaciones:	texto					1		Observacio	nes:	texto						
Alimentos y bebidas				Núme Me	ero de sas	Número		Alimentos y bebidas	<b>2</b>		blecimier		Núme Mes			nero de azas
Restaurantes		0			0	0	3700	Restaurantes	2		2		3			120
Cafeterías		0		3	0	0		Cafeterias			0		0			0
Bares		0		- 1	0	0		Bares			0			1)		0
Fuentes de soda		0			0	0		Fuentes de soda		O.	0		C			0
Observaciones:	texto	1				1		Observacio	nes:	texto		-				
Agencias de	Agencias de Viaje					egistrados		Age	ncias de	Viaje			Estab	lecimien	tos regis	strados
Mayoristas	30 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0							Mayoristas						(	)	
Internacionales					0			Internacionales						(	0	
Operadoras					0			Operadoras						(	0	
Observaciones:	texto	1						Observacio	nes:	texto		-				
Guía Local	Naci			Cul	tura	0		Guía	Local	Naci	onal	Nacio Especia		Cul	tura	0
□ 0	į			Avei	ntura	0			0	(	)	0		Ave	ntura	0
Observaciones:	texto							Observacio	nes:	texto						
5.2 Facilidades en el e	ntorno a	al atractivo		•												
Categoría (M)		Tipo (M)			Cant	tidad	Co	oordenadas	Ac	Iministrac	dor	Accesib		В	stado (I	U) M
	Punto de	e Información		Ø		1	-4.23	0084,-79.436231		GADM-G		M			Ø	
	I-Tur				(	0		0		texto			Į).			
a. De apoyo a la gestión turística	Centro d	de interpretación			(	0		0		texto						
<b>☑</b>	Centro d	de facilitación turíst	ca		(	0		0		texto			Ų.			
	Centro d	de recepción de vis	tantes		(	0		0		texto			li l			
	Garitas o	de guardianía			(	0		0		texto						
h Da observación :					(	0		0		texto						
vigilancia	Torres d	le avistamiento de	aves		(	0		0		texto						
v	Torres salvavid		para		(	0		0		texto			ll.			
					(	0		0		texto						
c De recorrido y	Estacion	nes de sombra y de	scanso	П	(	0		0		texto						
c. De recorrido y descanso	Áreas de	e acampar			(	0		0		texto						
2	Refugio	de alta montaña			(	0		0		texto			ſŀ.			
	Turistica				(	0		0		texto			6			
d. De servicio	Estacion	namientos			(	0		0		texto						
e. Otros						0		0		texto	1					





Observaciones:									
5.3 Complementarios	a la acti	vidad turística (	M) 🖸						
		a. En el Atra	ctivo 🗆		b. En la c	iudad o	poblado cercano	Ø	
Alquiler y venta de especializado	e equipo		Venta de artesanías merchandising	у 🗆	Alquiler y venta de equipo especializado	, 0	Venta de artesanía merchandising	as y	Ø
Casa de cambio		Cajero automático	o 🔲 Otro		Casa de cambio	Cajero	automático 🗹	Otro	
Especifique: texto					Especifique: texto				
Observaciones:	texto								
6. ESTADO DE CONS	ERVACIO	N E INTEGRAC	IÓN ATRACTIVO / ENTORNO	0		SI	■ NO □	S/I	
6.1 Atractivo (U)	v								
a. Conservado		b. Altera	do 🗆	c. En pr	oceso de deterioro		d. Deteriorado		
Observaciones:									
6.1.1 Factores de altera	ación y de	eterioro (M)							
6.1.1.1 N	aturales (	M)			6.1.1.2 Antrópicos / Antropogén	icos (M)	(		
a. Erosión		<b>☑</b>	Actividades agrícolas y ganaderas	2	b. Actividades forestales		c. Actividades extractivas / minería		
b. Humedad			d. Actividades industriales		e. Negligencia / abandono	<b>V</b>	f. Huaquearía		
c. Desastres naturales			g. Conflicto de tenencia		h. Condiciones de uso y exposición		i. Falta de mantenimiento		<b>2</b>
d. Flora/Fauna			j. Contaminación del ambiente		k. Generación de residuos	v	I. Expansión urbana		
e. Clima		Ø	m. Conflicto político / social		n. Desarrollo industrial / comercial		o. Vandalismo		
Otro			Especifique: texto						
Observaciones:									
6.2 Entorno (U)	V								
a. Conservado		b. Altera	do 🗆	c. En pr	oceso de deterioro		d. Deteriorado		
Observaciones:									
6.2.1 Factores de altera	ación y de	eterioro (M)							
6,2.1.1 N	aturales (	M)			6.2.1.2 Antrópicos / Antropogén	icos (M)	ì		
a. Erosión		Ø	Actividades agricolas y ganaderas	7	b. Actividades forestales		c. Actividades extractivas / minería		
b. Humedad			d. Actividades industriales		e. Negligencia / abandono	☑	f. Huaquearía		
c. Desastres naturales		Ø	g. Conflicto de tenencia		h. Condiciones de uso y exposición		i. Falta de mantenimiento		Ø
d. Flora/Fauna			j. Contaminación del ambiente		k. Generación de residuos	Ø	I. Expansión urbana		
e. Clima		v	m. Conflicto político / social		n. Desarrollo industrial / comercial		o. Vandalismo		
Otro			Especifique: texto						
Observaciones:	texto								
6.3. Declaratoria del e	espacio t	urístico asociad	lo al atractivo						
a. Declarante:		texto	b. Denominación:	texto	b. Fecha de declaración:	texto	c. Alcance:	tex	do
Observaciones:	texto								
7. HIGIENE Y SEGURI	IDAD TUI	RÍSTICA				SI	■ NO ■	S/I	
7.1 Servicios Básicos			☑						
		a. En el atra	ctivo 🗆		b. En la ciu	dad o p	oblado mas cercano	2	
Agua:					Agua 🔻		Potable		
Especifique: texto					Especifique: texto				
Energía eléctrica:					Energía eléctrica 🔻		Red eléctrica de servicio p	público	
Especifique: texto					Especifique: texto				
Saneamiento:					Saneamiento:		Red pública		





Especifique:	texto							Especi	fique: No exist construct	en bateria cion en el	as sanitarias, actualme parque central de Gonza	nte esta inmá.	in en pr	oceso de
Disposición de d	esechos 🗆							Disposic	ión de desechos	v	Carro R	tecolecto	ir	
Especifique:	texto							Especi	fique: texto					
Observacion	nes: texto						•							
7.2 Señalética	en el atractivo		Ø											
		222						7	7.2.3. Materialidad			3	7.2.4. Est	ado
7.2.1 Ambiente		7.2.2	. Tipo			a. Madera	b.Alun	ninio	c.Otro		Especifique	В	R	М
	Pictograma de atr	ractivos r	naturales			0	0		0		texto			
	Pictograma de at	ractivos	culturale	s		0	0		0	11	texto			
	Pictograma de ac	ctividades	turística	as		0	0		0		texto			
En áreas	Pictograma de se	ervicios d	е ароуо			0	0		0		texto			
urbanas	Pictogramas de n	estricciór	1			0	0		0		texto			
	Tótems de atracti	ivos turís	ticos			0	0		0		texto			
	Tótems de sitio					0	0		0		texto			
	Tótems direccion	ales				0	0	į.	0		texto			
	Pictograma de at	ractivos r	naturales			0	0	8	0		texto			
	Pictograma de at	ractivos o	culturale	s		0	0		0		texto			
	Pictograma de ac	ctividades	turística	as		0	0		0		texto			
	Pictograma de se	ervicios d	e apoyo			0	0		0		texto			
	Pictogramas de n	estricciór	1			0	0		0		texto			
En áreas	Señales turísticas	s de apro	ximaciór	1		2	0		0	Aproxim	ación de llegada alas Cascadas		Ø	
naturales	Paneles de direcc	cionamie	nto hacia	atractiv	os.	0	0	4	0		texto			
	Panel informativo	de atrac	tivos			0	0		0		texto			
	Panel informati atractivos, servici			onamien	to hacia	0	0		0	1	texto			
	Mesas interpretat	tivas				0	0		0		texto			
	Tótem de sitio					0	0		0		texto			
	Tótem de direccio	onamient	0			0	0		0		texto			
Letreros informativos	De información b	otánica				0	0	8	0		texto			
_	Normativos de co	onciencia	ción			0	0		0		texto			
Señalética interna de seguridad	Protección de los	element	os del at	ractivo		0	0		0		texto	_		
Otros 🗆														
Observacio	nes: texto													
7.3 Salud (más	cercano) (M)		Ø											
		a. Er	n el atra	ctivo					b. En	la ciuda	d o poblado mas cer	cano	✓	
Hospital o Clínica					(	0		Hospital	o Clínica			0		
Puesto / Centro d	le salud 🔲	_			(	0		Puesto /	Centro de salud	☑	_	1		
Dispensario méd	ico 🗆	Cantidad			(	0		Dispensa	ario médico		Cantidad	0		
Botiquín de prime auxilios	eros 🗆	Ü	5		(	0		Botiquín auxilios	de primeros		0	0		
Otros					(	0		Otros				0		
Observacio	nes: texto						•							
7.4 Seguridad	(M)		Ø											
a. Privada					texto									
b. Policía nacio	nal		Ø	alle	UNIDAD	POLICIAL COMU	UNITARIA	GONZAI	NAMA					





c. Policía metropolitana	/ Municip	al 🗆	Def	texto												
d. Otra				texto												
Observaciones:	texto	-														
7.5 Servicio de comun	icación o	de uso público (M	<b>1</b> )	2												
		a. En el atracti	ivo I	7				b. E	n la ciuda	d o p	oblado	mas ce	ercanc	•		
Telefonía (M)		Conexión	a inter	net (M)	Ø	Telefonía	(M) 🗵		0		Conex	ión a in	ternet	(M) 🗵		
Fija 🗆	Línea tel	efónica 🗆	1	Fibra óptica		Fija	v		Linea telef	ónica	<b>V</b>	Fibra	óptica			_
Móvil 🗹	Satélite		1	Redes inalámbri	cas 🗆	Móvil	2		Satélite			Redes	inalár	mbricas	-	<b>3</b>
Satelital		Telef	onía mó	vil	•	Satelital					Telefo	nía móv	il		1	<b>4</b>
Observaciones:	texto															
Radio portátil (U)																
De uso exclusivo para e	el visitante	• 🗆		De uso exclu	sivo para comun	icación interi	na		De uso ex	cclusiv	o en ca	aso de e	emerge	encia		
Observaciones:	texto															
7.6 Multiamenzazas (N	۸)															
Deslaves			- 1	Sismos		Erupci	iones vo	Icánic	cas			Incendi	os fore:	stales		
Sequía			lnu	ndaciones			Aguaje	s				Ts	sunami			
¿Existe un plan de conti de catástrofes?	ingencia e		stitució ocumen	n que elaboró e ito.	texto		mbre umento	del		texto		Año elabor	ación:	de	0	
Observaciones:	texto															
8. POLÍTICAS Y REGU	LACIONE	ES								SI		NO		Si	/1 1	2
a. ¿El GAD cuenta con el	Plan de D	esarrollo Turístico	Territoria	al?	SI		10 🗆				Año	de elab	oraciór	1:	201	16
b. ¿El atractivo se encuen	ntra dentro	de la planificación	turística	territorial (GAD	'S)?			SI		NO			E	specifique	e:	
c. ¿Existen normativas qu	ie se apliq	uen para el desarro	llo de la	actividad turisti	ica en el atractivo?			SI		NO			E	specifique	ə:	
texto																
d. ¿Existen ordenanzas q	ue se aplic	quen para el desarro	ollo de l	a actividad turis	tica en el atractivo	?		SI		NO			E	specifique	e:	
texto																
Observaciones:	texto															
9. ACTIVIDADES QUE	SE PRAC	CTICAN (U)								SI	☑	NO		Si	n 1	<b>-</b>
9.1 ATRACTIVOS NAT	URALES	(M) 🗹														
9.1.1 En el Agua (M)		Z														
a. Buceo		b. Kayak de mar	ı	□ c. Kaya	k lacustre	□ d. F	(ayak de	Río		]	e. Surf					
f. Kite surf		g. Rafting	1	h. Snor	kel	□ i. T	ubing			]	j. Rega	ıta				
k. Paseo en panga		I. Paseo en bote	1	☐ m. Pas	eo en lancha		Paseo er iática	moto	0 🗆	1	o. Para	sailing				
p. Esquí acuático		q. Banana flotante	1	☐ r. Boya		☐ s. F	esa dep	ortiva	a [	1	Otro	⋖		Nata	ción	
Observaciones:	texto															
9.1.2 En el Aire (M)																
a. Alas Delta		b. Canopy	1	□ c. Para	pente	□ d C	itro						texto			
Observaciones:	texto															
9.1.3 En Superficie Terr	estre (M)	Ø														
a. Montañismo		b. Escalada		C. Seno	lerismo	☐ d. 0	Cicloturis	mo	1	0	e. Can	yoning			8	
f. Exploración de cuevas		g. Actividades Recreativas		☐ h. Caba	algata	☐ i. C	aminata	i	1	v	j. Cam	ping			ĥ	
k. Picnic		I. Observación de fl fauna	ora y	☐ m. Obs	ervación de astros	. □ n. 0	Otro					9	texto			
Observaciones:																
9.2 ATRACTIVOS CUL	TURALE	s (u) 🗆														





9.2.1 Tangibles e intang	ibles [	_															
a. Recorridos guiados			П	b. Recon	rido auto	guiado	S				c. Visit	ta a taller	es artistic	05			
h. Participación en talleres	artísticos			d. Visita	a tallere:	s artesa	anales				i. Parti	cipación	en talleres	s artesan	ales		
e. Exposiciones temáticas y eventuales	permaner	ntes, ten	nporales	f. Exhib originale:		e piez	as, mues	tras, ob	oras, e	tc., 🗆	i. Activ	ridades vi	venciales	y/o lúdio	as		
g. Presentaciones o repres	sentacione	es en viv	• 🗆	h. Muesti	ras audio	ovisual	es				g. Foto	grafia					
j. Degustación de platos tr	adicionale	s		I. Particip	ación de	e la cel	ebración				m. Cor	mpra de a	ırtesanias				
n. Convivencia			П	o. Medici	na ance	stral				П	Otro				texto		
Observaciones:	texto																
10. PROMOCIÓN Y CO	MERCIAL	LIZACIO	N DEL ATRA	стіvо								SI		NO		S/I	<b>Ø</b>
10.1. Medios de Promo	ción del	Atracti	/o (M)														
¿Existe un plan de prom	noción turí	ística ca	ntonal?			SI		NO		Esp	ecifique:	texto					
¿El Atractivo se encuen	tra incluid	o en el	plan de promo	ción turísti	co canto	onal?		SI		NO							
Medi	o Promoci	ional			Dire	ección	y nombre	de los	medios	promoci	onales		P	Periodicio	dad de la	promoc	ción
a. Página WEB				URL:					exto						Ninguna	ĺ	
b. Red Social				Nombre:		texto									Ninguna	i	
c. Revistas Especializada:	s			Nombre:		texto									Ninguna	ř.	
d. Material POP				Nombre:		texto									Ninguna	ie .	
e. Oficina de Información	Turistica			Nombre:		texto									Ninguna	k	
f. Medios de comunicación	n (radio, tv.	, prensa		Nombre:	9	texto									Ninguna	E .	
g. Asistencia a ferias turís	ticas			Nombre:		texto									Ninguna	t	
h. Otro				Nombre:		texto									Ninguna	ij	
Observaciones:	texto																
10.2. El atractivo forma	a parte de	e una o	erta establec	ida (paqu	ete turi:	stico)		SI		NO	<b>J</b>	Espe	cifique:	texto			
Observaciones:	texto																
11. REGISTRO DE VISI	ITANTES	Y AFL	JENCIA (M)									SI	П	NO		S/I	Ø
11.1. Frecuencia de vis	sita segúr	n datos	estadísticos														
a. ¿Posee un sistema de r	registro de	visitante	s? SI		NO		Tipo:	Digital		Papel		Ai	ios de reç	gistro		0	
b. ¿Se genera reporte de i	estadística	ıs de visi	ta al atractivo?		SI		NO		F	recuencia	de los rej	portes:			Ninguna	Ē.	
c. Temporalidad de visita	al atractivo	,															
Alta (meses)		ilique					texto						no de ntes		ĝ	0	
Baja (meses)		Especifique					texto						Número de visitantes			0	
d. Llegada de turistas	*												*				
☐ Turista naci	onal		Llegadas me	nsuales	Total	anual	П	Tu	urista ex	xtranjero		Lleg	adas mer	nsuales		Total Ani	ual
	text	to	0		(	0					texto		0			0	
Ciudades de origen	text	to	0			0	Pa	ises de	origen		texto		0			0	
	text	to	0		(	0	91				texto	(0)	0			0	
Observaciones:	texto									de		7.7					
11.2. Frecuencia de vis	sita segúr	n inform	nantes clave														
Nombre del Informante	Clave:								C	ontactos:							
Di	emanda se	egún dia	s de visita							Demar	nda según	frecuenc	ia de visit	ta			
Lunes a viernes 0	Fines		0 Días	feriados	0	Pen	manente	П	E	stacional	П	Esp	orádica	П	Inexi	stente	П
Observaciones:																	







## FICHA N°17: Hacienda "El Toldo"





			FI	CHA PA	ARA EL	LEVAN	TAMIENTO Y J	ERARQI	JIZACIĆ	N DE A	TRACTI	VOS TUF	RISTICC	os				
20000 70	1020140 000		1	1	0	7	5 0	М	С	0	3	0	5	0	2	0	0	17
Código d	el atractivo	0:	Prov	incia	Cai	ntón	Parroquia	Cate	goría	Ti	ро	Subt	ipo	Jerar	rquía		Atractivo	)
1. DATOS GEI	NERALES	6					1											
							1.1 Nombre	del Atrac	tivo Tu	rístico								
							HACIEN	IDA "EL	TOLD	0"								
	1.2	Catego	oria					1.3 Tipo	•					1.	4 Subtip	00		
MANI	IFESTACI	ONES_	CULTUR	RALES		REA	ALIZACIONES_	TÉCNIC.	AS_Y_C	IENTÍFIC	CAS	CEN	TROS	AGROPE	ECUARI	OS Y PE	SQUEF	ROS
2. UBICACIÓN	DEL AT	RACTIV	/o															
	2.1	Provin	cia					2.2 Canto	ón					2.3	Parroq	uia		
		LOJA					G	ONZANA	MA					GO	NZANAI	MA.		
2.	.4 Barrio,	Sector	o Comu	ina			2.5 Calle Pr	incipal			2.6 N	úmero			2.7	Transve	rsal	
	Barri	io "El To	oldo"			Vía	Catamayo Gor	zanamá	E69		S	/N				S/I		
2.8	B Latitud (	grados	decima	les)		:	2.9 Longitud (g	rados de	cimales	5)	Click			2.10 A	Altura (m	nsnm)		
	-4	1.20751	9					-79.427	3						2.241			
2.11 Informac	ión del ad	lministr	rador															
a. Tipo de Adm	ninistrador				PRI	/ADA		b. Nom	bre de la	a Instituc	ión:	S/I						
c. Nombre del	Administra	ador:		Ju	ian Fern	ando Le	eón .	d. Carg	o que o	cupa:		Es uno d	de los d	ueños de	e la Haci	ienda.		
e. Teléfono / C	elular:				09891	154590		f. Corre	o Electr	ónico:		S/I						
Observacio	ones:	Se debe	e comun	icar pre	via antic	ipación	para la visita a l	a Hacien	da.									
3. CARACTER	RISTICAS	DEL A	TRACTI	vo														
3.1 Caracterís	ticas clim	natológi	icas		Ø													
a. Clima:				Templade	0		b. T	emperatur	a(°C):	-1	8	c. Pre	ecipitació	n Pluvior	métrica (r	nm):	900 a	1200
3.2 Linea de p	oroducto a	al que p	ertenec	e el atra	ictivo (L	J)	<b>2</b>											
	a. Cu	ltura					b. Na	turaleza			Ø			c. Ave	entura			
3.3 Escenario	donde se	localiz	za el atra	activo t	uristico		ø											
a. Prístino			b. Pri	mitivo			c. Rústico N	atural			d. F	Rural	Ø		e. Ur	bano		
3.4 Ingreso al	atractivo	(U)		1	3	.v.												
a. Tipo de Ir	agrasa	b. I	Horario d	de Atend	ión						c. Ate	ención						
a. Tipo de il	igieso	Ingr	reso	Sa	lida	То	odos los días	Fine	s de sem feriados		Solo	o dias háb	iles	Ot	ro	E	Especifica	ır
Libre		0:	00	0:	00									ı			texto	
Restringido	Ø	8:	00	17	:00:							7		ı			texto	
Pagado		0:	00	0:	00												texto	
d. Maneja un s	istema de	reserva	as:		f. For	ma de	Efectivo			nero rónico		Depó Banc			Tarje	eta de D	ébito	
e. Precio:	Desde	0,00	Hasta	0,00	Pa	igo:	Tarjeta de Cré	dito		Transfe	rencia E	Bancaria			Cheque			
g. Meses recor	mendables	s de vis	ita:								S/I							
Observacio	ones:	Se pued	de visitar l	a hacien	da comur	nicandose	e con los dueños	previa ant	icipación.									
4. ACCESIBIL	IDAD Y C	ONECT	TIVIDAD	AL ATF	RACTIVO	0							SI	Ø	NO		S/I	
a. Nombre de l	la ciudad o	o poblac	do más c	ercano	(Que pre	esente c	ondiciones míni	mas de s	ervicios	8				G	onzanam	ná		
<ul> <li>b. Distancia de poblado más c</li> </ul>		iudad o	43,5	km		empo amiento e	estimado de en auto:	0:50	h/min	d. Coor	denadas lecimales)	s (grados ):	Lat.:	-3.98	B333	Long.:	-79	9.35
Observacio	ones:	La acces	ibilidad a l	a Haciend	la es óptir	na a pesa	r del mal clima que	pueda hat	er.									
4.2 Vías de Ad	cceso (M)	(		v														
				Tipo	de vía		Coordenada	de inicio	Coor	denada	de fin	Distanci	a (km)	Tipo	de mate	erial	Est	ado
		_	a. Prime	r orden		v	-4,230394,-79	436509	-4.1	226,-79.2	2547	5ki	m	AS	BFALTAD	00	Bue	eno





		122														
a. renesue	(IVI)	70,000	indo ordei	n 🗵	-4,1	226,-79	2547	-4.2	0777,-79.4	42715	500 m	19	LASTRAI	00	В	ueno
		c. Terce	er orden			0			0		0		0			
Observacion	nes:															
		Marítimo		Puerto / Muelle de partida	te	xto						te	exto			
b. Acuático (U)		Lacustre		Puerto / Muelle de partida	te	xto	Estado					te	exto	Estado		
		Fluvial		Puerto / Muelle de partida	te	xto						te	exto			
Observacion	nes:	texto														
c. Aéreo (U)				Na	cional:						Internacional:					
Observacion	nes:	texto														
4.3 Servicio de	transp	orte (M)	7	li,												
a. Bus		b. Buseta	Ø	c. Transporte 4:	<b>4</b>	Ø	d. Taxi		Ø		e. Moto taxi		f. Telef	érico		
g. Lancha		h. Bote		i. Barco			j. Canoa	1			k. Avión		I. Avion	eta		
m. Helicóptero		n. Otro		Especifique												
Observacion	nes:	Rancheras, Carr	ionetas													
4.3.1 Detalle de	transp	orte hacia el at	ractivo (	M)												
							c. Fred	cuencia								
	la coop	erativa o asocia	ción que	b. Estación /	terminal		la	lal	la		d. Detalle	e (Trasla	ido origei	n / destino	0)	
presta el sel vicio						Diaria	Semar	Mensu	Eventu							
COOPERATIVA I	DE TRA	NS. 30 DE SEPT	EMBRE	GONZANAMÁ		V				GONZA	NAMÁ/NAMBAC	DLA				
TRANSPORTE M	MIXTO N	AMBACOLA S.A.		NAMBACOLA					Ø	NAMBA	COLA					
COOPERATIVA	DE TRA	NS. CARIAMANG	A	TERMINAL		v				LOJA-C	ARIAMANGA					
COOPERATIVA I	DE TRA	NS. LOJA		TERMINAL		✓				LOJA-C	ARIAMANGA					
texto				texto						texto						
4.4 Condicione	s de ac	cesibilidad del	atractivo	o turístico al m	edio fisi	co para	persona	s con	discapac	idad (M	ı.	Ø				
General	Ø	Discapacidad Física		Discapacidad Visual					Discap	acidad I	ntelectual o Psic	osocia				
Observacion	nes:	texto														
C. Tercer orden																
a. Señalización de	e aproxi	mación al atractivo	,	□ Esta	ado (U)	В	ueno			Reg	ular 🗆		N	falo		
Observacion	nes:	No existe señaliz	ación de	aproximación a l	a Haciend	a, pero	si a la entr	ada de e	esta.							
5. PLANTA TUE	RÍSTICA	A / COMPLEME	NTARIO	s							SI	Ø	NO		S/I	
5.1 Planta turis	tica (M	)		1	_											
		a. E	n el Atra	ctivo 🗆						b.	En la ciudad o	pobla	do cerca	ino	☑	
Alojamien	to	□ Est	tablecimie	entos Núr	nero de		nero de	1	Mojamier	nto	Estable	cimiento		nero de		nero de





	- 4				1	1	_			_			
Hotel		0		0	0	Hotel		☑	4	1	91	3-	49
Hostal		0		0	0	Hostal		7	5	9	99	1	35
Hosteria		0		0	0	Hosteria		<b>\</b>	7	\$	91	1	81
Hacienda Turística		0		0	0	Hacienda Turístic	a		0		0		0
Lodge		0		0	0	Lodge			0		0		0
Resort		0		0	0	Resort	1		0	ш	0	1	0
Refugio		0		0	0	Refugio			0		0	10	0
Campamento Turístico		0		0	0	Campamento Tu	rístico		0	1	0		0
Casa de Huéspedes	Ø	0		8	20	Casa de Huéspe	des		0		0		0
Observaciones:	Existe ur	na casa de huésped	les pero no	esta registrac	ia,	Observacion	nes:	texto		_			
Alimentos y bebidas		Establecimiento registrados		Número de Mesas	Número de Plazas	Alimentos y bebidas	☑		blecimientos		ero de esas	Núm Pla	ero de izas
Restaurantes		0		0	0	Restaurantes	Ø		26	2	55	10	20
Cafeterias		0		0	0	Cafeterias	Ø		1		7	2	18
Bares		0		0	0	Bares			0		0		0
Fuentes de soda		0		0	0	Fuentes de soda	☑		3	- 2	20	8	80
Observaciones:	Existe ur	n comedor para los t	turistas pre	evia reservació	n.	Observacion	nes:	texto					
Agencias de	Viaje		Esta	ablecimientos i	egistrados	Ager	ncias de	Viaje		Esta	blecimien	tos regist	rados
Mayoristas				.0		Mayoristas						D	
Internacionales				0		Internacionales						0	
Operadoras				0		Operadoras						0	
Observaciones:	texto					Observacion	nes:	texto		_			
Guia Local	Naci	ional Nacion Especiali		Cultura	0	Guia	Local	Nac		Vacional Decializado	Cui	tura	0
0	c	0 0		Aventura	0		0	(	)	0	Ave	ntura	0
Observaciones:	texto					Observacion	nes:	texto					
5.2 Facilidades en el e	ntorno a			Ø		*							
Categoría (M)		al atractivo										stado (l	
		Tipo (M)	<u></u>	Can	tidad C	coordenadas	Ad	ministra		esibilidad niversal			
	Punto de					coordenadas 4.1349,-79.269	<u> </u>	ministrae	u u	esibilidad niversal	B	R	M (J)
	Punto de	Tipo (M)	1	Ø			<u> </u>		u u	niversal	В	R	М
a. De apoyo a la gestión turística	l-Tur	Tipo (M)	- 1		1 -	1.1349,-79.269	<u> </u>	M-Gonzar	u u	niversal  2	B	R	М
a. De apoyo a la gestión turistica	I-Tur Centro d	Tipo (M)	1		1 -	4.1349,-79.269	<u> </u>	M-Gonzar texto	u u	niversal	B	R	м —
turística	I-Tur Centro d	Tipo (M) e Información de interpretación	    ca		0 0	4.1349,-79.269 0 0	<u> </u>	M-Gonzar texto	u u	niversal	B	R	м 
turística	I-Tur Centro d Centro d Centro d	Tipo (M) e Información de interpretación de facilitación turístic	ca		0 0	0 0	<u> </u>	texto texto	u u	iniversal	B	R	м 
turistica ☑	I-Tur Centro d Centro d Centro d	Tipo (M)  le Información  le interpretación  le facilitación turístic  le recepción de visitt	ca		0 0 0 0 0 0 0 0	0 0 0 0	<u> </u>	texto texto texto texto	u u	iniversal	B	R	M
turística	I-Tur Centro d Centro d Centro d Garitas o Miradore	Tipo (M)  le Información  le interpretación  le facilitación turístic  le recepción de visitt	ca		0 0 0 0 0 0 0 0	0 0 0	<u> </u>	texto texto texto texto	u u	oniversal	B 2 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0	R	M
turística	I-Tur Centro d Centro d Centro d Garitas o Miradore	Tipo (M)  le Información  de interpretación  de facilitación turístic  de recepción de visita  de guardianía  as  de wistamiento de av  de wigilancia	ca   lantes   l		1 -4.2	0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0	<u> </u>	texto texto texto texto texto texto Privada	u u	niversal	B 2 C C C C C C C C C C C C C C C C C C	R	
turistica  ☑  b. De observación y vigilancia	I-Tur Centro d Centro d Centro d Garitas d Miradore Torres d	Tipo (M)  le Información  de interpretación  de facilitación turístic  de recepción de visita  de guardiania  as  de vigilancia  as	antes		1 -4.21	0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0	<u> </u>	M-Gonzar texto texto texto texto texto	u u	oniversal	B	R	
turistica  ☑  b. De observación y vigilancia	I-Tur Centro d Centro d Centro d Garitas d Miradore Torres d Torres salvavida Sendero	Tipo (M)  le Información  de interpretación  de facilitación turístic  de recepción de visita  de guardiania  as  de vigilancia  as	ca     antes     vves     para		1 -4.21 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0	0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0	<u> </u>	texto texto texto texto texto texto texto texto texto texto texto texto texto texto texto	u u	oniversal	B	R	
turistica  ☑  b. De observación y vigilancia	I-Tur Centro d Centro d Centro d Gantas d Miradore Torres d Torres salvavida Sendero Estacion	Tipo (M)  le Información  de interpretación  de facilitación turístic  de recepción de visit  de guardiania  as  de avistamiento de av  de vigilancia  as  ss	antes		1	0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0	<u> </u>	texto texto texto texto texto texto texto texto texto texto texto Privada texto texto	u u	oniversal	B	R	
turistica  ☑  b. De observación y vigilancia  ☐  c. De recorrido y	I-Tur Centro d Centro d Centro d Garitas d Miradore Torres d Torres salvavida Sendero Estacion Áreas de	Tipo (M) le Información le interpretación le facilitación turístic le recepción de visita de guardianía les le avistamiento de av de vigilancia as les les de sombra y des	antes		1	0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0	<u> </u>	texto texto texto texto texto texto texto texto Privada texto Privada	u u	oniversal	B	R	
b. De observación y vigilancia  c. De recorrido y descanso	I-Tur Centro d Centro d Centro d Garitas d Miradore Torres d Torres Salvavida Sendero Estacion Areas de Refugio	Tipo (M)  le Información  de interpretación  de facilitación turístic  de recepción de visita  de guardianía  as  de vigilancia  as  ss  des de sombra y des  de acampar	antes		1 -4.21 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0	0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0	<u> </u>	M-Gonzari lexito	u u	oniversal			
b. De observación y vigilancia  c. De recorrido y descanso	I-Tur Centro d Centro d Centro d Garitas o Miradore Torres d Torres salvavida Sendero Estacion Areas de Refugio Baterias	Tipo (M)  le Información  de Interpretación  de facilitación turístic  de recepción de visit  de guardiania  as  le avistamiento de ar  de vigilancia  as  les se de sombra y des  e acampar  de atta montaña	antes   antes   para   para		1 -421 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0	0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0	<u> </u>	texto texto	u u	oniversal			
b. De observación y vigilancia  c. De recorrido y descanso  d. De servicio	I-Tur Centro d Centro d Centro d Garitas o Miradore Torres d Torres salvavida Sendero Estacion Areas de Refugio Baterias	Tipo (M) le Información le interpretación le facilitación turístic le recepción de visita de guardianía les le avistamiento de av de vigilancia les les de sombra y des les acampar de alta montaña les sanitarias	antes   antes   para   para		1 -420 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0	0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0	<u> </u>	tesdo tesdo tesdo tesdo tesdo tesdo tesdo tesdo tesdo tesdo tesdo tesdo Privada tesdo Privada tesdo Privada	u u	oniversal			





Observaciones:	texto									
5.3 Complementarios	a la actividad turistica (	M) 🗵								
	a. En el Atra	ctivo 🗆		b. En la c	iudad o	poblado cercano	Ø			
Alquiler y venta de especializado	equipo	Venta de artesanías merchandising	у 🗆	Alquiler y venta de equipo especializado	' <sub>□</sub>	Venta de artesanía merchandising	as y 🗵			
Casa de cambio	☐ Cajero automátic	o Dtro		Casa de cambio	Cajero	automático 🗵	Otro 🗆			
Especifique: texto				Especifique: texto						
Observaciones:	texto									
6. ESTADO DE CONSE	RVACIÓN E INTEGRA	CIÓN ATRACTIVO / ENTORNO	)		SI	☑ NO □	S/I 🗆			
6.1 Atractivo (U)	Ø									
a. Conservado		ado 🗆	c. En pr	roceso de deterioro		d. Deteriorado				
Observaciones: Se encuentra en un estado conservado, ya que es un lugar privado.										
6.1.1 Factores de altera	ción y deterioro (M)									
6.1.1.1 Na	turales (M)			6.1.1.2 Antrópicos / Antropogér	icos (M)	i				
a. Erosión		Actividades agrícolas y ganaderas	Ø	b. Actividades forestales	7	c. Actividades extractivas /	minería 🗆			
b. Humedad		d. Actividades industriales		e. Negligencia / abandono		f. Huaquearía				
c. Desastres naturales		g. Conflicto de tenencia		h. Condiciones de uso y exposición		i. Falta de mantenimiento				
d. Flora/Fauna		j. Contaminación del ambiente	v	k. Generación de residuos	<b>4</b>	I. Expansión urbana				
e. Clima	Ø	m. Conflicto politico / social		n. Desarrollo industrial / comercial		o. Vandalismo				
Otro		Especifique: texto								
Observaciones:	texto									
6.2 Entorno (U)	Ø									
a. Conservado	☑ b. Altera	ndo 🗆	c. En pr	oceso de deterioro		d. Deteriorado	0			
Observaciones:	Entorno en perfectas cono	liciones.								
6.2.1 Factores de altera	ción y deterioro (M)									
6.2.1.1 Na	turales (M)			6.2.1.2 Antrópicos / Antropogér	icos (M)					
a. Erosión		Actividades agrícolas y ganaderas	Ø	b. Actividades forestales	Ø	c. Actividades extractivas /	mineria 🗆			
b. Humedad		d. Actividades industriales	Ø	e. Negligencia / abandono		f. Huaquearía				
c. Desastres naturales		g. Conflicto de tenencia		h. Condiciones de uso y exposición		i. Falta de mantenimiento				
d. Flora/Fauna		j. Contaminación del ambiente	Ø	k. Generación de residuos	<b>7</b>	I. Expansión urbana				
e. Clima	2	m. Conflicto político / social		n. Desarrollo industrial / comercial		o. Vandalismo				
Otro		Especifique: texto								
Observaciones:	texto									
6.3. Declaratoria del es	spacio turistico asociao	do al atractivo								
a. Declarante:	texto	b. Denominación:	texto	b. Fecha de declaración:	texto	c. Alcance:	texto			
Observaciones:	texto									
7. HIGIENE Y SEGURII	DAD TURÍSTICA				SI	☑ NO □	S/I 🗆			
7.1 Servicios Básicos		<b>□</b>								
	a. En el atra	ctivo 🗹		b. En la ciu	dad o p	oblado mas cercano	<b>2</b>			
Agua:	<b></b> ✓			Agua 🖸		Potable				
Especifique: La Haci	enda cuenta con agua pota	ble y de reservorio.		Especifique: texto						
Energía eléctrica:	<b>V</b>			Energía eléctrica 🖸		Red eléctrica de servicio p	público			
Especifique: Posee e	nergiaelectrica de servicio	público		Especifique: texto						
Saneamiento:	2			Saneamiento:		Red pública				





Especifique:	Existe red públia			E	Especifique: texto										
Disposición de de	esechos 🗹			Dis	Disposición de desechos ☑ Carro Recolector										
Especifique:	Carro recolector.	1			E	Especifique: texto									
Observaciones: texto															
7.2 Señalética	en el atractivo		7												
7.2.3. Materialidad									7	.2.4. Est	ado				
7.2.1 Ambiente	7.2.2. Tipo		. Тіро	a. Madera	b.Alumin	o c.Oti	то	Espe	cifique	В	R	М			
	Pictograma de at	ractivos n	naturales	0	0	0		te	do						
	Pictograma de at	ractivos c	culturales	0	0	0		te	do						
	Pictograma de ac	ctividades	turísticas	0	0	0		te.	do						
En áreas	Pictograma de se	ervicios de	е ароуо	0	0	0		texto							
urbanas	Pictogramas de r	estricción	î.	0	0	0		te	do						
	Tótems de atract	ivos turíst	icos	0	0	0		te.	do						
	Tótems de sitio			0	0	0		te	do						
	Tótems direccion	ales		0	0	0		te	odo						
	Pictograma de at	ractivos n	aturales	0	0	0		te	do						
	Pictograma de at	ractivos c	culturales	0	0	0		te	do						
	Pictograma de ac	ctividades	turísticas	0	0	0		te.	xto						
	Pictograma de servicios de apoyo			0	0	0		te.	do						
	Pictogramas de restricción			0	0	0		te	do						
En áreas	Señales turísticas de aproximación			0	0	0		te.	do						
naturales	Paneles de direccionamiento hacia atractivos			0	0	0		te	×to						
	Panel informativo de atractivos			0	0	0		te.	do						
	Panel informativo de direccionamiento hacia atractivos, servicios y actividades			0	0	0		te	do						
	Mesas interpretativas			0	0	0		texto							
	Tótem de sitio			0	0	0		texto							
	Tótem de direccionamiento			0	0	0 0		texto							
Letreros informativos	De información b	información botánica		0	0	0		texto							
	Normativos de co	ncienciac	ción	0	0	0		fexto							
Señalética interna de seguridad	Protección de los	elemento	os del atractivo	0	0	0		texto							
Otros 🖸				E	viste un letrer	o de bienvenida									
Observacion	nes:					o do biorronida									
7.3 Salud (más			7												
	,	a. En	n el atractivo		Т		b. En la ciu	dad o po	oblado mas cerc	ano	<b>2</b>				
Hospital o Clínica				)	Ho	spital o Clínica				0					
Puesto / Centro d			(			esto / Centro de				1					
Dispensario médico						pensario médici	579590	fidad		0					
Botiquin de primeros auxilios		Can	0			iquin de primer	1,000	Ca	Cantidad						
		•			auxilios U										
Observacion		ercania a	la cabecera cantonal se pu				(A <del></del> )			0					
7.4 Seguridad (			·												
a. Privada			texto												
b. Policía nacion	nal		T UNIDAD	POLICIAL COMU	JNITARIA GI	ONZANAMA									
			DADINO SE												





c. Policía metropolitana	/ Municipal	D Det	texto										
d. Otra			texto										
Observaciones:	Ninguna	*	***										**
7.5 Servicio de comunicación de uso público (M)													
a. En el atractivo ☑ b. En la ciudad o poblado mas cercano ☑													
Telefonía (M)		Conexión a i	internet (M	) [		Telefonia (M)	☑		C	Conexión	a interne	t (M) 🗹	
Fija 🗹	Línea telefó	nica 🗹	Fibra ó	ptica [	]	Fija	Ø	Línea telefór	nica 🗔	a Fi	bra óptica	is	
Móvil 🗾	Satélite		Redes	inalámbricas [	]	Móvil	<b>2</b>	Satélite	G	a R	edes inalá	mbricas	<b>7</b>
Satelital		Telefonia	a móvil	E	2	Satelital				Telefonia	móvil		✓
Observaciones: La señal para dispositivos móviles en cuanto al internet es muy baja.													
Radio portátil (U)													
De uso exclusivo para	el visitante		De u	so exclusivo para	comun	icación interna		De uso exc	lusivo	en caso	de emer	gencia	
Observaciones:	texto												
7.6 Multiamenzazas (M)													
Deslaves			Sismos	s		Erupcion	es volcáni	cas [		Ince	endios for	estales	
Sequia		0	Inundacio	nes		Ag	juajes		]		Tsunam	ni	
¿Existe un plan de contine catástrofes?	gencia en cas		ución que i	elaboró el	texto	Nomb		l te	xto	Ai	ño aboración	de :	0
Observaciones:	No existe ur	n plan de contingenc	la ya que e	s un lugar privado, po	or posit	oles amenazas el	dueño se	encargará de	mitiga	r cualquie	r aconteci	miento.	
8. POLÍTICAS Y REGU	ILACIONES							5	SI [	3	NO 🗆	S/I	7
a. ¿El GAD cuenta con el	Plan de Des	arrollo Turístico Tem	itorial?		SI	□ NO				Año de	elaboració	in:	2016
b. ¿El atractivo se encuer	ntra dentro de	la planificación turís	stica territor	ial (GAD'S)?			SI		10 [	5	-	Especifique:	
b. ¿El atractivo se encuentra dentro de la planificación turística territorial (GAD'S)?  SI NO Especifique:													
c. ¿Existen normativas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo? SI NO Especifique:													
texto													
d. ¿Existen ordenanzas q	ue se aplique	n para el desarrollo	de la activio	dad turistica en el atra	activo?		SI		10 [	3	: 1	Especifique:	
texto													
Observaciones:	texto												
9. ACTIVIDADES QUE	SE PRACT	ICAN (U)							SI E	4	NO 🗆	S/I	
9.1 ATRACTIVOS NAT	TURALES (M	A) 🗷											
9.1.1 En el Agua (M)													
a. Buceo	□ b. l	Kayak de mar		c. Kayak lacustre		☐ d. Kay	ak de Rio		е	. Surf			
f. Kite surf	□ g. l	Rafting		h. Snorkel		i. Tubi	ng		j.	Regata			
k. Paseo en panga	□ I. P	aseo en bote		m. Paseo en lanch	а	n. Pas acuátio	eo en mot	° 🗆	0	. Parasaili	ing		
p. Esquí acuático	□ q. l	Banana flotante		r. Boya		Caral Caral	a deportiv	a 🗆		Otro 🗆	1	texto	)
Observaciones:	texto												
9.1.2 En el Aire (M)		0											
a. Alas Delta	□ b.	Canopy		c. Parapente		☐ d Otro					texto		
Observaciones:	texto												
9.1.3 En Superficie Terrestre (M)													
a. Montañismo	□ b.1	Escalada		c. Senderismo		☑ d. Cicl	oturismo	<b>2</b>	l e	. Canyoni	ng		
f. Exploración de cuevas		Actividades creativas	Ø	h. Cabalgata		☐ i. Cam	inata	•	j.	. Camping			
k. Picnic		bservación de flora	у 🗸	m. Observación de	astros	n. Otro	i						
Observaciones:			smo por las	s cualidades que pose	ee la ha	acienda.							
9.2 ATRACTIVOS CUL	TURALES	(U) 🗹											

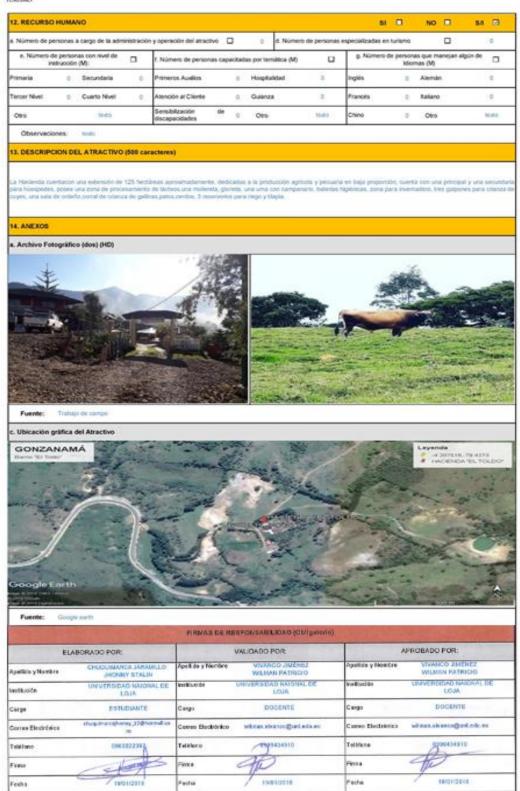




9.2.1 Tangibles e intang	gibles 🗆																
a. Recorridos guiados				b. Recon	rido auto	oguiados	5				c. Vis	ita a taller	es artistic	os			
h. Participación en talleres	artísticos			d. Visita	a tallere	s artesa	nales				i. Par	ticipación	en talleres	s artesan	ales		
e. Exposiciones temáticas y eventuales	permanente	s, tempora	les 🗆	f. Exhibitoriginales		e pieza	is, mues	tras, ob	oras, e	tc.,	i. Acti	ividades v	ivenciales	y/o lúdica	as		v
g. Presentaciones o repres	sentaciones e	n vivo		h. Muestr	ras audi	ovisuale	s				g. Fot	tografía					
j. Degustación de platos tr	adicionales		Ø	I. Particip	ación d	e la cele	bración				m. Co	ompra de	artesanías	s			
n. Convivencia			V	o. Medici	ina ance	estral					Otro				texto		
Observaciones:	texto																
10. PROMOCIÓN Y CO	MERCIALIZ	ACIÓN D	EL ATRA	стіуо								SI		NO	☑	S/I	
10.1. Medios de Promo	oción del At	ractivo (N	<b>/</b> 1)														
¿Existe un plan de pron	noción turíst	ica cantor	ial?			SI		NO	V	Es	pecifique	: texto					
¿El Atractivo se encuen	tra incluido	en el plan	de promo	ción turíst	ico can	itonal?		SI		NO	<b>4</b>						
Medic	o Promocion	al			Dire	ección y	nombre	de los i	nedios	s promo	cionales		P	eriodicio	dad de la	promod	ción
a. Página WEB				URL:				t	exto						Ninguna	а	
b. Red Social				Nombre:		texto									Ninguna	а	
c. Revistas Especializadas	5			Nombre:		texto									Ninguna	a	
d. Material POP				Nombre:		texto									Ninguna	а	
e. Oficina de Información	Turística			Nombre:		texto									Ninguna	а	
f. Medios de comunicación	n (radio, tv, pr	ensa)		Nombre:		texto									Ninguna	а	
g. Asistencia a ferias turist	ticas			Nombre:		texto									Ninguna	a	
h. Otro				Nombre:		texto									Ninguna	а	
Observaciones:	texto												•				
10.2. El atractivo forma	a parte de u	na oferta	estableci	da (paque	ete turí	istico)		SI		N	o 🗵	Espe	ecifique:	texto			
Observaciones:	texto																
11. REGISTRO DE VISI	ITANTES Y	AFLUEN	CIA (M)									SI		NO		S/I	Ø
11.1. Frecuencia de vis	sita según o	latos esta	disticos														
a. ¿Posee un sistema de r	registro de vis	itantes?	SI		NO	V	Tipo:	Digital		Pape	el 🗆	А	ños de re	gistro		0	
b. ¿Se genera reporte de	estadísticas o	le visita al a	atractivo?		SI		NO	Ø	F	recuenci	ia de los re	eportes:			Ninguna	а	
c. Temporalidad de visita a	al atractivo																
Alta (meses)		andre					texto						ro de intes			0	
Baja (meses)		Especifique					texto						Número de visitantes			0	
d. Llegada de turistas	-												•				
☐ Turista nacie	onal	Lle	egadas mer	suales	Tota	l anual		Ti	urista e:	xtranjero		Lle	gadas me	nsuales		Total An	iual
	texto		0	*		0					texto		0			0	
Ciudades de origen	texto	texto 0				0	Pa	íses de	origen		texto		0	0		0	
	texto		0			0					texto		0			0	
Observaciones:	texto																
11.2. Frecuencia de vis	sita según i	nformante	es clave		Ø												
Nombre del Informante	Clave:			Juan Ferna	ando Le	ón			С	ontactos				0989154	590		
D	emanda segú	in días de	visita							Dema	anda segú	in frecuen	cia de visi	ta	Ø		
Lunes a viernes 0	Fines de semana		Días t	eriados	0	Pern	nanente		E	stacional		Esp	oorádica	v	Inex	istente	
Observaciones:	Es un lugar i	muy solicita	ido para rei	iniones de	sector	público.	ei.										







## ANEXO 3: Entrevista a los involucrados en la Actividad Turística



# UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA FACULTAD JURIDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA CARRERA DE ADMINISTRACION TURISTICA

#### Modelo de Entrevista

1.	¿Considera Ud. que la actividad agropecuaria de la parroquia Nambacola y parroquia Gonzanamá se lo debería promocionar como un atractivo turístico?
2.	¿Considera Ud. importante que se establezca una ruta Agroturística para el desarrollo local de estas parroquias?
3.	¿Cuál cree usted que serían los principales aportes que darían ustedes para la ruta Agroturística?
4.	¿Cree Ud. que la ruta traerá beneficios a las zonas vinculadas?
5.	En la actualidad ¿Cree usted que los organismos referentes al agro tienen un papel muy importante al momento de establecerse una ruta Agroturística?
6.	¿De qué manera piensa usted que se debería difundir la ruta Agroturística?

## **ANEXO 4: PROFORMA SEÑALETICA**



# **PROFORMA**

Fecha: 23 /Marzo / 2018

Cliente: Jhonny Chuquimarca

Ruc: 1718597923

### **PROFORMA**

Cantidad	Descripción	V./U.	V./Total
4	Panel Informativo con 6 tablas de pino lacado de 2,00 mts x 60 cm. y con postes de madera de 3mts de alto, con techo de lata semejante a tejas	290,00	1160,00
2	Pictograma de 60 cm x 60 cm con poste de 3 mts de alto sin placa descriptiva.	135,00	270,00
2	Letrero informativo de 240 x 60 cm. con estructura de hierro y lata galvanizada de 0,45 mm con dos postes de 5x5 cm	280,00	560,00
2	Tótem Turístico de 2,40m de alto por 1,20 metros de ancho, 20 cm de profundidad y lamina acrílica de 3mm iluminada con 4 tubos led	450,00	900,00
2	Señal Turística de Aproximación de 240x60 cm con estructura de hierro y lata galvanizada de 0,45 mm	280,00	560,00
5	Señal de Direccionamiento de 240 x 60 cm. con estructura de hierro y lata galvanizada de 0,45 mm	280,00	1400,00
1	Pictograma de 60x60 cm con 1 poste de 3 mts de alto y placa de 20 cm x 60cm con lata galvanizada de 0.45mm bajo el pictogra- ma.	150,00	150,00
1	Letrero informativo sin postes de 240 x 60, con estructua de hierro y lata galvanizada de 0,45 mm.	250,00	250,00
		SubTotal IVA 12% TOTAL	5250,00 630,00 5880,00

# Javier F. Luzuriaga Jaramillo.

#### Gerente

Teléfono:

07 2565867 | 0988866965

Dirección:

Olmedo 197 -68 y Colón

jcpublicidad@hotmail.es

# Índice de Contenidos

CERTIFICACIÓN	
AUTORÍA	
CARTA DE AUTORIZACION	
DEDICATORIA	
AGRADECIMIENTO	
1.TITULO	
2. RESUMEN	
3. INTRODUCIÓN	6
4. REVISIÓN DE LITERATURA	9
4.1. Marco Conceptual	9
4.1.1. Concepto de Turismo	9
4.1.2. Clasificación del Turismo	9
4.1.3. Tipos de Turismo	. 13
4.1.4. Diagnostico Turístico	. 15
4.1.5. Inventario de Atractivos Turísticos	. 19
4.1.6. Atractivos Turísticos Culturales	. 21
4.1.7. Atractivos Turísticos Naturales	. 25
4.1.8. Concepto de Ruta Turística	. 28
4.1.9. Elementos de una Ruta Turística	. 28
4.1.10. Tipos y Diseño de Ruta	. 29
4.1.11. Difusión de los Atractivos Turísticos	. 31
4.1.12. Apoyo Publicitario	. 32
4.2. Marco Referencial	. 33
4.2.1. Datos Generales del Cantón Gonzanamá	. 33
4.2.2. Ámbitos Generales de las Parroquias Nambacola Y Gonzanamá	. 36

5.	MATERIALES Y METODOS	42
5.1.	Materiales	42
5.2.	Métodos	42
5.3.	Técnicas	43
5.4.	Metodología por Objetivos	43
6.	RESULTADOS	45
	Realizar un diagnóstico turístico de las parroquias Nambacola y nzanamá del Cantón Gonzanamá, Provincia de Loja	45
6.1.	Diagnóstico Turístico de la Parroquia Gonzanamá	46
6.1.	2. Ficha de diagnóstico Turístico de Comunidades	46
6.1.	3. Ubicación de la Parroquia Nambacola	46
6.1.	4. Oferta de Servicios	49
6.1.	5. Infraestructura de Servicios Básicos	52
6.1.	6. Gobernanza	57
6.1.	7. Comunidad Receptora	58
6.1.	8. Inventario de Atractivos Turísticos	60
6.2.	Diagnóstico Turístico de la Parroquia Gonzanamá	71
6.2.	Ficha de Diagnóstico Turístico de comunidades	71
6.2.	2. Ubicación de la Parroquia Gonzanamá	71
6.2.	3. Oferta de Servicios	73
6.2.	4. Infraestructura de Servicios Básicos	75
6.2.	5. Gobernanza	81
6.2.	6. Comunidad Receptora	84
6.2.	7. Inventario de Atractivos Turísticos	85
6.2.	8. Resultados de la entrevista	95
62	9 Matriz FODA	97

6.2.10. Matriz de Estrategias FODA	98
6.3. Elaboración de la propuesta de la ruta de Agroturismo para las parroquias Nambacola y Gonzanamá del Cantón Gonzanamá, Provincia	
de Loja	99
6.3.1. Justificación	99
6.3.2. Nombre de la ruta	99
6.3.3. Elaboración de la marca10	Э0
6.3.4. Mapa de la Ruta10	)2
6.3.5. Medios de transporte a utilizar10	)3
6.3.6. Descripción de las actividades10	9
6.3.7. Tiempo y duración del recorrido10	)3
6.3.8. Itinerario10	Э4
6.3.9. Guion Turístico10	)5
6.3.10. Rutas Alternas11	11
6.3.11. Servicios a incluir en la Ruta Agroturística10	9
6.3.12. Gastos de operación11	11
6.3.13. Señalética11	13
6.3.14. Mapa de señalética de la Ruta15	51
6.3.15. Presupuesto para la ejecución de la Señalética	52
6.4. Determinar las estrategias de comercialización para la Ruta de	
Agroturismo para las parroquias Nambacola y Gonzanamá del Cantón	
Gonzanamá, Provincia de Loja15	53
6.4.1. Justificación	53
6.4.2. Comercialización15	
6.4.3. Cliente objetivo15	54
6.4.4. Diseño de las Estrategias de Promoción15	55
7 DISCUSIÓN 17	76

8.	CONCLUSIONES	177
9.	RECOMENDACIONES	178
10.	BIBLIOGRAFIA	179
11.	ANEXOS	

# Índice de Cuadros

Cuadro N° 1: Tipos de Turismo	. 13
Cuadro N° 2: Etapas de Inventario	. 20
Cuadro N° 3: Atractivos Culturales	. 21
Cuadro N° 4: Atractivos Turísticos Naturales	. 25
Cuadro N° 5: Autoridades del Cantón Gonzanamá	40
Cuadro N° 6: Matriz de Potencialidades y Problemas del Componente	
Socio-Cultural	41
Cuadro N° 7: Datos Generales de la Parroquia Nambacola	. 47
Cuadro N° 8: Población Total Censo 2010	. 48
Cuadro N° 9: Alojamientos de la Ciudad de Catamayo	. 49
Cuadro N° 10: Alimentación de la Ciudad de Catamayo	. 50
Cuadro N° 11: Lugares de Recreación de la ciudad de Catamayo	. 51
Cuadro N° 12: Tipos de vía de la parroquia	. 52
Cuadro N° 13: Acceso a servicio de telecomunicaciones	. 53
Cuadro N° 14: Comunicaciones Parroquia Nambacola	. 53
Cuadro N° 15: Procedencia de agua	. 54
Cuadro N° 16: Tipos de conexión de agua	. 55
Cuadro N° 17: Tipo de eliminación de aguas residuas	. 55
Cuadro N° 18: Unidades de salud de la parroquia Nambacola	. 56
Cuadro N° 19: Gobernanza Parroquia Nambacola	. 57
Cuadro N° 20: Consejo de Planificación de la parroquia Nambacola	. 58
Cuadro N° 21: Organizaciones Sociales	. 59
Cuadro N° 22: Organizaciones Productivas	. 60
Cuadro N° 23: Resumen de Atractivos Turísticos de la Parroquia	
Nambacola	. 61
Cuadro N° 24: Limites de la Parroquia Urbana Gonzanamá	. 72
Cuadro N° 25: Población Total Censo 2010	. 72
Cuadro N° 26: Población Masculina y Femenina Censo 2010	. 73
Cuadro N° 27: Alojamientos de la Parroquia Gonzanamá	. 73
Cuadro N° 28: Alimentación de la Parroquia Gonzanamá	. 74
Cuadro N° 29: Lugares de Recreación de la Parroquia Gonzanamá	. 74

Cuadro N° 30: Otros servicios adicionales en Gonzanamá	75
Cuadro N° 31: Distancia desde la parroquia Gonzanamá hacia las	
parroquias rurales	76
Cuadro N° 32: Sistema Interparroquial	76
Cuadro N° 33: Estaciones de transporte	77
Cuadro N° 34: Déficit servicio de comunicaciones Cantón Gonzanama	á 78
Cuadro N° 35: Procedencia de agua de Gonzanamá	79
Cuadro N° 36: Tipo de eliminación de aguas residuales de Gonzanam	iá 79
Cuadro N° 37: Eliminación de la basura en la vivienda	80
Cuadro N° 38: Autoridades y organizaciones establecidas en la cabec	era
cantonal	81
Cuadro N° 39:Actores Sociales en Gonzanamá	82
Cuadro N° 40: Proyectos a implementarse en la parroquia	84
Cuadro N° 41: Resumen de Atractivos turísticos de la Parroquia	
Gonzanamá	86
Cuadro N° 42: Matriz FODA	97
Cuadro N° 43: Matriz de Estrategias FODA	98
Cuadro N° 44: Itinerario Ruta Agroturística	104
Cuadro N° 45: Guion de la Ruta Agroturística	.106
Cuadro N° 46: Atractivos y Actividades de la Ruta Agroturistica	. 110
Cuadro N° 47: Gastos de Operación	. 111
Cuadro N° 48: Presupuesto Señalética	. 152
Cuadro N° 49: Estrategias de Comercialización	. 153
Cuadro Nº 50: Presupuesto de Promoción y Difusión	175

# Índice de Figuras

Figura N° 1: Ubicación Geográfica del Cantón Gonzanamá	34
Figura N° 2: Ubicación de la Ruta en el Cantón Gonzanamá	35
Figura N° 3: Mapa de Macro y micro localización de la Ruta Agroturís	tica
	45
Figura N° 4: Ubicación Geográfica de la Parroquia Nambacola	46
Figura N° 5: Cuevas del Cóndorhuasi	62
Figura N° 6: Fondo Bravo	63
Figura N° 7: Fondo Verde	64
Figura N° 8: El Ingahurco	65
Figura N° 9: Piedra Grande	66
Figura N° 10: Petroglifos de Guayural	67
Figura N° 11: Finca del Señor Manuel Sarango	68
Figura N° 12: Finca del Señor José Jiménez	69
Figura N° 13: Finca del Señor Hernel Cueva	70
Figura N° 14: Ubicación Geográfica de la Parroquia Gonzanamá	71
Figura N° 15: Artesanías de Gonzanamá	87
Figura N° 16: Gastronomía Gonzanameña	88
Figura N° 17: Feria Agrícola, Ganadera y Artesanal	89
Figura N° 18: Santuario del Buen Suceso y de Nuestra Señora de el	
Carmen	90
Figura N° 19: Fábrica de Lácteos "GONZANAMÁ MMCC"	91
Figura N° 20: Cerro Colambo	92
Figura N° 21: Cascada "La Banda"	93
Figura N° 22: Hacienda "El Toldo"	94
Figura N° 23: Marca	100
Figura N° 24: Mapa de la Ruta Agroturística Gonzanamá "Producción	ı
Agrícola y Ganadera"	102
Figura N° 25: Mapa de Ruta Alterna Turística Cultural del cantón	
Gonzanamá	112
Figura N° 26: Mapa de Señalética de la Ruta	151
Figura N° 27: Publicidad en Facebook	155

Figura N°	28: Publicidad en Instagram	156
Figura N°	29: Publicidad en Twitter	157
Figura N°	30: Afiche Formato A3	158
Figura N°	31: Diseño Tríptico Formato A4	159
Figura N°	32: Diseño Tríptico Formato A4	160
Figura N°	33: Diseño del Paquete Turístico (Primera Página)	161
Figura N°	34:Diseño del Paquete Turístico (Segunda Página)	162
Figura N°	35: Diseño del Paquete Turístico (Tercera Página)	163
Figura N°	36: Diseño del Paquete Turístico (Cuarta Página)	164
Figura N°	37: Diseño del Paquete Turístico (Quinta Página)	165
Figura N°	38: Diseño del Paquete Turístico (Sexta Página)	166
Figura N°	39: Contenido de la propuesta para el periódico y la revista.	167
Figura N°	40: Propuesta periódico La Hora	168
Figura N°	41: Propuesta periódico "Mi Región"	168
Figura N°	42: Propuesta Revista	169
Figura N°	43: Diseño de camisetas	172
Figura N°	44: Diseño de gorras	172
Figura N°	45: Diseño de jarros	173
Figura Nº	46. Diseño de llaveros	173

# Índice de Fichas de Resumen

FICHA 1: Cuevas del Cóndorhuasi	62
FICHA 2: Fondo Bravo	63
FICHA 3: Fondo Verde	64
FICHA 4: El Ingahurco	65
FICHA 5: Piedra Grande	66
FICHA 6: Petroglifos de Guayural	67
FICHA 7: Finca del Señor Manuel Sarango	68
FICHA 8: Finca del Señor José Jiménez	69
FICHA 9: Finca del Señor Hernel Cueva	70
FICHA 10: Artesanías de Gonzanamá	87
FICHA 11: Gastronomía Gonzanameña	88
FICHA 12: Feria Agrícola, Ganadera y Artesanal	89
FICHA 13: Santuario ad Señor del Buen Suceso y de Nuestr	a Señora de
el Carmen	90
FICHA 14: Fábrica de lácteos "GONZANAMÁ MMCC"	91
FICHA 15: Cerro Colambo	92
FICHA 16: Cascada "La Banda"	93
FICHA 17: Hacienda "El Toldo"	94

# Índice Fichas de Señalética

FICHA N° 1: PANEL INFORMATIVO DE ATRACTIVOS HACIENDA	113
FICHA N° 2: SEÑALETICA INFORMATIVA DE SERVICIO DE APOYO	
DENTRO DE LA HACIENDA "EL TOLDO"	115
FICHA N° 3: SEÑAL INFORMATIVA DE ACTIVIDAD DENTRO DE LA	
HACIENDA "EL TOLDO"	117
FICHA N° 4: TÓTEM INFORMATIVO TURÍSTICO GONZANAMÁ	119
FICHA N° 5: SEÑAL DE APROXIMACIÓN BARRIO POTRERILLOS	121
FICHA N° 6: PANEL INFORMATIVO BARRIO POTRERILLOS	123
FICHA N° 7: SEÑAL DE DIRECCIONAMIENTO PARCELA	
DEMOSTRATIVA DE CAFÉ	125
FICHA N° 8: SEÑAL DE DIRECCIONAMIENTO MOLIENDA DEL SEÑO	ЭR
HERNEL CUEVA	127
FICHA N° 9: PANEL INFORMATIVO PARROQUIA NAMBACOLA	129
FICHA N° 10: SEÑAL DE DIRECCIONAMIENTO PARROQUIA	
NAMBACOLA	131
FICHA N° 11: TÓTEM INFORMATIVO PARROQUIA NAMBACOLA	133
FICHA N° 12: SEÑAL DE DIRECCIONAMIENTO PIEDRA GRANDE	135
FICHA N° 13: SEÑAL DE PICTOGRAMA DE RESTRICCIÓN PIEDRA	
GRANDE	137
FICHA N° 14: SEÑAL INFORMATIVA DE ACTIVIDAD ATRACTIVO	
PIEDRA GRANDE	139
FICHA N° 15: SEÑAL INFORMATIVA DE ACTIVIDAD FINCA DEL	
SEÑOR MANUEL SARANGO	141
FICHA N° 16: SEÑAL DE DIRECCIONAMIENTO ATRACTIVO NATURA	AL
"FONDO VERDE"	143
FICHA N° 17: PANEL INFORMATIVO "CERRO COLAMBO"	145
FICHA N° 18: SEÑAL INFORMATIVA DE APROXIMACIÓN CERRO	
COLAMBO	147
FICHA N° 19: SEÑAL DE DIRECCIONAMIENTO CENTRO	
RECREACIONAL "GABARCOIRIS"	149
FICHA N° 20: VALLA PUBLICITARIA	170

# Índice Fotografías de Diseño y Propuesta de Señalética

FOTOGRAFIA N°	1 1	14
FOTOGRAFIA N°	21	16
FOTOGRAFIA N°	31	18
FOTOGRAFIA N°	41	20
FOTOGRAFIA N°	51	22
FOTOGRAFIA N°	6 1	24
FOTOGRAFIA N°	7 1	26
FOTOGRAFIA N°	81	28
FOTOGRAFIA N°	91	30
FOTOGRAFIA N°	101	32
FOTOGRAFIA N°	11 1	34
FOTOGRAFIA N°	121	36
FOTOGRAFIA N°	131	38
FOTOGRAFIA N°	141	40
FOTOGRAFIA N°	151	42
	16	
FOTOGRAFIA N°	17 1	46
FOTOGRAFIA N°	181	48
FOTOGRAFIA N°	191	50
EOTOGRAFIA Nº	20 1	71