



1859

# UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

FACULTAD JURIDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA

## TITULO

“Propuesta de Turismo de Aventura deporte extremo:  
Parapente en el cerro Chuqui sector la Mandalá del cantón  
macará provincia de Loja”

Tesis Previa a la Obtención del  
Título de Ingeniero en  
Administración Turística.

AUTOR:

Erik Adrian Masache Gualan

DIRECTORA:

Ing. Melva Jaramillo Hidalgo

LOJA-ECUADOR  
2018

## CERTIFICACIÓN

Ing. Melva Jaramillo Hidalgo

**DIRECTORA DE TESIS**

### **CERTIFICO:**

Que el presente trabajo de investigación denominado “**PROPUESTA DE TURISMO DE AVENTURA DEPORTE EXTREMO: PARAPENTE EN EL CERRO CHUQUI SECTOR LA MANDALÁ DEL CANTÓN MACARÁ PROVINCIA DE LOJA**”, de autoría del Sr. Erik Adrian Masache Gualan ha sido dirigida, orientada y revisada durante su desarrollo por lo que autorizo su presentación y sustentación.

Loja, marzo de 2018



Ing. Melva Jaramillo Hidalgo  
**DIRECTORA DE TESIS**

## AUTORIA

Yo, Erik Adrian Masache Gualan declaro ser autor del trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes legales los posibles reclamos o acciones, por el contenido de la misma.

De la misma manera acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja, la publicación de mi tesis en el Repositorio Institucional – Biblioteca Virtual.

**Autor:** Erik Adrian Masache Gualan

**Firma:** 

**C.I.** 1105235871

**Fecha:** Loja, octubre del 2018


**CARTA DE AUTORIZACION TESIS POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA, REPRODUCCION PARCIAL O TOTAL Y PUBLICACION ELECTRONICA DEL TEXTO COMPLETO.**

Yo, Erik Adrian Masache Gualan, declaro ser autor de la tesis titulada: **“PROPUESTA DE TURISMO DE AVENTURA DEPORTE EXTREMO: PARAPENTE EN EL CERRO CHUQUI SECTOR LA MANDALÁ DEL CANTÓN MACARÁ PROVINCIA DE LOJA”**.

Como requisito para optar al grado de Ingeniera en Administración Turística, autorizo 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 su 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 el exterior, con los cuales tenga convenio la Universidad.

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

Para la constancia de esta autorización, en la Ciudad de Loja a los 18 días del mes de octubre del 2018. Firma el autor:

**Firma:** 

**Autor:** Erik Adrian Masache Gualan

**Cedula:** 1105235871

**Dirección:** Nicolás García y Mercadillo

**Correo Electrónico:** [erickadrian9393@hotmail.com](mailto:erickadrian9393@hotmail.com)

**Teléfono:** 0993638878

**DATOS COMPLEMENTARIOS**

**Directora de Tesis:** Ing. Melva Jaramillo Hidalgo

**Tribunal de Grado:**

Dr. Carlos Escudero Sánchez Ph.D.

**PRESIDENTE DEL TRIBUNAL**

Ing. Mónica Maza Ortega. Mg.Sc.

**MIEMBRO DEL TRIBUNAL**

Ing. Alba Pinos Labanda. Mg. Sc.

**MIEMBRO DEL TRIBUNAL**

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo de tesis va dedicado principalmente de Dios, que fue mi fortaleza y guía durante mi preparación académica.

A mis padres por su apoyo incondicional durante todo este tiempo de estudio, a mis 4 abuelitos quienes con sus consejos formaron a la persona que soy hoy en día, a mis hermanas, mis dos sobrinos Thiago y Martin y familiares que me dieron una palabra de aliento que continúe con mis estudios.

Ella pues, fue el ingrediente perfecto para alcanzar esta dichosa y muy merecida victoria y disfrutar del privilegio de ser agradecido, ser grato con esa persona que se preocupó por mí en cada momento y que siempre quiso lo mejor para mi porvenir. Te agradezco por tantas ayudas y tantos aportes no solo para el desarrollo de mi tesis, sino también para mi vida; eres mi inspiración y mi motivación.

A mis grandes amigos de toda la vida, quienes de una u otra forma me ayudaron a cumplir con mi propósito de culminar mi trabajo de tesis de la mejor manera posible.

Finalmente, a cada uno de los docentes de la Carrera de Administración Turística que me guiaron a lo largo de estos 5 largos años de formación académica profesional, quienes con sus conocimientos supieron hacer de mi un mejor ser humano para contribuir positivamente a la sociedad.

**Erik Adrian Masache Gualan**

## **AGRADECIMIENTO**

Al terminar el presente trabajo de investigación, el mismo que es recompensa por el esfuerzo, dedicación y responsabilidad, agradezco a Dios por haberme dado las fuerzas necesarias para culminar con éxito esta etapa académica.

De la misma forma agradezco a la Universidad Nacional de Loja, a la Facultad Jurídica Social Y Administrativa, en especial a mi querida carrera de Administración Turística por haberme permitido formarme como profesional en sus aulas.

De manera especial agradezco a la directora de tesis Ing. Melva Jaramillo Hidalgo, quien gracias a sus conocimientos y su apoyo constante hizo posible la realización y culminación del trabajo de tesis.

Quiero expresar mi más sincero y fraterno agradecimiento al GAD Municipal del Cantón Macará, por el apoyo brindado para llevar a cabo este proyecto.

**Erik Adrian Masache Gualan**

## **1. TITULO**

**“PROPUESTA DE TURISMO DE AVENTURA DEPORTE EXTREMO:  
PARAPENTE EN EL CERRO CHUQUI SECTOR LA MANDALÁ DEL  
CANTÓN MACARÁ PROVINCIA DE LOJA”**

## 2. RESUMEN

El cantón Macará posee una gran riqueza natural y cultural, que no ha sido aprovechada en el campo turístico, es el primer cantón de la provincia de Loja que se práctica deportes extremos de aventura como es el parapente, por ello la importancia de desarrollar una investigación basada en turismo de aventura enfocada en el deporte extremo parapente, considerando una serie de puntos de vista: estética, social, cultural y económica, que permiten el desarrollo de un turismo planificado y controlado como una alternativa real de aumentar los ingresos para la comunidad como un dinamizador de la economía local a largo plazo.

Con estos antecedentes, el desarrollo del presente trabajo tiene como; **Objetivo General: “Diseñar una propuesta de turismo de aventura deporte extremo: parapente en el cerro chuqui sector la mandalá del cantón Macará Provincia de Loja”**, y respectivamente con sus **objetivos específicos**, el primero consistió en: **Realizar el diagnostico turístico para el desarrollo de turismo de aventura deporte extremo parapente en el cerro chuqui sector la Mandalá del Cantón Macará Provincia de Loja**, se utilizó el método analítico para describir el entorno de la situación actual de los diferentes sitios turísticos para lo cual se tomó en cuenta: el plan de desarrollo y ordenamiento territorial 2015-2019 (PD y OT) del cantón Macará y se desarrolló la matriz de Carla Ricaurte misma que proporcionó la información correspondiente al diagnóstico conjuntamente con el método científico que apporto para conocer los problemas internos y externos del cantón. La información recopilada se registró en fichas descriptivas, resumen y jerarquización de atractivos turísticos del MINTUR a través del cual se pudo evaluar el estado actual de los atractivos y el nivel de jerarquización. Con la entrevista y encuestas aplicadas sirvió para establecer la matriz FODA, para finalmente determinar los objetivos estratégicos para la propuesta.

En el segundo objetivo se consideró: **“Elaborar la propuesta de turismo de aventura deporte extremo: parapente en el cerro chuqui sector la Mandalá del Cantón Macará Provincia de Loja”** aquí se utilizó el método descriptivo que permitió detallar en forma real los elementos turísticos que conforman nuestro objeto de estudio conjuntamente con el trabajo de campo. Se formuló el diseño de la propuesta de turismo de aventura para la cual se utilizó medios tecnológicos como programas de edición de fotos Adobe Photoshop, Paint 3D que permitió el diseño de la misma y para la señalética se tomó en cuenta la metodología del MINTUR.

Finalmente, en el tercer objetivo: **“Socializar la propuesta de turismo de aventura deporte extremo parapente en el cerro chuqui sector la Mandalá del Cantón Macará Provincia de Loja”**, Se utilizó la técnica de MARPP (Método de Análisis Rápida y Planificación Participativa) comprendida en sus



3 fases Previa, Ejecución y Resultados que fueron fundamentales para el desarrollo del taller de participación donde se expuso la propuesta y se obtuvieron conclusiones y recomendaciones por parte de los participantes.

Como conclusiones de la investigación realizada se descubrió la carencia de información turística de los atractivos principales, falta de apoyo por parte de las autoridades ligadas al turismo para la promoción y difusión de los atractivos turísticos. La propuesta de turismo de aventura deporte extremo parapente aportará al crecimiento turístico del cantón Macará y se convertirá en un factor de promoción y difusión de los atractivos turísticos además de posesionarse como un destino turístico para ser visitado por turistas que gusten de realizar deportes extremos, mejoraría la actividad económica del lugar y por ende la calidad de vida de los pobladores.

Finalmente se recomienda al GAD Municipal del cantón Macará, a la Unidad de Turismo del Municipio de Macará y al MINTUR, que se ejecuten talleres de capacitación a las personas involucradas en el campo turístico y ciudadanía en general, como la vinculación de autoridades y población a la creación de proyectos turísticos innovadores que posesionen al cantón Macará como un destino turístico a ser visitado y difundir la actividad turística encaminadas a potencializar y posesionar el cantón como destino turístico de la Provincia de Loja como del País.

## ABSTRACT

Macará is a canton who possess a great natural and cultural wealth that has not been exploited in the tourist field. Macará is the first canton of the province of Loja that practices extreme adventure sports such as paragliding, for this reason the importance of developing a research based on an adventurous tourism proposal such as extreme paragliding sport should be taken into consideration by assigning an emphasis establishing the following points of view: aesthetic, social, cultural and economic, exposing planned and controlled tourism as a real alternative to increase income for the community as a catalyst for the local economy in the long term.

With the above mention criteria , the development of the present work has as a; general objective: "Design a proposal for extreme paragliding adventure tourism in the Chuqui sector, located in the Mandalá sector of the Macará province of Loja", and with its specific objectives, the first one consisting of: Carrying out the tourist diagnosis for the development of tourism adventure of extreme sports such as paragliding in the hill Chuqui sector the Mandalá del Cantón Macará Province of Loja, the analytical method was used to describe the environment of the current situation of the different tourist sites for which it was taken into account: the development plan and territorial planning 2015-2019 (PDyOT) of Macará and the matrix of Carla Ricaurte itself was developed that provided the information corresponding to the diagnosis together with the scientific method that I provide to know the internal and external problems of the canton. The information collected was recorded in descriptive sheets, summary and ranking of MINTUR tourist attractions through which the current status of the attractions and the hierarchy level could be assessed. My study consisted of interviews and applied surveys which served to establish a SWOT matrix analysis, to finally determine the strategic objectives for the proposal.

In the second objective, the following was taking in to consideration: "To elaborate the proposal of extreme adventure sport paragliding in the hill chuqui sector the Mandalá of the canton Macará Province of Loja" here we used the descriptive method that allowed to detail in real form the tourist elements that make up our object of study together with the field work. The design of the adventure tourism proposal was formulated for which technological means were used, such as Adobe Photoshop photo editing programs, Paint 3D that allowed the design of the same, and for the signage, the MINTUR methodology was taken into account.

Finally, the third objective consisted of: "Socializing the proposal of extreme adventure sport paragliding in the hill chuqui sector the Mandalá of the canton Macará Province of Loja" by using the technique of MARPP (Method of Rapid Analysis and Participatory Planning) included in its 3 Pre-phases, Execution

and Results that were fundamental for the development of the participation workshop where the proposal was exposed, conclusions and recommendations were obtained from the participants.

As a result of the research carried out, the lack of tourist information on the main tracts was discovered, as well as the lack of support from the authorities linked to tourism for the promotion and dissemination of tourist attractions. The adventure tourism proposal extreme paragliding will contribute to the tourist growth of canton Macará and will become a factor of promotion and diffusion of the attractions of the tourist attractions as well as being a tourist destination to be visited by tourists who like to perform extreme sports, this would assist to improve the economic activity of the place and therefore the quality of life of its habitant.

Finally, it is recommended to the Municipal GAD of canton Macará , the Tourism Unit of the Municipality of Macará and the MINTUR, to carry out training workshops for people involved in the tourist field and citizenship in general, such as the linkage of authorities and population to the creation of innovative tourist projects that will take possession of the canton Macará as a tourist destination to be visited, as well as the promotion and tourist diffusion aimed to assist in the enhancing and allocating the canton as a touristic destination of the Province of Loja as well as the Country.

### **3. INTRODUCCIÓN**

La propuesta de turismo de aventura deporte extremo parapente implica la asignación de importancia, ya sea local, nacional o internacional, desde una serie de puntos de vista: estética, científica, social, política, cultural y económica, exponiendo el turismo planificado y controlado como una alternativa real de aumentar los ingresos tanto para el ciudadano y la comunidad, ya que actúa a modo de un dinamizador de la economía local a largo plazo.

El cantón Macará se encuentra ubicado a 195 km de distancia desde el centro de la ciudad de Loja, aproximadamente unas 3h 15 min en vehículo, sus coordenadas son: Latitud 4°23'00 y Longitud 79°55'00, su extensión es de 580 km<sup>2</sup>, sus límites son: Al Norte con los cantones, Celica y Sozoranga al Sur con la Republica del Perú, al Este con el Cantón Sozoranga y al Oeste con los cantones, Celica y Zapotillo. El cantón Macará cuenta con sus atractivos naturales que no han sido destruidos ni alterados y demuestra que sus habitantes han conservado una armonía con la naturaleza, su población mantienen sus costumbres y tradiciones siendo transmitidas de generación en generación, su arquitectura se refleja en su majestuosa iglesia como en la técnica utilizada para la construcción de sus viviendas, misma que ha sido conservada como parte de la identidad de dicha comunidad, esto beneficia para que el cantón se potencialice como un destino turístico de la Provincia de Loja como del País, pero a pesar de contar con muchos elementos para fomentar la actividad turística el escaso presupuesto que recibe el GAD Municipal del cantón Macará para el desarrollo turístico por parte de las entidades gubernamentales ha provocado el desinterés y estancamiento de esta actividad; la falta de conocimiento en este ámbito turístico provoca la poca valoración e importancia de lo que posee este cantón, por ello al desconocer la actividad turística ha generado que la población no pueda emprender en proyectos en esta área; además la deficiencia aplicación de políticas de

promoción y difusión de los lugares turísticos y de los servicios que se ofrecen en el cantón Macará ha traído como efecto un bajo posicionamiento en el mercado local y regional.

Teniendo como base esta problemática se inició la propuesta de un proyecto turístico que genere beneficios económicos para su población con lo que se pretende incentivar e impulsar la actividad turística del lugar que hasta la actualidad no ha sido considerada como un elemento generador de economía, es así que surge la PROPUESTA DE TURISMO DE AVENTURA DEPORTE EXTREMO: PARAPENTE EN EL CERRO CHUQUI SECTOR LA MANDALÁ DEL CANTÓN MACARÁ PROVINCIA DE LOJA, que tiene como finalidad la promoción y difusión del cerro chuqui y del deporte extremo parapente como también brindar al turista las facilidades para que su estadía en el cantón Macará satisfaga sus necesidades de esparcimiento y ocio con lo que se pretende lograr un aprovechamiento de los mismos y una vinculación de la comunidad en esta actividad. El presente trabajo está elaborado bajo los parámetros del Ministerio de Turismo que está enfocado a impulsar el turismo y conseguir el disfrute del visitante como el respeto que este debe mantener frente a el patrimonio natural y cultural.

El objetivo general del presente trabajo de investigación fue: “Diseñar una propuesta de turismo de aventura deporte extremo parapente en el cerro chuqui sector la Mandalá del Cantón Macará”; para su desarrollo se estructuraron tres objetivos específicos: Realizar el diagnostico turístico para el desarrollo de turismo de aventura deporte extremo parapente en el cerro chuqui sector la Mandalá del cantón Macará de la provincia de Loja, Elaborar la propuesta de turismo de aventura deporte extremo parapente en el cerro chuqui sector la Mandalá del cantón Macará provincia de Loja, Socializar la propuesta de turismo de aventura deporte extremo parapente en el cerro chuqui sector la Mandalá del cantón Macará provincia de Loja.

Para obtener los resultados se aplicó la matriz de diagnóstico turístico de Carla Ricaurte Quijano, observación directa, entrevistas y encuestas para la realización de un diagnóstico situacional que permitió verificar los problemas y la situación actual de cómo se encuentra el lugar, así mismo la metodología para inventariar atractivos turísticos del Ministerio de Turismo del Ecuador, colectivamente con las diferentes fichas de resumen se realizó un profundo análisis de cada uno de los atractivos en donde se pudo identificar: tipo, jerarquía y sub tipo. De igual manera se diseñó suvenires (gorras, toma todos y camisetas) para la promoción y difusión de la propuesta de turismo de aventura, también señalética de direccionamiento, aproximación y pictogramas con postes, que ayudará para identificar las actividades que se pueden desarrollar en cada atractivo. En la socialización se realizó una reunión con las autoridades del Cantón y los involucrados en la actividad turística para darles a conocer sobre la presente propuesta que ayudará y beneficiará a la población en general.

Los alcances de la investigación a través de un diagnóstico nos permitió conocer la situación actual del lugar, realizar el inventario de atractivos turísticos mediante las fichas del (MINTUR), y plantear una propuesta de turismo de aventura deporte extremo parapente, la misma que servirá para un mejor desarrollo turístico dentro del cantón Macará, además se logró un acercamiento con la comunidad especialmente con las personas involucradas en la actividad turística, así también se realizó un trabajo conjunto con el GAD Municipal quien presto todas las facilidades para el desarrollo de la investigación.

Las limitaciones encontradas para desarrollar la propuesta fueron el clima, el mal estado de la vía, carencia de información turística en el GAD Municipal de Macará de los diferentes atractivos y actividades turísticas, poca información sobre parapentismo dentro de toda la provincia de Loja.

## **4. REVISION DE LA LITERATURA**

### **4.1 Marco Conceptual**

#### **4.1.1 Turismo**

Según Tour Society of England, 1976 “El turismo es el desplazamiento corto y temporal de personas hacia destinos distintos de sus lugares de residencia o trabajo habitual, así como las actividades que realizan durante su estancia en el destino. Se incluyen los desplazamientos por cualquier motivación.” (Guerrero González & Ramos Mendoza, 2014).

#### **4.1.2 Tipos de Turismo**

Esta clasificación toma en cuenta las motivaciones principales que tienen las personas para realizar su viaje turístico. De este modo, cada categoría o agrupación estará integrada por aquellos que tengan en común la motivación que les caracteriza y los distingue como pertenecientes a ese grupo. Es importante conocer las características y expectativas de los consumidores y de esta manera saber el tipo de mercado que se les puede ofrecer. Por ende, la clasificación es transcendental debido a que no conviene mezclar con otros que presenta comportamientos y motivaciones distintas (Quesada Castro, 2007: 56).

Según Quesada, (2007) clasifica al turismo de la siguiente manera:

- **Turismo Cultural:** El turismo cultural es practicado por quienes viajan motivados por el disfrute y la permanencia en aquellos lugares donde el arte y la cultura se manifiesta notoriamente y por encima de otros recursos turísticos.
- **Turismo Deportivo:** Los turistas deportivos son aquellos que viajan o se encuentran motivados por estas tres circunstancias.
  - a) Participación como espectadores de eventos deportivos internacionales.
  - b) Para disfrutar, aprender o practicar alguna actividad deportiva.

- c) Para participar en competiciones deportivas.
- Turismo de Sol y Playa: Este tipo de turismo se da en las localidades costeras en las que existen playas y con condiciones climáticas soleadas. El turismo de sol y playa suele ser mayormente demandado por las personas que residen en lugares de temperaturas nubladas y lluviosas.
  - Turismo de Placer: Dentro de este tipo de turismo existen muchos intereses que generan los desplazamientos turísticos, pero la motivación principal es el deseo de divertirse y disfrutar a plenitud lo que se hace. Este tipo de turismo es masivo y sus principales actividades son conocer, hacer compras, bailar, jugar, visitar parques temáticos y de distracciones, etc.
  - Turismo Religioso: El turismo religioso, a diferencia de todos los demás segmentos de mercado turístico, tiene como motivación fundamental la fe. En la actualidad las ciudades santas que históricamente han sido objeto de peregrinaje como Jerusalén, La Meca o Roma.

### **4.1.3 Turismo de Aventura**

El turismo de aventura es una actividad turística de carácter recreacional en la que se utiliza el entorno o medio natural como un recurso para producir en los turistas determinadas emociones y sensaciones de descubrimiento y de exploración al practicar actividades deportivas de cierto riesgo, cuya mayor motivación es la realización de una actividad generalmente relacionadas con el riesgo y realizada habitualmente en medio rural (Peñalver, 2004:180).

Varios autores conceptualizan al turismo de aventura con la práctica de actividades físicas o deportivos en donde el turista o visitante tiene más contacto con la naturaleza y logra experimentar ciertos niveles de riesgos depende de la actividad que efectuó, estas actividades se pueden realizar en el aire, agua, y tierra.

#### **4.1.3.1 Tipos de Turismo de Aventura**

Según Peñarvel, (2004) señala que el turismo de aventura se clasifica en:



- Bungee: Actividad que consiste en lanzarse al vacío desde una determinada altura, sujeto tan solo por los tobillos o por la cintura con una goma elástica.
- Canopy: Es un nuevo deporte de aventura que consiste en deslizarse de un punto a otro mediante cable horizontales suspendido en el aire.
- Canoyoning: Deporte que consiste en descender a pie por barrancos o ríos encañonados.
- Kayac: Embarcación ligera de más de cuatro metros, de remos, hecha de tela alquitranada sobre un armazón de madera, para uno o varios regatistas.
- Parapente: Es un planeador ultraligero flexible que no necesita un motor como sucede con los aviones, ni ser más ligero que el aire, como lo son por ejemplo los globos ultraligeros porque pesan menos que el piloto que lo conduce. Permite el despegue y el aterrizaje a pie sin ayuda y solamente con nuestros medios, flexible porque está compuesto por tejidos y materiales textiles que no conforman ninguna estructura rígida.
- Puenting: Actividad deportiva que consiste en lanzarse al vacío desde un puente, sujetado por una cuerda elástica que deja al saltador suspendido en el aire.
- Rafting: Es una actividad deportiva en la cual un grupo de personas a bordo de una embarcación o balsas “neumática” son llevadas por la corriente de un río de aguas bravas.
- Trekking: Modalidad de excursionismo que consiste en recorrer a pie largas distancias o una zona determinada.

#### **4.1.4 Turismo Comunitario**

El turismo comunitario es un modelo de turismo que se caracteriza porque las comunidades rurales se encargan de al menos una parte de su control y reciben también una parte de su control y reciben también una parte de sus beneficios económicos. En este contexto, esta actividad ha sido propuesta

como una alternativa económica que podría frenar la deforestación y otras formas de sobre-explotación de recursos en las comunidades, contribuyendo además al rescate de las culturas locales, al ser estas uno de los atractivos de este tipo de programas. (Fundacion VIHOMA, 2010: 2)

#### **4.1.5 Turismo Rural**

El turismo rural es una actividad turista que se realiza en un espacio rural, habitualmente en pequeñas localidades o fuera del casco urbano en localidades de mayor tamaño. Las instalaciones ser más antiguas masías y caseríos que han sido reformados y adaptados, y son dirigidos familiarmente y ofrecen un servicio de calidad, en ocasiones por los mismos propietarios. Las modalidades que presenta el turismo rural son numerosas: Agroturismo, turismo ecológico, deportivo, religioso, de negocios, científicos, y otras más (Gonzalez, 2008: 16).

#### **4.1.6 Visitante**

Desde que en 1994 la OMT publicara sus “Recomendaciones sobre estadísticas del turismo”, el marco conceptual de la demanda turística se ha clarificado notablemente, convirtiéndose la figura del visitante en la piedra angular del sistema de estadísticas del turismo. En concreto, para aproximar la demanda turística, la OMT clarifica tres conceptos fundamentales: viajeros, visitantes y turistas.

Los visitantes pueden clasificarse en visitantes internacionales, en caso de que el turista visite un país distinto, y visitantes internos, si se visita un lugar distinto de aquel en el que tiene su residencia habitual, pero dentro del mismo país:

- Visitante internacional: es toda persona que viaja, por un período de tiempo no superior a doce meses, a un país distinto a aquel en el que tiene su residencia habitual, pero fuera de su entorno habitual, y cuyo motivo principal de la visita no es una actividad que se remunere en el país visitado.

- Visitante interno: es toda persona que reside en un país y que viaja, con una duración no superior a doce meses, a un lugar dentro del país pero distinto de su entorno habitual, y cuyo motivo principal de la visita no es el de ejercer una actividad que se remunere en el país visitado.

#### **4.1.7 Turista**

Todos los visitantes que pernoctan por lo menos una noche en un lugar que no es su residencia y cuyos motivos de viajes pueden ser por una de las siguientes razones: viaje de placer, distracción, vacaciones, estudios, religión, deporte, competiciones, negocios, reuniones, familia, conferencias, congresos, salud, religión o misión (Guerrero González & Ramos Mendoza, 2014).

#### **4.1.8 Turista Excursionista**

El turista excursionista es toda persona que permanece en el lugar visitado menos de 24 horas, es decir quien participa en un viaje corto. En este concepto también se incluye por ejemplo a los pasajeros de un crucero que, aunque se encuentran en un puerto determinado, se hospeda en su barco, no generan un ingreso para los hoteles del lugar (Latiesa & Paniza, 2006: 135).

#### **4.1.9 Turista Deportista**

Turista deportista o sport tourism son aquellos desplazamientos realizados por razones recreativas para participar u observar actividades deportivas fuera del lugar de residencia habitual (Latiesa & Paniza, 2006: 135).

#### **4.1.10 Sistema Turístico**

Es un modelo conceptual, formado por un conjunto de elementos ordenados según sus funciones u que permiten la existencia y correcto desarrollo del fenómeno llamado turismo. Según la OMT (Organización Mundial del Turismo) este sistema está compuesto por los siguientes elementos: Demanda (Consumidores), Oferta (Productos, Servicios y organizaciones), Espacio

Geofísico (Base física, encuentro entre demanda y oferta) y Operadores (Empresas y Organismos interrelacionados oferta y demanda).

#### **4.1.11 Atractivos Turísticos**

Navarra, (2015) define a los atractivos turísticos como “los elementos naturales, objetos culturales o hechos sociales, que mediante una adecuada y racionada actividad humana pueden ser utilizados como causa suficiente para motivar el desplazamiento turístico”. Se considera que los atractivos turísticos son el componente más importante del producto turístico debido a que son los que determinan la selección, por parte del turista, del punto de destino de su viaje. Se señala también que, desde el punto de vista de la región visitada, los atractivos forman parte de los recursos turísticos, porque constituye lo que se puede ofrecer al visitante.

#### **4.1.12 Clasificación de los atractivos turísticos**

Los atractivos turísticos de acuerdo con Ana García Silberman se clasifican en:

##### **Naturales**

##### **a) Biogeográficos**

1. Litorales
  - Rocas e islas
  - Playas
  - Acantilados
  - Desembocadura de ríos
2. Lagunas y depósitos de agua
3. Corrientes de agua
  - Superficiales
  - Subterráneas
4. Vulcanismo
  - Cráteres

- Aguas termales y minerales

- Geisers

#### 5. Relieves

- Montañas
- Barrancas y cañones
- Planicies
- Dunas

#### **b) Biogeográficos**

##### 1. Agrupaciones vegetales

- Selvas
- Bosques

##### 2. Agrupaciones animales

- Fauna silvestre
- Zonas de caza

#### **Culturales**

##### **a) Históricos**

- Zonas arqueológicas
- Arquitectura antigua
- Lugares históricos
- Poblados típicos
- Folklore
- Fiestas tradicionales

##### **b) Contemporáneos**

- Centros de convenciones
- Instituciones de enseñanza
- Bibliotecas
- Museos y pinturas murales
- Obras monumentales

- Invernaderos
- Zoológicos
- c) Contemporáneos (comerciales)**
  - Parque de diversiones
  - Balnearios
  - Espectáculos culturales y deportivos
  - Campo deportivos
  - Exposiciones nacionales e internacionales
  - Mercado de artesanías
  - Comercios
  - Centros de salud
  - Ferias y carnavales
  - Celebraciones religiosas casinos
  - Concursos y competencias

#### **4.1.13 Guía Turística**

La guía turística o también conocida como guía de viaje, es un libro destinado para los turistas o viajeros que proporciona detalles sobre la localidad o área geográfica, un destino turístico o un itinerario en particular. Una guía turística incluirá generalmente detalles de interés para el viajero tales como números de teléfono, direcciones, precios y valoraciones de hoteles y otro tipo de alojamientos y restaurantes. De la misma manera, indicara los principales medios de transporte disponibles y puntos de embarque, itinerarios, precios o forma de adquirir los billetes (Melgosa, 2007: 23).

#### **4.1.14 Guías de Turismo**

Es aquella persona que se encuentra adecuadamente preparada, la cual tiene la función de recibir, despedir, guiar e informar a un viajero, ya sean nacionales o extranjeros, durante la visita a una ciudad o región de un país. El guía de turismo es el máximo responsable de la buena marca de un recorrido, gira o

excursión turística y debe poseer conocimientos generales de su país como su historia, geografía, religión, cultura, flora, fauna, etc (Melgosa, 2007: 23).

#### **4.1.14.1 Clasificación de los guías de turismo**

Según Melgosa, (2007) clasifica los guías de turismo de la siguiente manera:

- Guía local: es el encargado de informar y enseñar una ciudad o lugar de interés específico. Su ámbito territorial es restringido y su relación con el grupo es corta y puntual.
- Guía de recorrido o guía de acompañante: es aquel que acompaña a grupos de turismo en recorridos fuera de un ámbito territorial específico.
- Guía expositor: es aquel que representa a su empresa o agencia en una determinada feria o exposición.
- Guía de museo: se especializa en el contenido de un museo.
- Guía mayor: es aquel que, además de sus labores como guía, realiza la instrucción, formación y recalificación de otros guías.
- Guía especializado: se especializa en una materia determinada: buceo, ecoturismo, ciclo turismo, etc.

#### **4.1.15 Diagnostico Turístico**

De manera generar el diagnostico turístico es la búsqueda y sistematización relativa a la oferta y la demanda turísticas en el destino. Según (Vera & Baños, 2010: 331), desde un enfoque físico territorial indica que el diagnostico 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.

##### **4.1.15.1 Propósitos del Diagnostico Turístico**

(Ricaurde, 2009: 11) ha identificado que el diagnostico sirve para tres propósitos muy concretos:

- 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.
- 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.

#### **4.1.16 Fases del Diagnostico Turístico**

##### **Diseño del diagnostico**

La fase de planificación del diagnóstico turístico tiene como propósito definir el tipo y la forma en que se recogerá la información de campo. De manera general incluye tres actividades:

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

##### **Recolección de la información de campo**

Cuando se complete la primera fase, se continua con la recolección de información de campo a través de tres fichas diseñadas para caracterizar los 6 elementos del sistema turístico local, así como ciertas condiciones del entorno.

Estos son los pasos a seguir:

- Aplicación de la ficha de diagnóstico turístico de comunidades
- Aplicación de la ficha de caracterización de demanda
- Aplicación de la ficha de caracterización de atractivos y recursos turísticos



## **Análisis y sistematización de resultados**

Es el tratamiento de los resultados obtenidos durante la recolección de la información. Esta fase abarca primero la sistematización de los resultados obtenidos y luego consiste en convertir esos resultados en una base efectiva para la toma de decisiones, a través de diferentes herramientas.

Según la OMT, se analiza todos los elementos del sistema turístico con la finalidad de determinar la potencialidad turística del lugar, calcular las limitaciones de crecimiento, segmentar el mercado objetivo, identificar los productos potenciales y obtener resultados que permitan el direccionamiento del plan y la toma de decisiones.

### **4.1.17 Producto Turístico**

Desde el punto de vista conceptual, el producto turístico no es más que un conjunto de prestaciones, materiales e inmateriales, que se ofrecen con el propósito de satisfacer los deseos o las expectativas del turista... Es en realidad, un producto compuesto que puede ser analizado en función de los componentes básicos que lo integran: atractivos, facilidades y acceso.

(Nicolau , 2010) señala que “el producto turístico tiene su principal insumo en el atractivo, en torno del cual giran una serie de elementos que permiten que se desarrolle la actividad turística en un espacio determinado”. En un sentido más amplio el producto turístico es el conjunto de atractivos, equipamientos, servicios, infraestructuras y organizaciones que satisfacen una necesidad o deseo de los consumidores turísticos. Dicho producto es ofrecido en el mercado turístico y consumido en el lugar de prestación del servicio lo cual supone un desplazamiento del consumidor desde un lugar de origen a uno de destino y su posterior retorno al sitio de partida.

#### 4.1.17.1 Condiciones del Producto Turístico

Para que el producto turístico tenga éxito según (Nicolau , 2010) es necesario que cumpla los siguientes aspectos:

- Ser tangible: Al momento que el turista pretende contratar los servicios de un determinado paquete turístico, primero busca la información previa de dicho paquete, reduciendo así la incertidumbre.
- Caducidad: Los productos turísticos no son almacenables, por lo que se consumen en el momento programado o se pierden. Esta caducidad, afecta a la industria hotelera de forma que se debe optar por vender al ritmo del mercado, o vender con antelación.
- Agregabilidad: El producto turístico se puede formar de la agregación de varios productos, lo cual dificulta su comercialización como en el control de la calidad.
- Heterogeneidad: Permite en muchas ocasiones confeccionar productos “a medida” aunque estén más o menos estandarizados de antemano o “estandarización heterogénea”, no solo se individualiza el producto de forma consiente, sino que un viaje será distinto de otro aun teniendo las mismas características.

#### 4.1.17.2 Niveles del Producto Turístico

Como lo señala Nicolau, (2010) en el turismo existen cuatro niveles de producto:

- **Básico:** El cliente trata de obtener y proporcionar objetos y además benéficos de esos objetos.
- **Auxiliares:** Los productos deben estar presentes para que el cliente pueda hacer uso de estos. Son servicios mínimos que deben existir además del beneficio básico.
- **Secundarios:** Son productos extras que proporcionan valor al producto básico y ayudan a diferenciarse de la competencia.

- **Aumentado:** Se refiere a como recibe el cliente el servicio. El producto aumentado engloba la atmosfera y el entorno físico, la interacción del cliente con el producto y la interacción entre clientes.

#### 4.1.17.3 Clasificación de los Productos Turísticos

Los productos turísticos en función de los hábitos de compra según Nicolau, (2010) se clasifican en:

**Productos de conveniencia:** Son aquellas compras no clasificadas donde el consumidor invierte poco tiempo en la búsqueda y comparación. A su vez estos productos se dividen en:

- **Productos de compra rutinaria:** Compras que se realizan por costumbre.
- **Productos que se compran por Impulso:** Son productos que se adquieren cuando se despierta el deseo es decir cuando se tiene el producto ante los ojos.
- **Productos de emergencia:** Son aquellos que se compra cuando ocurre una necesidad urgente.

**Productos de compra esporádica:** Son productos que se compran mediante una selección, comparando los atributos de los mismos. Entre estos se distinguen:

- **Productos de compra esporádica homogéneos:** Son aquellos en las que prestaciones de los servicios son prácticamente las mismas.
- **Productos de compra esporádica heterogéneos:** Son aquellos en las que las características son más importantes que los precios.

**Productos de especialidad:** Estos productos tienen características únicas y que el consumidor está dispuesto a obtener.

**Productos no buscados:** Son productos que el consumidor no sabe que existen o no desea comprar.

#### **4.1.17.4 Líneas de Producto Turístico**

Las principales líneas de producto turístico actuales del país según (PLANDETUR , 2007), se encuentran agrupados bajos los conceptos de: Sol y playa, turismo comunitario, turismo cultural, parques temáticos, ecoturismo y turismo de naturaleza, turismo de deportes y aventura, turismo de salud, agroturismo, MICE-Reuniones, incentivos, conferencias y exposiciones y cruceros.

La finalidad de las líneas de productos turísticos es orientar las prioridades de actuación frente a posibles proyectos turísticos.

#### **4.1.18 Promoción**

Son una serie de técnicas que pertenecen al plan de marketing y ejercen la finalidad de alcanzar objetivos mediante diferentes estímulos y acciones, en un tiempo y dirigidas a un target. La promoción tiene como objetivo principal ofrecer al consumidor un incentivo para la compra de un producto o servicio a corto plazo, lo que genera un incremento en las ventas. Estas son: Producto, Precio, Plaza, Promoción (Noguera, Pitarch , & Esparcia, 2009: 34).

##### **4.1.18.1 Instrumentos de Promoción**

Según (Noguera, Pitarch , & Esparcia, 2009: 34) son cuatro las principales las herramientas promocionales:

- **Publicidad:** Es una forma pagada de presentación y promoción de bienes y servicios.
- **Promoción de ventas:** Son incentivos a corto plazo que alientan a comprar y vender un producto y servicio.
- **Relaciones públicas:** Es la creación de buenas relaciones con diversos públicos de una compañía, es decir tener una buena imagen y el manejo o desmentido de rumores, rumores o acontecimientos negativos.

- **Ventas personales:** Presentación oral en una conversación con uno o más compradores para realizar una venta.

#### **4.1.18.2 Promoción Turística**

En el libro “Introducción al estudio del turismo” se define a la promoción turística como una actividad integrada por un conjunto de acciones e instrumentos que cumplen la función de favorecer los estímulos para el surgimiento y desarrollo del desplazamiento turístico, así como el crecimiento y mejoría de operación de la industria que lo aprovecha con fines de explotación económica.

- **Objetivos de Promoción Turística**

El objetivo general de la promoción turística es promover destinos, atractivos y servicios turísticos a través de acciones orientadas a apoyar la comercialización de sus productos y de acciones dirigidas al público consumidor en el área de cobertura.

- **Qué se debe tomar en cuenta para la Promoción Turística**

Una vez que se tiene un producto, y que existe un posible mercado para ese producto, en el sentido de que en algún lugar hay consumidores del mismo, es indispensable darlo a conocer. Por ende, se debe tomar en cuenta:

- Localización
- Dimensión
- Infraestructura de acceso: automóvil, tren, avión, mar.
- Posibilidades reales de atracción de demanda externa e internas
- La rentabilidad de la oferta comercial y de las actividades económicas terciarias destinadas al consumidor final.
- Los eventos como elemento dinamizador del atractivo turístico de la ciudad

#### **4.1.19 Deportes Extremos**

Los deportes extremos son todas aquellas actividades o disciplinas en su mayoría ya existentes, que implican riesgo o peligro, con ello dificultad para realizarlos.

Este tipo de actividades requiere de mayor conocimiento y conciencia que cualquier otra, ya que el riesgo se incrementa por la velocidad o la altura.

Algunos científicos han determinado que esta pasión por el peligro puede tener una raíz fisiológica; o sea que se encuentra relacionada con los niveles de determinadas sustancias, como la adrenalina o ciertos neurotransmisores que hacen que algunas personas sean más audaces que otras. (Arias, 2010: 3)

##### **4.1.19.1 Tipos de Deportes Extremos**

Las modalidades turísticas de aventura se clasifican de acuerdo al elemento natural donde se desarrollan y son:

Tierra

- Cabalgata
- Canyoning
- Cicloturismo
- Escalada
- Exploración de cuevas
- Montañismo
- Senderismo

Agua

- Modalidades recreativas en embarcaciones motorizadas
- Buceo
- Kayak de mar
- Kayak de río

- Rafting
- Snorkel
- Surf
- Tubing

Aire

- Alas delta
- Conopy
- Parapente

#### **4.1.20 Parapente**

Es un deporte que nace de la idea de los montañistas que buscaban bajar pendientes volando en paracaídas las cumbres que ascendían. El termino se crea de la contracción y pendientes.

Este puede ser considerado un deporte extremo o peligroso pero practicado con prudencia y responsabilidad no lo será en absoluto. Es necesario conocer los aspectos técnicos del parapente y estar al tanto de nuestras posibilidades y limitaciones de modo que su práctica sea la más placentera. (Deportes Extremos, 2013)

##### **4.1.20.1 Historia del Parapente**

Es un deporte extremo nacido a fines del siglo XX por la inventiva de los montañeros que querían bajar volando mediante un paracaídas desde las cimas que habían ascendido.

El parapente es considerado como un deporte nuevo en deportes extremos, pero sin embargo sus orígenes se confunden con otros deportes y sectores aeronáuticos.

Sus primeros protagonistas fueron todos aquellos aficionados valientes que desde posiciones elevadas decidieron subirse a esas alas de cuerdas y tela.

A finales de los años 50, Francis Rogallo patentó numerosas valientes de desarrollos de cometas, unos años más tarde vino la inyección de medios humanos y económicos de la NASA el mismo que contribuyo con el invento en el sistema de aterrizaje, debido a que ellos utilizaban capsulas especiales que incluyen paracaídas que han servido para el desarrollo del parapente y tras varios intentos la NASA opto por campañas semiesféricas y el paracaidismo civil y militar se benefició de aquellos diseños.

#### **4.1.20.2 Casos Exitosos en el Turismo De Aventura**

Los Deportes de Aventura en Baños Canopy, salto bungee, descenso de cascadas, paseo en tarabita, puente tibetano, rafting, columpio gigante y trekking, entre otras, son algunas de las disciplinas extremas que se practican. Según el portal web TripAdvisor, una de las guías digitales de viaje más populares en Norteamérica, el cantón Baños de Agua Santa es el cuarto destino turístico más visitado de Ecuador. Esto se debe a las múltiples opciones de ocio que los visitantes tienen al llegar a esta ciudad situada a los pies del volcán Tungurahua. Entre ellas los balnearios de agua termal, turismo religioso, gastronomía típica, fascinantes miradores, reservas forestales y una amplia oferta de deportes de aventura.

Debido a la ubicación y topografía de la urbe, allí es posible practicar el salto bungee, canopy, paseo en tarabita, puente tibetano, trekking, descenso de cascadas, rafting y probar el columpio más alto del país. Pese a que estas disciplinas se practican en Baños durante todo el año sin interrupción, una de las mejores épocas para visitar el lugar es el feriado de Semana Santa. (Sanchez, 2017)

#### **4.1.20.3 Partes de un Parapente**

Las partes principales de un parapente de acuerdo con (Urribarres Justiz, 2016: 12) son:

- Cuerdas de Suspensión



- Freno
- Orificios que permiten a los diferentes cajones comunicarse.

#### **4.1.20.4 Características de un Parapente**

- En la actualidad, el diseño y construcción de los parapentes va de la mano con el avance de la tecnología, ya que hoy en día con el uso de computadoras se estudian los materiales más convenientes para la elaboración de parapentes.
- Las dimensiones del parapente varían según el peso y el nivel del piloto.
- Se puede pilotar con los comandos; con estos se gira a la derecha o a la izquierda. Otro factor importante es el peso del piloto.
- Aunque la mayoría de veces los vuelos suelen ser cortos, si las corrientes de aire, el clima, la hora del día, el lugar y otros factores son favorables se pueden lograr largos y espectaculares vuelos.

#### **4.1.20.5 Tipos de Vuelo**

Según Urribarres Justiz, (2016) existen tres tipos de vuelo en parapente:

- **El vuelo técnico:** Consiste en aprovechar las corrientes de aire ascendente.
- **El vuelo soaring:** El vuelo se hace aprovechando las corrientes de aire que suben por las laderas.
- **El vuelo de relación:** Se refiere a planear hasta aterrizar.

#### **4.1.21 Reglamento de operación turística de aventura 2014**

**Art. 11:** Requisitos para la prestación de servicios.

El guía de parapente debe poseer una licencia de vuelo de piloto de parapente master o de piloto tándem comercial para parapente, otorgado por la autoridad competente del Ecuador.

**Art. 91:** Obligaciones del piloto guía o piloto tándem antes del vuelo de parapente o alas delta.

1. Conocer y respetar todas las condiciones físicas, meteorológicas y ambientales de la zona de vuelo.
2. Respetar todos los niveles de la modalidad, de acuerdo a las normativas
3. Conocer y respetar todos los niveles técnicos y psicológicos de los clientes
4. Conocer y respetar la capacidad física de los clientes
5. Conocer y respetar sus propios límites
6. Asegurarse que los clientes cuenten con todos los elementos de seguridad.
7. Asegurarse que los clientes cuenten y utilicen todo el equipo técnico y toda la vestimenta adecuada a la modalidad
8. Asegurarse que los equipos a utilizar se encuentren en adecuado estado de funcionamiento y operatividad
9. Conocer y respetar el plan de prevención de riesgos.

### **SECCION 3ro.**

#### **Parapente**

**Art. 104:** Definición. - Modalidad turística de aventura que utiliza un planeador aerodinámico, ultra liviano y flexible que utiliza la fuerza de tracción humana para despegar y aterrizar. Si está diseñado para volar con una sola persona es monoplaza y para dos personas es biplaza.

**Art. 105:** Número de turistas. - A continuación, se detalla el número de turistas permitido para cada modalidad de vuelo de parapente:

Modalidad vuelo guiado: se admite hasta tres pilotos turistas, en sus propios parapentes, por piloto guía.

Modalidad vuelo tándem: se admite máximo un turista pasajero por piloto tándem, en un solo parapente.

**Art. 106:** Edad mínima. - A continuación, se detalla la edad mínima aceptada para cada modalidad de vuelo de parapente:

Modalidad vuelo guiado: piloto turista certificado nacional o internacionalmente, desde catorce años cumpliendo con los rangos de peso mínimos de los equipos que se encuentran homologados.

Modalidad vuelo tándem: desde cuatro años, con arneses fabricados especialmente para niños verificando el peso adecuado para el parapente.

**Art. 107:** Equipamiento y accesorios. - Los requisitos mínimos de equipamiento a cumplir para la modalidad turística en parapente tándem o guiado, son los siguientes, considerando que deben ser fabricados específicamente para el vuelo en parapentes, el peso de los participantes y el vuelo previsto:

**1. Equipo de vuelo para el pasajero turista**

- a. Arnés de pasajero
- b. Casco para el vuelo en parapente

**2. Equipo de vuelo del piloto tándem**

- a. Parapente biplaza
- b. Arnés de piloto tándem
- c. Separadores
- d. Casco para el vuelo en parapente
- e. Paracaídas de emergencia biplaza
- f. Equipo de comunicación
- g. Botiquín para primeros auxilios equipado de acuerdo a la zona en la que se realiza la operación enfocado en traumas e hipotermia.
- h. Cuchillo, navaja o corta líneas.
- i. Anemómetro
- j. Pito
- k. Mapa de la zona de vuelo.

l. GPS obligatorio para el piloto guía, opcional para el resto de pilotos.

### **3. Equipo de vuelo del piloto guía y de sus pilotos guiados**

a. Parapente monoplaza

b. Arnés

c. Casco para el vuelo en parapente

d. Paracaídas de emergencia

e. Equipo de comunicación.

f. Botiquín para primeros auxilios equipado de acuerdo a la zona en la que se realiza la operación enfocado en traumas e hipotermia.

g. Cuchillo, navaja o corta líneas.

h. Anemómetro

i. Pito

j. Mapa de la zona de vuelo.

k. GPS obligatorio para el piloto guía, opcional para el resto de pilotos.

### **4. Equipamiento complementario**

a. Manga de viento en la zona de despegue y en la zona de aterrizaje.

b. Transporte vehicular de subida o recogida, en casos de que la zona de despegue y aterrizaje no se encuentren en el mismo lugar.

c. Una persona de apoyo administrativo y logístico en tierra, con radio y que tenga conocimientos del desarrollo de un vuelo en parapente y de la ejecución del plan de emergencia.

d. Es obligatorio que el piloto guía o de tándem, avisen y recomienden a los turistas o pasajeros el uso del vestuario adecuado para la modalidad de acuerdo al lugar y la época que se realice, por ejemplo, guantes y abrigos suficientes (si el vuelo se hace en lugares fríos) o ropa o calzados cómodos y resistentes para el aterrizaje. La agencia de viajes operadora o dual y/o piloto debe tener prendas necesarias adicionales, de este tipo como para ofrecer a los clientes si ellos no los tienen.

### **5. Equipos y accesorios de vuelo, recomendados, pero no obligatorios**

a. Brújula

- b. Alti-vario
- c. Bengala de emergencia
- d. Agua y alimentos
- e. Baterías de repuesto
- f. Manta térmica

#### **4.1.22 Tipos de Señalización**

- **Señales Regulatorias (Código R)**

Regulan el movimiento del tránsito e indican cuando se implica un requerimiento legal, la falta del cumplimiento de sus instrucciones constituye una infracción de tránsito.

- **Señales Preventivas (Código P)**

Advierten a los usuarios de las vías, sobre condiciones inesperadas o peligrosas en la vía o sectores adyacentes a la misma.

- **Señales de Información (Código I)**

Informan a los usuarios de la vía de las direcciones, distancias, destinos, rutas, ubicación de servicios y puntos de interés turístico.

#### **4.1.23 Señalética Turística**

La señalética es la parte de la ciencia de la comunicación visual que estudia las relaciones funcionales entre los signos de orientación en el espacio y comportamientos de los individuos. Estudia el empleo de signos gráficos para orientar el flujo de las personas en un espacio determinado, e informar de los servicios de que disponen; los identifica y regula, para una mejor y más rápida accesibilidad a ellos; y para una mayor seguridad en sus desplazamientos y acciones. (MINTUR, 2011: 13)

#### 4.1.23.1 Tipos de Señalética Turística

Estas señales sirven para dirigir al conductor o transeúnte a lo largo de su itinerario; proporcionándole información sobre direcciones, sitios de interés, destinos turísticos, servicios y distancias.

Se clasifican en: Orientativas, Informativas de Destino. Informativas de Servicios, Señales de Aproximación a destinos turísticos, Ejecutivas de destinos turísticos, Señales de Identificación Y Pictogramas.

- **Orientativas:** Sitúan a los individuos en su entorno, por ejemplo, mapas de ubicación.
- **Informativas de Servicios:** Están en cualquier parte del entorno, y su función es transformar información sobre destinos y servicios turísticos, además agrupa toda aquella información que orienta el acceso a los servicios públicos de salud: Hospitales, Cruz Roja etc.; de comunicación; Teléfono, Oficinas de Correo, Fax, Internet, varios; Varios: Hoteles, Restaurantes, Iglesias, Vulcanizadoras, Auxilio Mecánico, Estaciones de Servicios, Ayuda a discapacitados, etc.
- **Identificativas:** Son señales para designar o confirmar la ubicación. Pueden ser: Vallas turísticas de provincia, de capital, cantonales, poblacionales, de limite o fronteras.
- **Pictogramas:** Son signos que representan esquemáticamente un símbolo, objeto real, figura o servicio. (MINTUR, 2011: 13). Se clasifican en:
  - Pictogramas de atractivos naturales: representan la riqueza biodiversidad de un lugar, región o país.
  - Pictogramas de Atractivos Culturales: Representa el conjunto de sitios y manifestaciones que se consideran de valor o aporte a una comunidad determinada, y que permite al visitante conocer parte de los sucesos ocurridos en una región o país, reflejadas en obras de arquitectura, zonas históricas, sitios arqueológicos, iglesias, conventos, colecciones

particulares, grupos étnicos, manifestaciones religiosas, artesanías, ferias y mercado, shamanismo, exploraciones mineras, centros científicos, etc. (MINTUR, 2011: 13).

- Pictogramas de actividades turísticas: Representa actividades o acciones de interés turístico o carácter recreativo.
- Pictogramas de servicio de apoyo: Son aquellos que indican a los visitantes turistas, la ubicación de servicios públicos o privados, sean salud, transporte, comunicaciones y varios. (MINTUR, 2011: 13)
- Pictogramas restrictivos: representan prohibición de realizar de determinada actividad de manera temporal o definitiva, de acuerdo a la necesidad o circunstancia.

#### **4.1.24 Componentes Gráficos**

Al realizar un sistema de señales, los elementos gráficos son de gran utilidad. Estos pueden ser iconos, flechas o pictogramas. El crear representaciones simbólicas implica que estas sean de fácil comprensión para los usuarios al que se dirigen; esto se logra equilibrando las dimensiones semióticas acorde a su contexto. El uso adecuado del color también debe considerarse un elemento determinante en el mensaje.

El icono es el signo que mantiene una relación de semejanza con el objeto representado. Este puede ser figurativo o puede ser abstracto depende el estilo y naturaleza del proyecto.

Las flechas son elementos muy determinantes en la composición de una señal. Son importantes junto a la parte tipográfica o pictogramas en cualquier señal de tipo direccional.

El uso del color son valores que se añaden al propio significado de las señales; dichos valores pueden llegar a variar de acuerdo con los distintos usuarios y las diferentes culturas.

Las décadas de desarrollo de esta ciencia han perfeccionado un sistema de códigos cromáticos de efectividad, hasta llegar a su aceptación. Ecuador no es la excepción, por ello ha sido incorporado al sistema nacional de la normativa INEN. (MINTUR, 2011: 13)

- **Colores**

Los colores varían dependiendo del tipo de señal: verde (Informativas de destinos), azul (Informativas de servicios, actividades turísticas, apoyo a servicios turísticos), café (Pictogramas de atractivos naturales y culturales), con orla y letras blancas.

Cuando son señales turísticas o de servicios que restringe una actividad, se utilizara un circulo con una diagonal roja en el pictograma. (MINTUR, 2011: 13)

- **Ubicación**

Estos elementos se colocarán a lo largo de la vía, en lugares que garanticen buena visibilidad y no confundan al visitante o turista. Se debe hacer una aproximación sin exceder la distancia hacia el atractivo y colocarlas en la señal en un rango de 15, 10, 5, 1 kilometro, hasta los 500 metros.

Una señal que indique un atractivo, servicio o destino turístico debe normalmente colocarse alado derecho de la vía, no menos de 300 metros antes, indicando la proximidad al sitio de interés turístico.



## 4.2 Marco Referencial

### 4.2.1 Provincia de Loja

Grafico N.- 1 Mapa de la Ciudad de Loja



**Fuente:** Internet

**Elaboración:** Adrian Masache

La Ciudad de Loja es una de las 24 provincias que conforman la República del Ecuador, situada en el sur del país, en la zona geográfica conocida como región interandina o sierra. Su capital administrativa es la ciudad de Loja, la cual además es su urbe más grande y poblada. Ocupa un territorio de unos 11.066 km<sup>2</sup>, siendo la novena provincia del país por extensión. Limita con las provincias de El Oro al noroeste; con la provincia de Zamora Chinchipe al este;

con la provincia del Azuay al norte; al sur con las provincias peruanas de Sullana y Ayabaca y al oeste con las provincias de Zarumilla y Tumbes, también pertenecientes al Perú.

En el territorio lojano habitan 511.184 personas, según el último censo nacional (2010), siendo la décima provincia más poblada del país. La Provincia de Loja está constituida por 16 cantones, de las cuales se derivan sus respectivas parroquias urbanas y rurales. Según el último ordenamiento territorial, la provincia de Loja pertenecerá a una región comprendida también por las provincias de El Oro y Zamora Chinchipe, aunque no esté oficialmente conformada, denominada Región Sur.

En el Casco Urbano de Loja se puede recorrer una gran variedad de atractivos principalmente plazas y parques, en los cuales se puede encontrar la calidez de los lojanos en medio de la historia de la ciudad. La arquitectura tradicional refleja una cultura diversa y fusionada en cada detalle.

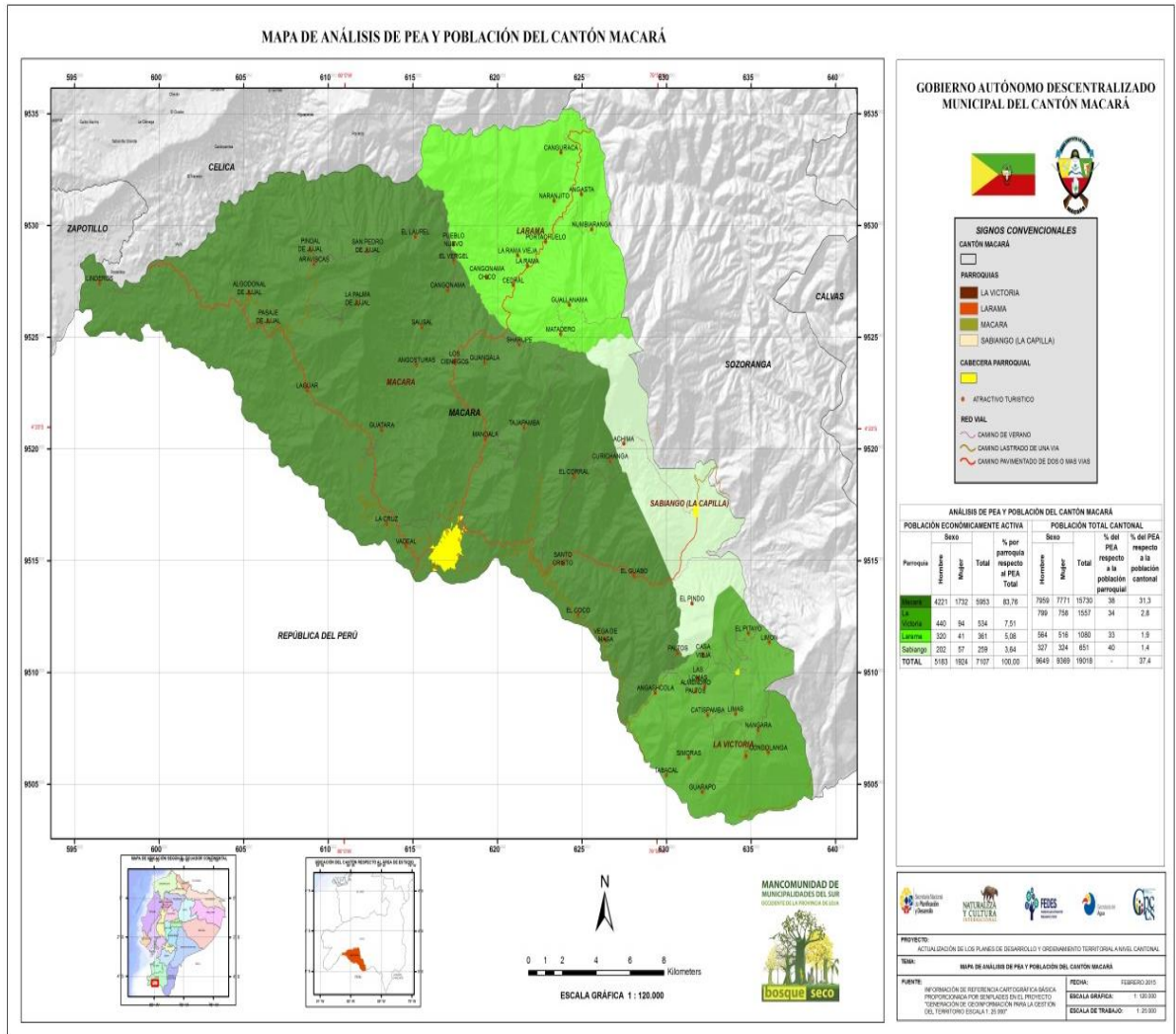
También la ciudad de Loja ofrece a sus visitantes nacionales y extranjeros una gastronomía diversa, exóticos y diversos platos hacen de los platos típicos un rasgo propio de Loja y de la región. El maíz, el plátano verde y variedad de gramíneas forman parte de la alimentación básica de los lojanos, así mismo las carnes secas dan a cada plato el sabor único de la sazón lojana.

Actualmente Loja es una ciudad modelo para todos, donde se puede realizar todo tipo de turismo, desde el urbano, cultural, religioso, de aventura, ecoturismo, gastronómico hasta el de salud; una de las muestras más importantes de su belleza turística es el parque recreacional "JIPIRO".

Visitar Loja es llegar a un lugar en que la magia de sus tradiciones y lugares religiosos ofrecen gran colorido y románticos paisajes, exuberante vegetación, abundante fauna y un sinnúmero de manifestaciones culturales en el campo de las artes y las letras. (Ecos Travel , 2017)

## 4.2.2 Cantón Macará

### Grafico N.- 2 Mapa del Cantón Macará



**Fuente:** Plan de Ordenamiento Territorial Macara 2015

**Elaboración:** Adrian Masache

#### 4.2.2.1 Datos Generales

El cantón Macara pertenece a la provincia de Loja, se encuentra ubicado al extremo sur occidental de la republica de Ecuador, a  $79^{\circ}57'49.39''$  de longitud oeste y  $4^{\circ}23'13.11''$  de latitud Sur, tiene 575 kilómetros cuadrados, constituyendo el 5.2% de la superficie de la provincia de Loja, pero es la subcuenca almas más importante del Catamayo-Chira.

Limita al Norte con los cantones Célica y Sozoranga, al Sur con la Republica del Perú, al Este con el cantón Sozoranga y al Oeste con los cantones Célica y Zapotillo. Cuenta con una extensión de 580 km<sup>2</sup> y una población total de 19 343 habitantes.

Como el resto de la Provincia, Macará está situada en los Andes Bajos, recibiendo una mayor influencia tanto del Pacífico, como de La Amazonia, lo cual le otorga una gran originalidad a la región lojana, respecto al conjunto andino de seis mil kilómetros que va desde Venezuela hasta la Patagonia

#### **4.2.2.2 Reseña Histórica**

Macará es una de las poblaciones más antiguas de la región, fue parte del cantón Paltas, en donde era conocida con el nombre de Gualanga. El termino Macará es de origen incásico, el cual significa “Tierra del cuero”, porque muy antiguamente el pueblo se dedicaba a la actividad peletera<sup>1</sup>.

El antiguo pueblo incásico, usaba la lengua Tallan, en ese entonces existían vocablos y nombres de poblados parecidos al termino Macará así: Macacará, Casanará, Mocará, etc. Es en la fundación, que el Capitán don Felipe Tamayo de Castillo, incorpora el nombre de un Santo, convirtiéndose en “San Antonio de Macará”, en los inicios de la era Republicana.

#### **4.2.2.3 Gastronomía**

En cuanto a gastronomía la cabecera cantonal y parroquias tiene platos muy variados como lo son: ceviche de carne, gallina hornada con tallarines, repe, miel con quesillo, conserva de mango, chivo al hueso.

En las parroquias las comidas y platos típicos es muy variada y entre las Principales se mencionan: sango de maíz, repe de quesillo con arveja, Seco de gallina criolla, bistec de chancho, chicharrones con mote, madre Olla (carne

---

<sup>1</sup> **Actividad Peletera:** actividad de comercialización y elaboración de indumentaria, cuero y piel animal.

de cerdo con hojas de col, yuca y achiote), molo (guineo molido con manteca de cerdo), pipián (crema de maíz gualo y quesillo), sancocho de cerdo y otras; y entre las bebidas se destaca el café filtrado, chicha de maíz, chicha de maní, champús (mote triturado, remojado, molido con panela y hoja de naranja), biranga de panela (limón y panela); la elaboración de panela, miel con quesillo, humitas, tamales, mazapanes, conservas de mango, guayaba y bocadillos.

#### **4.2.2.4 Festividades**

- 10 de agosto, feria Comercial de integración Fronteriza
- 22 de septiembre de 1902 – Cantonización de Macará.
- 27 de septiembre de 1902 – Parroquialización de Macará.
- 25 de abril de 1967 – Parroquialización de Eloy Alfaro.
- 11 de marzo de 1947 – Parroquialización de Larama.
- 20 de abril de 1912 – Parroquialización de Sabiango.
- 16 de septiembre de 1955 – Parroquialización de La Victoria.

#### **4.2.2.5 Atractivos Turísticos**

Entre los sitios turísticos y espacios de distracción y recreación que se destacan en el cantón están: el balneario de La Lajilla del barrio del mismo Nombre (formación de lagunas naturales en el río fronterizo Macará), Reserva Jocotoco, fondos azules, complejo aqua azul, complejo turístico el Paradero de Enrique, la cruz del panadero, balneario del reverendo, bosque de nogal, canchas deportivas, parques.

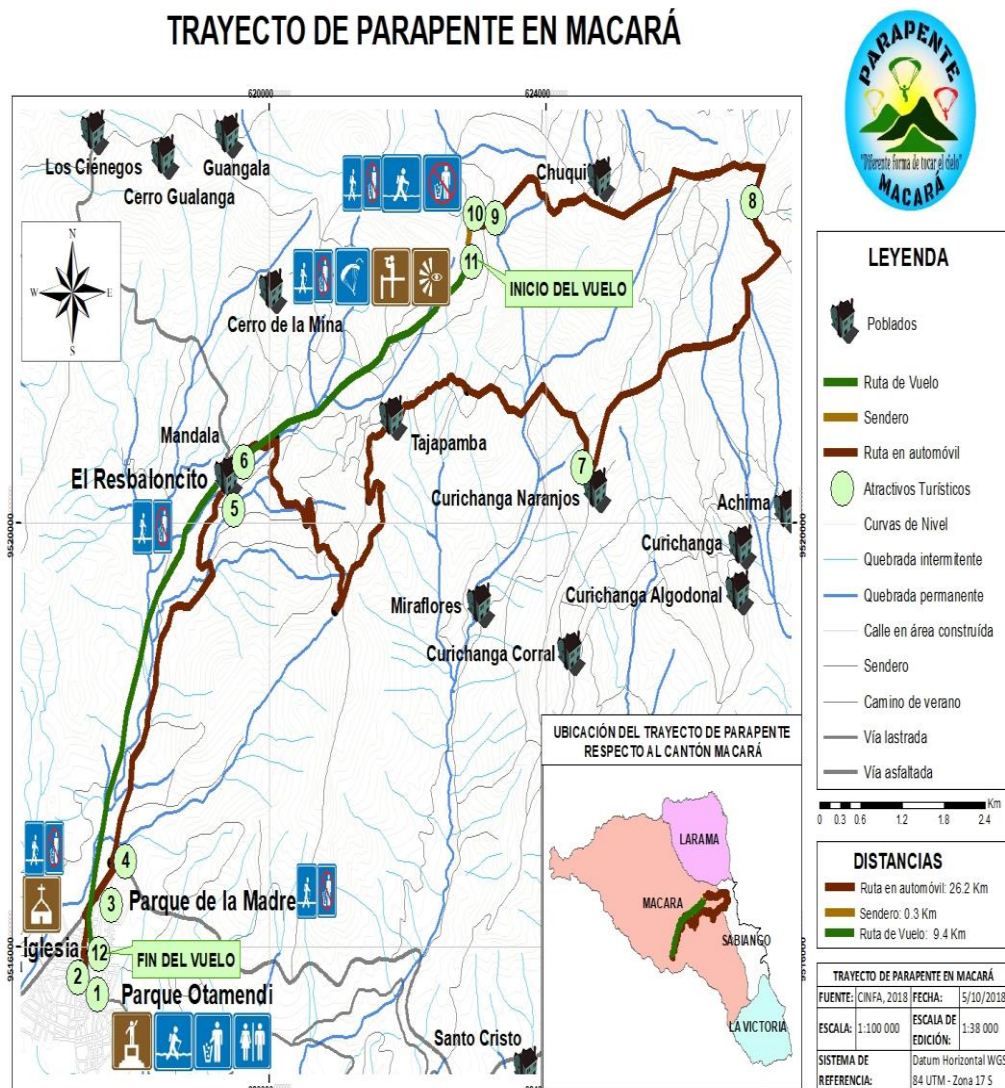
#### **4.2.2.6 La Mandalá**

Es un barrio rural de Macará ubicado en la vía panamericana a 6km desde el centro del cantón, el mismo que es reconocido por su atractivo principal que es la Laguna del Amor un lugar que presenta pequeñas cascadas y lagunas naturales, bañadas por agua fresca y cristalina que brinda a quienes gustan disfrutar de lo natural una experiencia única.

#### 4.2.2.7 Cerro Chuqui

Cerro clave de Macará ubicado a 26 km desde la cabecera cantonal de Macará tiene una altura de 2.074 msnm el mismo que sirve para que los parapentistas puedan realizar el deporte extremo parapente.

**Grafico N.- 3 Mapa Comunidades de la ruta Parapente Macará**



**Fuente:** Trabajo de Campo  
**Elaboración:** Adrian Masache

## **5 MATERIALES Y METODOS**

### **5.1 Materiales**

#### **Recursos Humanos**

- El desarrollo de la investigación está a cargo del aspirante a la Ingeniería en Administración Turística Sr. Erik Adrian Masache Gualan
- Directora de Tesis: Ing. Melva Jaramillo Hidalgo.
- GAD del cantón Macará

#### **Recursos Materiales**

- Material de escritorio: papel bond, carpetas, borrador, lápices, esferos
- Gastos de empastado
- Material de consulta: Matriz de Carla Ricaurte
- Impresiones de tesis
- Bibliografía: libros, revistas, folletos, inteenet, informes, tesis
- Computadora Laptop
- Impresora
- Cámara Digital
- GPS
- Flash memory
- Transporte, alimentación, movilización, salidas de campo

### **5.2 Métodos**

Para el desarrollo eficaz del presente proyecto se empleó los siguientes métodos: Método Analítico, Método Científico, Método Descriptivo, los cuales facilitan el desarrollo de la investigación los procesos y actividades para llegar a realizar una **PROPUESTA TURISMO DE AVENTURA EN EL CERRO CHUQUI DEPORTE EXTREMO: PARAPENTE, SECTOR LA MÁNDALA EN EL CANTÓN MACARÁ PROVINCIA DE LOJA.**

### **5.2.1 Método Analítico**

Este método tiene como objetivo llegar a conocer los aspectos esenciales y las relaciones fundamentales que se manifiestan en el cerro, el análisis que se realizará servirá de gran ayuda para la demostración de los diferentes problemas que existen en el lugar de estudio.

### **5.2.2 Método Científico**

El mismo que abarca procesos lógicos que permiten acentuar los hechos internos y externos del cerro chuqui y llegar a los medios óptimos para la aplicación de turismo de aventura deporte extremo parapente del mismo y obtener resultados positivos.

### **5.2.3 Método Inductivo**

Este método servirá para realizar un estudio de las particularidades del turismo de aventura, permitiendo de esta manera conocer su incidencia natural y social y económica.

### **5.2.4 Método Deductivo**

Es este método se determinará las conclusiones que se han ocasionado en base a la problemática, necesidades y propuestas que asuman criterios técnicos en aspectos turísticos para el beneficio del deporte de aventura parapente, fomentando el potencial turístico del sector.

### **5.2.5 Método Descriptivo**

Este método se fundamenta en describir cada uno de los componentes del sistema turístico, esto se lo puede realizar de manera fotográfica. Su meta no se limita a la recolección de datos, si no a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables.



### **5.3 Técnicas**

#### **5.3.1 Observación Directa**

Mediante esta técnica se podrá conocer la realidad del cerro chuqui y el potencial Turístico con el que cuenta este lugar, y así realizar la propuesta de turismo de aventura deporte extremo parapente.

#### **5.3.2 Entrevista**

Mediante una conversación de preguntas directas entre el entrevistador y el entrevistado, en este caso con el Jefe departamental de Turismo del GAD Municipal del cantón Macará y utilizando la ficha de inventario de oferta y demanda de turismo de aventura, se recopilará la información relacionada con la oferta y demanda turística en la zona.

#### **5.3.3 Encuesta**

Mediante la técnica de la encuesta, podremos obtener información primaria para efectuar el diagnóstico, determinando la demanda de productos y servicios turísticos que nos faciliten preparar la propuesta de acuerdo con la segmentación de mercado, identificando el perfil del turista que visite el cerro chuqui.

Esta técnica también nos permitirá obtener información para desarrollar el plan de promoción y difusión de la propuesta de turismo de aventura.

La encuesta fue dirigida a una muestra de 455 personas entre ellos la población económicamente activa del sector urbana y turistas que visitan el cantón.

#### **5.3.4 Técnica de MARRP**

Se utilizó para dar cumplimiento al tercer objetivo mediante un taller participativo que comprendió tres fases: Inicial, Ejecución y Resultados donde participaron las autoridades del GAD Municipal del Cantón Macará, personas involucradas en la actividad turística y el Ministerio de Salud Pública.

#### 5.4 Población y muestra

La población objetivo de este trabajo de investigación fue la población económicamente del sector urbano del cantón Macara, también se consideró como parte la población objetivo a los turistas que visitan el cantón.

#### Numero de encuestas a realizar en el cantón Macara

Tamaño de la Población económicamente activa sector urbano (N) = 4838

Error Muestral (E)= 0,05

Proporción de fracaso (P)= 0,5

Proporción de acierto (Q)= 0,5

Valor de confianza (Z)= 1,96

$$x = \frac{P * Q * Z^2 * N}{N * E^2 + Z^2 * P * Q}$$
$$x = \frac{0,5 * 0,5 * (1,96)^2 * 4838}{4838 * (0,05)^2 + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}$$
$$x = 355,46$$
$$x = 355$$

Además de aplicar las 355 encuestas en el cantón, se aplicarán 100 encuestas adicionales dirigidas a los turistas que visitan el cantón por ende se aplicaran un total de 455 encuestas.

#### 5.5 Metodología por Objetivos

Para el cumplimiento del **primer objetivo** específico: **Realizar el diagnostico turístico para el desarrollo de turismo de aventura deporte extremo parapente en el cerro Chuqui sector la Mandalá del Cantón Macará Provincia de Loja** se empleó el método analítico el cual ayudo para realizar un estudio de la situación actual de los atractivos, mediante la matriz de Carla Ricaurte Quijano, además el plan de ordenamiento territorial, y el catastro turístico de la Provincia de Loja los mismos que sirvieron para el levantamiento de información y poder realizar de la mejor manera este objetivo.

Para el desarrollo del **segundo objetivo**: Elaborar la propuesta de turismo de aventura deporte extremo parapente, en el cerro chuqui sector la mandalá del cantón Macará provincia de Loja, se realizará de acuerdo con la siguiente metodología:

- Identificación y Zonificación de las áreas de uso turístico.
- Definición de las actividades y servicios turísticos a ofrecer
- Determinación de la infraestructura e insumos necesarios.
- Elaboración de la propuesta de promoción del producto turístico.

Para el desempeño del **tercer objetivo**: Socializar la propuesta de turismo de aventura deporte extremo parapente, en el cerro chuqui sector la Mandalá del cantón Macará Provincia de Loja a los actores claves, se desarrollará:

- Un taller de socialización, en el que se dará a conocer la propuesta turismo de aventura deporte extremo: parapente, en el cerro chuqui sector la Mandalá del cantón Macará provincia de Loja, a los actores claves, y por medio de operadoras turísticas e internet a los posibles demandantes de este producto; basados en la técnica del MAARP y utilizando la propuesta de promoción del producto turístico determinado en objetivo 2.
- La técnica del MARPP en la que se desarrolla la socialización se ejecutará en tres fases: Inicial (Previa); ejecución y resultados.

## **6. RESULTADOS**

**6.1 Cumplimiento del primer objetivo: Realizar el diagnóstico turístico en el desarrollo de turismo de aventura deporte extremo: parapente en el cerro Chuqui sector la Mandalá del Cantón Macará.**

### **6.1.1 Datos Generales**

#### **Ubicación Geográfica**

El cantón Macará queda ubicado a 195 km de distancia de la ciudad de Loja, sus coordenadas son: Latitud 4°23'00 y Longitud 79°55'00. Valle extenso de terrenos empleados principalmente para la producción de arroz.

#### **Extensión y Limites**

##### **Extensión:**

580 km<sup>2</sup>

##### **Limites:**

El cantón Macará limita al Norte con los cantones, Celica y Sozoranga al Sur con la Republica del Perú, al Este con el Cantón Sozoranga y al Oeste con los cantones, Celica y Zapotillo.

Ubicación de la comunidad

**Nombre de provincia:** Loja

**Nombre de cantón:** Macará

**Nombre de parroquia:** Macará

### **6.1.2 Población del Cantón Macará**

Según el INEC y con referencia al censo del 2010, el Cantón Macara cuenta con una población de 19 018 habitantes, de los cuales el 82,71% se encuentra en las parroquias urbanas (Macara y Eloy Alfaro) y el 17,29% de la población se encuentra en el área rural.

### Cuadro N.- 1- Habitantes del cantón Macará

<b>POBLACION TOTAL DEL CANTON MACARA</b>	
<b>HOMBRES</b>	9.649
<b>MUJERES</b>	9.369
<b>RURAL</b>	3.288 - 17.29%
<b>URBANA</b>	15.730 - 82.71%
<b>TOTAL</b>	<b>19.018</b>

**Fuente:** INEC. censo de población y vivienda 2010

**Elaborado:** Adrian Masache

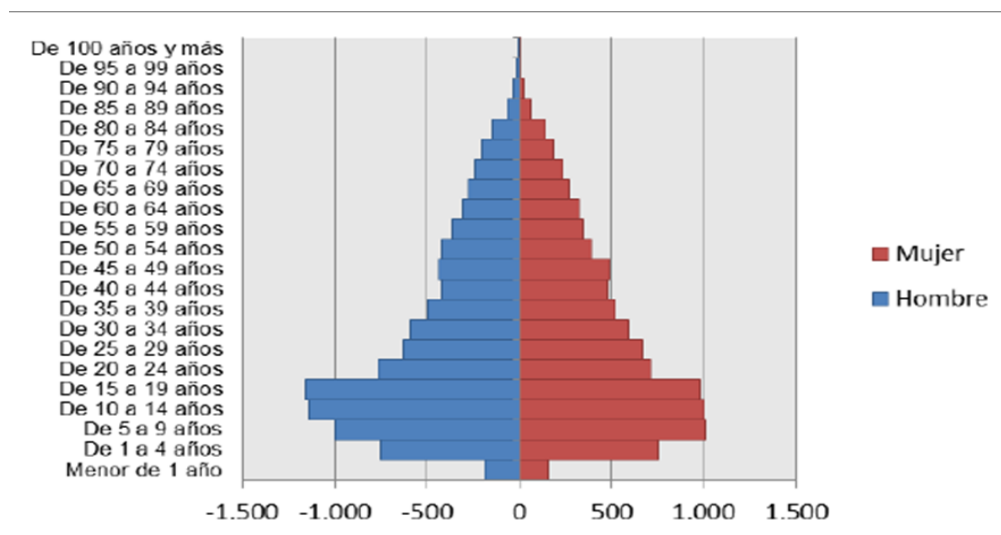
#### **Descripción urbana según sexo y grupo de edad**

Actualmente el cantón macara cuenta con una población de 19.018 habitantes, según el censo de población y vivienda 2010, cuenta con una edad media de la población de 29,9 años y con una tasa de crecimiento de 0,39%. Por ende, la concentración de población se encuentra en el grupo de edad de 5 a 19 años, que representa el 33,07% de la población total. Por el contrario, esta población es menor en las edades comprendidas entre los 80 a 104 años, que equivale al 2.62% de la población total del cantón.

De la misma manera de acuerdo al género existen 9649 hombres equivalente al 50,74% del total de la población; y 9369 que representa el 49,26% son mujeres. Dando como resultado que en el cantón Macara el porcentaje de hombres es más elevado que el de las mujeres con una diferencia 1.48%.

En la tabla siguiente se desglosa de manera más detallada los resultados del censo 2010, especificando el número de habitantes por edades y sexo:

**Grafico N.- 4 Población del cantón Macará según sexo y grupo de edad**



**Fuente:** inec. censo de población y vivienda 2010

**Elaborado:** Adrian Masache

### 6.1.3 Oferta de Servicios

El cantón Macará cuenta con servicios de Alojamiento como lo es hoteles, hostales y complejos recreacionales para el descanso de los turistas que lo visiten, a su vez brinda el servicio de Alimentación donde podemos encontrar los distintos platos de comida criolla que se da en el país, Restaurantes y dispone también del servicio de esparcimiento para el disfrute de los visitantes y personas de la localidad tenemos, Discotecas, Karaoke y Bares.

#### Alojamiento

La ciudad de Macará cuenta con una gama de establecimientos de alojamiento que prestan servicios a los turistas tanto locales, nacionales y extranjeros; los mismos que se encuentran categorizados en complejos recreacionales, hostales y hoteles de 2 y 3 estrellas ofreciendo servicios de calidad (wifi, lavandería, servicio de desayuno, aparcamiento, separación de sectores para fumadores y no fumadores), todos estos hoteles y hostales se encuentran ubicados en la cabecera cantonal de Macará y pueden ser ocupados por los amantes del parapente sin ningún problema ya que todos

cuentan con la capacidad para poder recibir a todo tipo de turista. El valor promedio de hospedaje es de 15 dólares el día, pero el mismo varía en los meses que son de festividades agosto y septiembre. Esto depende del servicio que ofrecen para su clasificación y que el turista tenga una buena elección a la hora de vacacionar. Los principales establecimientos de alojamiento que se encuentran suscritos dentro del catastro son 6 hoteles, 7 hostales y 2 complejos recreacionales. A continuación, se detallan en el cuadro siguiente:

**Cuadro N.- 2 Establecimientos de alojamiento**

N.	Nombre	Tipo	Propietario	Contacto	Dirección	Categoría	Servicios			N. Camas	N. Habitaciones
							Alim	Tv	Wifi		
1	Espiga De Oro	Hostal	Torres Guerrero Victor Salomon	2694405	Antonio Ante Y 10 De Agosto	Tercera		X	X	56	27
2	Bekalus	Hostal Residencia	Castillo Loaiza Bethil Vicenta	2694043	Sebastian Valdivieso Y 10 De Agosto	Tercera		X	X	44	27
3	Gran Hostal Macara	Hostal Residencia	Nellyda Alvarado Guerrero	2694132	Av. Panamericana Y Bolivar	Tercera		X		22	12
4	Santigyn	Hostal	Nilo Efren Torres Guaman	2695035	Bolivar Y Manuel E. Rengel	Segunda	X	X	X	21	12
5	Paraiso	Hotel Residencia	Rodriguez Ojeda Tueshan Hernán	2694107	Carlos Veintimilla Av. Nueva Loja	Tercera		X	X	65	33
6	Luz De America	Hostal Residencia	Retete Quizhpe Genaro	2694695	Eugenio Espejo Y Rumiñahui	Tercera		X	X	21	17
7	Terra Verde	Hostal	Luzuriaga Jaime Patricio	2694540	Lazaro Vaca	Segunda	X	X	X	30	13
8	Karina	Hostal	Santos Cristóbal Estrada Castillo	2694764	10 De Agosto Y Antonio Ante	Segunda	X	X	X	18	18



9	Colina	Hostal Residencia	Victor Adenaure Guamán Quezada		José Joaquín De Olmedo Y Loja	Segunda	X	X	X	14	12
10	Sur Del	Hostal	Abad Aguirre Margot Yaqueline	2695877	Carlos Veintimilla Y Loja	Tercera		X	X	15	13
11	Conquistado r El	Hostal	Yaguachi Balcázar Edito Rogelio	2594037	Bolívar Y Abdón Calderón	Segunda	X	X	X	26	12
12	Arrozales Los	Hostal Residencia	Tacuri Otero Robert Alonzo	2644300	10 De Agosto Y Amazonas	Segunda	X	X	X	36	19
13	Candamo	Hosteria	Rosales Castillo Tomas		La Mandala	Tercera	X	X	X	9	9
14	Aquazul	Termas Y Balnearios	Castillo Ojeda Diana Rosa	2694083	Panamericana Vía Zapotillo	Segunda	X	X	X	0	0

**Fuente:** Catastro turístico del departamento de turismo del GAD municipal de Macará 2016.

**Elaborado:** Adrian Masache

## **Alimentación**

Macará cantón reconocido y admirado por su rica gastronomía, cuenta con un gran número de platos típicos y comida criolla que se dan a nivel del País, como lo son: ceviche de carne de res, seco de chivo, hornado de gallina criolla, arvejas con guineo. El valor promedio de los platos que ofrecen los establecimientos de alimentación es de cinco dólares. En el siguiente cuadro se detallan los principales establecimientos de alimentación que están registrados en el MINTUR, especificando sus direcciones y los servicios que presta cada uno de ellos:

**Cuadro N.- 3 Establecimientos de alimentación**

	Nombre	Tipo	Propietario	Contacto	Dirección	Categoría	Servicios		N. Mesas
							Wifi	Es	
1	El Emperador	Restaurante	Luis Uberto Correa	2694573	Carlos Veintimilla	Tercera		X	11
2	Central	Fuente De Soda	Gladys Vèlez Sanchez	S/N	Bajo Palacio Municipal	Tercera	X	X	4
3	Manolo	Fuente De Soda	Julieta Reneiri Roman	S/N	Bolivar Y Manuel Rengel	Tercera		X	10
4	Colonial	Restaurante	Marcela Cordova Valdivieso	S/N	Centro De Macara	Tercera		X	18
5	Todos Vuelven	Restaurante	Dolores Raquel Rios	S/N	Abdon Calderon	Tercera		X	36
6	D'Marcos	Restaurante	Contento Barrera Marco Augusto	2694114	Simon Bolivar Y Abdon Calderon	Tercera	X	X	10
7	Los Delfines	Restaurante	Carlos Arturo Andrade Parrales	2694199	Daniel Mora Y Amazonas	Tercera	X	X	14
8	Sabor Macareño	Restaurante	Rosario Del Carmen Viteri	2694193	Manuel Enrique Rengel Y Abdón Calderón	Tercera		X	6
9	Macondo Burguer	Fuente De Soda	Mora Román Violeta María	2695022	Isidro Ayora Y Abdón Calderón	Segunda	X	X	5
10	Sabor Selecto El	Restaurante	Veintimilla Fanny Greta	2694792	Manuel Enrique Rengel E/ Loja Y Sebastián Valdivieso	Tercera		X	8

11	Ariany Yogurt	Fuente De Soda	Jimenez Roman Carlos Eduardo	085541864	Carlos Veintimilla Y Luciano Andrade	Segunda		X	4
12	Geanellita'S Fats Food	Fuente De Soda	Torres Moreno Katerine Alexandra	2694299	Av. Juvenal Jaramillo 11-06 Y Av. Marista	Tercera	X	X	5
13	Los Arrecifes Del Bucanero Barbaro	Restaurante	Correa Castro Hilton Hermel		Bolivar Y Juan Leon Mera	Tercera	X	X	10
14	Sison Pollos Suc.	Restaurante	Torres Guarnizo Carlos Efrén		Carlos Veintimilla	Tercera	X	X	8
15	Caña Y Tapa	Restaurante	Carla Naveliza Lun A Romero	098965623	Manuel Enrique Rengel Y Carlos Veintimilla	Tercera	X	X	8
16	Rincon Criollo	Restaurante	Campoverde Espinoza Dilcia Genoveva	2695055	Carlos Veintimilla S/N Y Abdon Calderon	Tercera		X	10

**Fuente:** Catastro turístico del departamento de turismo del GAD municipal de Macará 2016.

**Elaborado:** Adrian Masache

## Esparcimiento

Si hablamos de establecimientos de esparcimiento, centros de distracción y actividades nocturnas que se realicen en la ciudad de Macará, el mismo cuenta con un gran número de centros nocturnos de diversión para pasar un rato agradable entre amigos, familia etc. De los cuales: Fuxia y chocolate, Vip y Macondo son los únicos que se encuentran registrados en el catastro, los demás no constan en el registro, pero están actualmente en funcionamiento. A continuación, se detallan cada uno de ellos con sus direcciones y los servicios adicionales que prestan:

**Cuadro N.- 4 Establecimientos de esparcimiento**

N.	Nombre	Tipo	Propietario	Dirección	Servicios		N. Mesas
					Wifi	Esta.	
1	Kami Kazi	Bar	Ervin Correa	Calle Amazonas Y Manuel Enrique Rengel	X	X	7
2	Kaos	Discoteca	Marcelo Alvarez	Juan Leon Mera Y Olmedo		X	12
3	Santa Diabla	Bar-Discoteca	Alexandra Quezada	Carlos Veintimilla Y Calderos	X	X	15
4	D'marcos	Discoteca	Marco Contenido	Calle Amazonas		X	20
5	Insomnio	Karaoke	Freddy Tuqueres	Av. Jaime Roldos Aguilera		X	8
6	Palacio Doña Bella	Bar-Discoteca	Juan Tandazo	Juan Arroyo 06-27	X	X	10
7	Fuxia Y Chocolate	Bar	Marisela Pardo	Carlos Roman Y Salvador Valdivieso	X	X	7
8	Vip	Bar	Liliana Paucar	Tarqui 07-15 Y Cariamanga	X	X	10
9	Macondo	Discoteca	Edwin Moreno	Bolívar Y Manuel Enrique Rengel		X	16

**Fuente:** Catastro turístico del departamento de turismo del GAD municipal de Macará 2016

**Elaborado:** Adrian Masache

## Otros servicios

### Itur

El GAD municipal del cantón, cuenta con un departamento de turismo el cual presta servicios de información a los turistas, acerca de los atractivos turísticos de Macará y también es el encargado de organizar la programación para las fiestas cantonales y fronterizas en los meses de agosto y septiembre.

### Bancos y cajeros

El cantón Macará cuenta una sucursal del Banco de Loja y del BanEcuador. También cuenta con tres cooperativas de ahorro y crédito que son Coopmego, Cadecom y Coopymec. A continuación, se detalla cada una de estas instituciones financieras y además si las mismas prestan servicio de cajero automático:

**Cuadro N.- 5 Bancos y cajeros**

N.	Nombre	Tipo	Dirección	Servicios	
				Cajero Automático	Esta.
1	Banco De Loja	Banco	Carlos Veintimilla Y Calle Loja	X	X
2	Banecuador	Banco	Juan León Mera	X	X
3	Coomego	Cooperativa De Ahora Y Crédito	Bolívar Y 10 De Agosto	X	X
4	Cadecom	Cooperativa De Ahora Y Crédito	Carlos Veintimilla Y Calle Loja		X
5	Coopymec	Cooperativa De Ahora Y Crédito	Carlos Veintimilla Y Calderon		X

**Fuente:** Observación directa

**Elaborado:** Adrian Masache

## Instalaciones deportivas

Macará cuenta con diversas instalaciones deportivas unas públicas y otras privadas. Las públicas fueron implantadas por el GAD de Macara, para el beneficio y fortalecimiento del deporte en los jóvenes, estas instalaciones son dos canchas sintéticas. Por otro lado, se encuentra la Liga Cantonal de Macara, la cual es una institución que planifica y ejecuta las actividades deportivas respondiendo a las exigencias de la sociedad y buscando el óptimo rendimiento deportivo y administrativo, que tiene a cargo instalaciones como el Coliseo y el estadio del cantón Macará.

**Cuadro N.- 6 Instalaciones deportivas**

N.	Nombre	Propietario	Dirección	Servicios	
				Esta.	Bar De Alimentación
1	Cancha Sintetica Municipal	Gad Municipal	Barrio San Sebastian	X	
2	Cancha Sintetica Municipal	Gad Municipal	Barrio Santa Marianita	X	
3	Cancha Sintetica	Particular	Barrio Centenario	X	X
4	Coliseo De Liga Cantonal De Macará	Liga Cantonal De Macara	Barrio 22 De Septiembre	X	X
5	Estadio De Liga Cantonal De Macará	Liga Cantonal De Macara	Barrio 22 De Septiembre	X	X

**Fuente:** Observación directa

**Elaborado:** Adrian Masache

### 6.1.4 Infraestructura de servicios básicos

#### Distancias

El cantón Macará se encuentra a 195 km desde el centro de la ciudad de Loja que equivalen a 3 horas 15 minutos aproximadamente, sus principales vías de acceso son por la vía que va hacia el cantón Paltas y también es posible acceder por la vía que nos conduce al cantón Calvas, ya sea en transporte público o privado. Tomando en cuenta que el tramo más corto para llegar al cantón Macará es por la vía que nos conduce al cantón Paltas. Las dos vías se encuentran en buen estado y con su respectiva señalética.

El acceso a la cabecera cantonal es por vía asfaltada en todo el trayecto por la Carretera 35 Panamericana y por la ruta 69 se encuentra asfaltada hasta la parroquia San Vicente del cantón Gonzanamá y desde la cabecera cantonal Gonzanamá hasta la ciudad de Cariamanga desde la ciudad de Loja.

En la ciudad de Macará existe servicio de transporte público para el beneficio y comodidad de la ciudadanía en general esto es de mucha ayuda ya que así los turistas o personas de la localidad puedan transportarse dentro y fuera del cantón. La mayoría de estas unidades cumple turnos diarios, sus características son tipo camioneta, bus y automóvil. Entre los cuales tenemos:

**Cuadro N.- 7 Medios de transporte utilizados en la cabecera cantonal Macará**

N.	Nombre De La Cooperativa	Estación/ Terminal	Tipo De Transporte		Frecuencia De Servicio	Tipo De Vehículo
			Local	Intercan tonal		
1	Unión Cariamanga	Terminal		X	Diario	Bus
2	Cooperativa Loja	Terminal		X	Diario	Bus
3	Cooperativa Ciudad De Macará	Estación	X		Diario	Camionet a
4	Cooperativa Terminal Terrestre Aeropuerto Macará	Estación	X		Diario	Camionet a
5	Cooperativa 22 De Septiembre	Estación	X		Diario	Camionet a
6	Cooperativa Rutas Fronterizas	Estación	X		Diario	Camionet a
7	Turismo Express	Estación		X	Diario	Automóvi l

**Fuente:** Plan de Ordenamiento Territorial Macará 2015

**Elaborado:** Adrian Masache



Para la comodidad de los turistas que desean visitar el cantón, este cuenta con dos terminales los cuales son: Cooperativa de Transporte Loja y Cooperativa de Transporte Cariamanga. Los mismos que tienen sus terminales independientes ubicadas en la cabecera cantonal de Macara. En el siguiente cuadro se detalla las direcciones de cada una de ellas y el horario de viajes:

**Cuadro N.- 8 Terminales que se encuentran en la cabecera cantonal de Macará**

Nombre	Dirección	Frecuencias Macará-Loja	Frecuencia Loja-Macará
Cooperativa de Transporte Loja	Juvenal Jaramillo Y Lázaro Bala	Lunes a Domingo 9:00 - 13:00 - 18:00 - 21:00	Lunes a Domingo 06.00 - 10:00 -16:00
Cooperativa de Transporte Cariamanga	10 De Agosto Y Loja	Lunes a Domingo 03.00 - 07.00- 11:00 - 18:00	Lunes a Domingo 03.00 - 03:30-12:00 - 00:00

**Fuente:** Plan de Ordenamiento Territorial Macará 2015

**Elaborado:** Adrian Masache

### **Comunicaciones**

En la cabecera cantonal encontramos diferentes medios de comunicación como cabinas telefónicas con sus tres líneas Claro, Movistar y CNT, también encontramos Cyber Cafés.

Además, encontramos Telecomunicaciones como: Compañía SUPERCABLEFILS CIA. LTDA.- Tipo de compañía - RESPONSABILIDAD Ltda. La cual se dedica a realizar Actividades de operación en sistemas de distribución por cable (por ejemplo, para la distribución de datos y señales de televisión).

Compañía MULTIMEDIOS Y TELECOMUNICACIONES DEL SUR SURIMTEL S.A. – Tipo de compañía - ANÓNIMA - la cual se dedica a realizar a actividades de emisión de señales de audiofrecuencia a través

de estudios e instalaciones de emisión de radio para la transmisión de programas sonoros al público, a entidades afiliadas o a suscriptores.

**Cuadro N.- 9 Descripción de cobertura y acceso a servicios en telecomunicaciones.**

<b>Servicios</b>	<b>Acceso</b>	<b>Cobertura</b>
Telefonía Fija	2969 (viviendas)	CNT: Cantonal
Telefonía móvil	3537 (viviendas)	CNT: Cantonal Claro Movistar
Acceso a internet	5399 (viviendas)	Cantonal
Radiocomunicaciones	Estéreo Macara y proveedores de servicio de TV cable	Radio: Cantonal TV cable: Local urbano

**Fuente:** Plan de Ordenamiento Territorial Macará 2015

**Elaborado:** Adrian Masache

Actualmente en el cantón Macará tenemos la facilidad en comunicación radial, televisiva tales como: Radio Stereo Macará 104.5 que cuenta con una cobertura a varios cantones como Zapotillo, Pindal y Celica y poblados fronterizos del Perú entre ellos Barrio Latina, etc.

De la misma manera cuenta con dos televisoras independientes, Macará TV canal 5 y Supercable canal 8, exclusivamente con cobertura cantonal que informan a la ciudadanía acerca de los acontecimientos políticos, deportivos, sociales, de noticia, etc. que se da en el mismo.

**Sanidad y Salud:**

**Salud**

El Ministerio de Salud Pública está a cargo tanto del Hospital Binacional Arsenio Celi y el Subcentro Fronteras Saludables. Además, en lo que se refiere al Servicio de Salud a la población rural especialmente, el Municipio también brinda este servicio mediante las jornadas médicas ambulatorias a través del Patronato de Amparo Social Municipal. Así mismo se menciona

la presencia del Área de Atención Ambulatoria del Seguro Social en la cabecera cantonal, así como también el Policlínico del Batallón de infantería.

Dentro de los establecimientos de salud se encuentran:

**Cuadro N.- 10 Centros de atención de salud de la cabecera cantonal Macará**

Unidad Operativa	Tipo	Institución
H. Binacional Macará	Hospital	MSP
Fronteras Saludables	Subcentro	MSP
Unidad Ambulatoria del Seguro	Dispensario Médico	IESS
Policlínico del Batallón de Infantería	Policlínico	ISSFA

**Fuente:** Plan de Ordenamiento Territorial Macará 2015

**Elaborado:** Adrian Masache

**Agua potable, saneamiento, desechos sólidos**

El acceso a los servicios públicos básicos como agua potable, alcantarillado, y recogida de desechos sólidos en la vivienda, es un importante indicador de bienestar social, que lo ejecuta el GAD municipal de Macará con la finalidad de generar condiciones adecuadas para los habitantes del cantón detallándose los servicios en el siguiente cuadro:

**Cuadro N.- 11 Porcentaje promedio de cobertura de servicios básicos en la cabecera cantonal Macará**

Parroquia	Agua Potable	Alcantarillado	Energía Eléctrica	R.Desechos Sólidos
Macará y Eloy Alfaro (A. Urbana)	90,33%	82,10%	98,75%	92,10%
Macará y Eloy Alfaro ( A. Rural)	2,66%	1,65%	58,97%	1,56%

**Fuente:** Plan de Ordenamiento Territorial Macará 2015

**Elaborado:** Adrian Masache

## **Agua potable**

En el cantón Macará existe distribución de agua tratada y de agua no tratada; la de agua tratada predomina en el área urbana, mientras que, en el área rural, predomina el acceso al agua no tratada.

Existen varios sistemas de abastecimiento de agua tratada en el área urbana de Macará:

- Sistema del batallón de infantería BIMOT – 21 MACARÁ – Colegio Técnico Agropecuario.
- Sistema de agua tratada del barrio María Auxiliadora.
- Sistema de agua tratada de la ciudad de Macará.

El sistema de la ciudad de Macará se basa en el Plan Maestro de Agua Potable, que consta de dos fases.

La primera etapa está ya ejecutada y está constituida por la captación de la quebrada Mataderos, la conducción hasta la planta de tratamiento.

La Segunda Etapa, no ejecutada, consiste en una nueva captación en la Quebrada Jorupe.

Para el planteamiento del nivel de servicio se ha concertado un sistema de abastecimiento de agua potable a gravedad, con el que se logra economizar en gastos de luz eléctrica en cada vivienda.

La mayoría de la población del cantón Macará que equivale al 46,21% compran agua purificada, el 33.66% de los hogares consumen el agua tal y como llega, mientras que el 17,86 la hierven antes del consumo, un porcentaje menor de 1,50% le ponen cloro y el restante que es el 0,77% la filtran.

### **Cuadro. – 13 procedencia del agua para consumo humano**

<b>TIPO</b>	<b>CASOS</b>	<b>%</b>
La beben tal como llega al hogar	1097	33,66
La hierven	582	17,86
Le ponen cloro	49	1,50
La filtran	25	0,77
Compran agua purificada	1506	46,21
<b>TOTAL</b>	<b>3259</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Plan de Ordenamiento Territorial Macará 2015

**Elaborado:** Adrian Masache

#### **Alcantarillado**

El alcantarillado actual de la cabecera cantonal consiste en un sistema mixto, en el que las aguas lluvias de las viviendas se evacuan hacia el alcantarillado sanitario, cuyas tuberías funcionan de forma combinada.

Sin embargo, cabe mencionar que existe un mínimo servicio de alcantarillado pluvial en la ciudad, que tiene una cobertura del 0.69% del área total urbana y del 1.79% del área consolidada. Se distribuye en 1550m a lo largo de la pista del aeropuerto, en las calles Sucre, Roldós y Amazonas y en 1290m, en las calles Carlos Román y Panamericana.

El sistema ya ha superado más de 30 años de servicio en el sector central de la ciudad y por tanto, las tuberías se encuentran en malas condiciones. Esto, unido a la inexistencia de sistema pluvial, genera hundimiento y disminución de la vida útil en las calzadas; hecho que empeora en invierno (diciembre-abril) por el incremento de pluviosidad que afecta a Macará en esa época.

#### **Energía eléctrica**

El servicio de energía eléctrica proviene del Sistema Interconectado Nacional, desde la ciudad de Loja y es suministrado por la Empresa

Eléctrica Regional del Sur S.A., a través de reductores que permiten llegar a la subestación de la ciudad de Macará. Desde aquí, se reparte por medio de dos alimentadores, el 11-11 y el 13-12; uno para dar servicio a la vía Panamericana (incluyendo las oficinas de Aduana, Migración y parte de negocios del puente Internacional en el sector del Perú) y otro para la ciudad de Macará en sus diferentes barrios.

### **Cobertura del servicio de alumbrado público**

En la ciudad de Macará, un 87,19% de la ciudad cuenta con el servicio de alumbrado público, mientras que el restante 12,81% no lo posee.

Esta cobertura del servicio representa la mayor parte del área urbana de la ciudad de Macará. Su deficiencia se produce principalmente en los barrios urbano – marginales, que se encuentran a mayor distancia.

Se ha considerado los resultados del censo, señalando el número de predios que cuentan con servicio de energía eléctrica.

### **Cuadro N.- 13 cobertura de servicio de alumbrado público**

<b>PORCENTAJE DE COBERTURA</b>		
	Beneficiarios	No beneficiarios
ALUMBRADO PUBLICO	87,19%	12,81%

**Fuente:** Plan de Ordenamiento Territorial Macará 2015

**Elaborado:** Adrian Masache

### **Recolección de desechos sólidos**

En la ciudad de Macará el Departamento de Gestión Integral de Manejo Ambiental y Servicios Públicos es el encargado de la recolección de los desechos sólidos.

La recolección actual de los desechos sólidos trata de disminuir la contaminación ambiental, ya que, anteriormente, los pobladores arrojaban los desechos en terrenos baldíos creando fuentes de contaminación y afectando la imagen de la ciudad. Se hace uso de carros recolectores de basura, o en su falta volquetas, cuyo recorrido se da en horarios

establecidos para cubrir la demanda del área consolidada de la ciudad.

En el sector denominado Machanguilla, a una distancia de 13 Km del centro poblado y situado en la vía que conecta Macará con Zapotillo, se encuentra el relleno sanitario, donde son depositados los desechos sólidos del centro poblado.

El 92,10% de la población de Macara elimina su basura por carro recolector municipal, el 6,36% la quema, el 0,87% la arroja en terreno baldío o quebrada, el 0,19% la entierra, el 0,26% la arroja al río, acequia o canal, y mientras que el 0,22% utiliza otras formas para eliminar la basura.

La siguiente tabla muestra el proceder de la ciudadanía en la eliminación de la basura:

**Cuadro N.- 14 Eliminación de basura área urbana**

<b>TIPO</b>	<b>%</b>
Por carro recolector	92,10
Se quema	6,36
Se arroja en terreno baldío o quebrada	0,87
Se entierra	0,19
Se arroja al río, acequia o canal	0,26
Otra forma	0,22
<b>TOTAL</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Plan de Ordenamiento Territorial Macará 2015

**Elaborado:** Adrian Masache

### **6.1.5 Gobernanza**

Ing. Roberto Carlos Viñan Rueda

Ing. Patricia Rodríguez Rodríguez

Sra. Diana Castillo Ojeda

Lda. María Rodríguez Castillo

Arq. Patricio Ramírez Cueva

Ldo. Fernando Villalta

**ALCALDE**

**VICE-ALCALDESA**

**CONCEJAL**

**CONCEJALA**

**CONCEJAL**

**CONCEJAL RURAL**

El cantón de Macará cuenta con diferentes instituciones nacionales de las cuales recibe un amplio apoyo en fortalecimiento institucional y económico para su desarrollo de diversos planes, programas y proyectos, en lo que se refiere a medio ambiente, deporte y obras públicas, ninguno de estos planes programas y proyectos van enfocados al aspecto turístico. En el siguiente cuadro se detalla la institución y la duración de cada uno de estos:

**Cuadro N.- 15 Instituciones nacionales**

Institución	Nombre	Desde	Hasta	Actividad	Estado		
					En ejecución	Suspendido	Culminado
GAD Municipal, Mancomunidad Bosque Seco, MAE	Mancomunidad Bosque Seco	2015	2019	Proyecto Centro de Gestión de Residuos Sólidos Mancomunado	X		
GAD Municipal, Mancomunidad Bosque Seco, MAE	Mancomunidad Bosque Seco	2015	2019	Proyecto restauración forestal de la reserva de biosfera del bosque seco	X		
GAD-MIES- Ministerio de Salud	GAD-MIES- Ministerio de Salud	2015	2019	Fortalecimiento del Sistema de Igualdad y Protección Integral de los Derechos a los Grupos de Atención Prioritaria del Cantón Macará	X		
MINISTERIO DEL DEPORTE, MINISTERIO DE CULTURA	Ministerio Del Deporte, Ministerio De Cultura	2015	2019	Proyecto Construcción y adecuación de espacios y alternativas de entrenamiento, deporte.	X		



MAGAP	MAGAP			Proyecto para elevar la calidad, tecnificación y productividad agropecuaria en el cantón Macará.	X		
Ministerio del Ambiente, Mancomunidad Bosque Seco	Ministerio del Ambiente, Mancomunidad Bosque Seco	2015	2019	Delimitación de áreas a reforestar. (Mapas/otras fotos)			X
				Recolección / Adquisición de semillas plantas nativas			X
				Adecuación de vivero municipal	X		
				Producción de plántulas	X		
Ministerio de Cultura, Casa de la Cultura	Ministerio de Cultura, Casa de la Cultura	2015	2019	Acuerdos de conservación con propietarios			X
				Plantación en áreas definidas y mantenimiento	X		
				Proyecto de Fomento al arte y cultura	X		
Ministerio de Transporte y Obras Públicas	Ministerio de Transporte y Obras Públicas	2015	2019	Proyecto de ordenamiento urbano	X		

**Fuente:** Plan de Ordenamiento Territorial Macará 2015

**Elaborado:** Adrian Masache

Macará se desarrollan varios programas cada uno con su proyecto y actividades necesarias para su cumplimiento entre ellos tenemos, por ejemplo:

En el programa biofísico se encuentra el Proyecto Centro de Gestión de Residuos Sólidos Mancomunado, el cual tiene como actividades la consolidación y fortalecimiento de empresas, comunicación y educación ambiental, recolecciones y tratamiento de los desechos y monitoreo de la generación de residuos sólidos.

En el aspecto sociocultural para poder combatir la violencia intrafamiliar se desarrolló el Proyecto de Erradicación de la Violencia intrafamiliar, que se lo realizó con la asistencia social, aplicación de ordenanza de organización, conformación de defensorías comunitarias, conformación de rutas de protección de derechos y conformación de consejos consultivos.

Dentro de lo que se refiere el aspecto económico está el Proyecto para elevar la calidad, tecnificación y productividad agropecuaria en el cantón Macará, en el cual se realiza actividades como el mejoramiento de acceso de créditos, capacitaciones y asistencia técnica, control de ingreso de productos de Perú, legalización de tierras y fortalecimiento de las organizaciones.

En lo que se refiere asentamientos humanos se puso en marcha el Proyecto ampliación de la cobertura de servicio de agua potable a nivel rural y barrios urbanos periféricos, que lo pretende dar cumplimiento con el estudio y diseño de nuevas redes de servicios, sistemas de tratamiento de agua potable, actualización de ordenanza de agua potable y elaboración de reglamentos.

La movilidad, energía y conectividad realizó varios proyectos entre ellos el Proyecto de Ampliación de la cobertura de telefonía fija en área rural, para lo cual se realizó un estudio y diseño de ampliación de servicio, evaluación de servicios de la red telefónica fija y campaña de difusión.

En lo que se refiere el aspecto político y participación ciudadana se fomentó a la población el proceso de Participación Ciudadana y

planificación, con ello se realizó distintas capacitaciones y asistencia técnica integral.

Finalmente, en el programa de riesgo y amenazas se llevó a cabo el Proyecto de mitigación y prevención del Cambio Climático en el cual se realizaron actividades como el fortalecimiento de los cantones, monitoreo y seguimiento del desarrollo, reforestación con plantas nativas, concientización y educación ambiental y reserva de la biosfera.

En el siguiente cuadro se detalla de mejor cada uno de estos proyectos con las actividades respectivas:

**Cuadro. - 16 Instituciones nacionales**

<b>Programa</b>	<b>Proyecto</b>	<b>Actividades</b>
<b>Biofísico</b>	Proyectos de Restauración forestal	Delimitación de áreas a reforestar (Mapas / Ortofotos)
		Recolección / Adquisición de semillas plantas nativas
		Adecuación de vivero municipal
		Producción de plántulas
		Acuerdos de conservación con propietarios
		Alianzas con actores locales para proceso de plantación
		Plantación en área definidas
	Manejo de ganado y agricultura en las microcuencas	Diagnóstico y Censo ganadero y agrícola
		Acuerdos de conservación con propietarios
		Abrevaderos para el ganado

		Cercado de vertientes
		Aplicación de ordenanza para manejo de ganadería y/o agricultura, y manejo de microcuencas
		Comunicación y Educación Ambiental
		Tecnificación de riego para agricultura en las fincas aledañas a microcuenca de Mataderos
	Proyecto Adquisición de terrenos	Definición, caracterización y valoración de propiedades (Mapas / Ortofotos)
		Gestión y cabildeo ante autoridades y cooperación internacional para acceso a recursos
		Gestión y cabildeo ante propietarios para acuerdos, negociación y compra de terrenos
	Proyecto Centro de Gestión de Residuos Sólidos Mancomunado	Consolidación y fortalecimiento de empresa
		Adquisición de terreno
		Adquisición de equipos y maquinaria
		Comunicación y educación ambiental
		Recolección y tratamiento de los desechos
		Monitoreo de la generación de residuos sólidos
		Determinación y alternativas de recolección, transporte y disposición de residuos sólidos
<b>Sociocultural</b>		Comunicación y difusión (Campaña)

	Proyecto Erradicación de la Violencia intrafamiliar	Asistencia Social a través del GAD
		Operativización del Consejo y Junta Cantonal de protección de Derechos
		Coordinación interinstitucional
		Aplicación de ordenanza de organización
		Conformación de Defensorías Comunitarias
		Conformación de las Rutas de protección de derechos
		Conformación de Consejos Consultivos
	Proyecto Implementación de la DINAPEN en Macará	Definición de acuerdo y firma de convenios GAD – Policía
		Definición, adecuación y equipamiento de oficinas DINAPEN
		Elaboración de Plan de Actividades y rutas de protección de derechos
	Proyecto Casa de Acogimiento en Macará	Definición de acuerdo y firma de convenios GAD – MIES
		Definición, adecuación y equipamiento de Casa de Acogimiento
		Elaboración de Plan de Actividades y rutas de protección de derechos
	Proyecto Apoyo a Grupos de Atención Prioritaria	Diagnósticos – Línea base que evidencien situación de grupos atención prioritaria
		Documentación de casos
		Crear y aplicar ordenanza

		Campañas de difusión
		Asistencia Social
		Coordinación interinstitucional
		Consejo Cantonal de Protección de Derechos (operativizar – crear)
		Capacitación de normativas sobre accesibilidad universal en la plataforma virtual del CONADIS
		Operativizar ordenanza para el manejo del consejo cantonal de Protección de Derechos
		Campaña de difusión para los adultos mayores y discapacitados en el cobro del 50% (ley anciano y discapacidades) Todos los Servicios Básicos, espectáculos públicos.
	Proyecto Implementación de acceso para movilidad de personas con capacidades especiales en la ciudad de Macará	Implementación de ordenanza de espacios públicos con atención a personas con capacidades especiales.
		Construcción de rampas y accesos en espacios públicos y privados acorde a normativas.
		Señalética
		Campaña de difusión y educación para concientización ciudadana.
	Proyecto Adecuación e Implementación de Oficinas para el Consejo Cantonal de Protección de Derechos y Junta	Acceso directo a las oficinas en el municipio (planta baja)
		Adecuación física de oficinas
		Adquisición de equipo y mobiliario

	Cantonal de Protección de Derechos	
	Construcción y adecuación de espacios y alternativas de entretenimiento, deporte, recreación y cultura	Diseño de áreas verdes, recreativas, parques temáticos, senderos, ciclo-vías, canchas de futbol, básquet, vóley, atletismo.
		Planificación presupuestaria para el desarrollo constructivo de cada actividad.
		Adquisición de terrenos
		Coordinación interinstitucional
	Adecuación de la Casa de la Cultura del cantón Macará	Diseño integral de la Casa de Cultura
		Planificación presupuestaria para el desarrollo constructivo de cada actividad.
	Proyecto de Fomento al arte y cultura	Talleres
		Cursos
		Exposiciones
		Eventos
	Proyecto Parque lineal	Diseño integral del área (pista aérea)
		Planificación presupuestaria para el desarrollo constructivo de cada actividad
		Coordinación interinstitucional
	Proyecto para disminuir índices de desnutrición infantil	Línea Base del Ministerio de Salud Pública
		Campañas de difusión

		Asistencia Social	
		Coordinación interinstitucional	
	Proyecto para disminuir los altos índices de migración desde las zonas rurales hacia los urbanos (cabecera cantonal, provincial e internacional).	Iniciativas productivas	
		Campañas de difusión	
		Fomentar procesos de comercialización a través de precio justo	
		Fuentes de empleo sustentable	
	Proyecto para construcción de Unidades Sanitarias Básica (inodoros, lavanderías, agua)	Diseño estándar según requerimientos	
		Planificación presupuestaria para el desarrollo constructivo de cada actividad	
	<b>Económico</b>	Proyecto para elevar la calidad, tecnificación y productividad agropecuaria en el cantón Macará	Aplicación de políticas públicas
			Diversidad de producción limpia / orgánica (no monocultivos)
Campañas de difusión			
Mejoramiento del acceso de créditos			
Coordinación interinstitucional			
Paquetes tecnológicos			
Tiendas de insumos comunitarias			
Capacitación y Asistencia Técnica Integral			
Valor agregado a productos			
Cadena de Comercialización			
Canales de riego y tecnificación			



		Control ingreso productos Perú (competencia desleal)Acuerdos binacionales
		Legalización de tierras
		Fortalecimiento organizaciones
	Fortalecimiento, capacitación y asistencia técnica integral a organizaciones agrícolas	Campañas de difusión
		Asistencia Técnica Integral
		Capacitación
		Manejo de Conflictos
	Proyecto para Mejoramiento y fortalecimiento de la Zona franca de Macará	Control contrabando
		Campañas de difusión
		Actualización / Revisión Acuerdos binacionales
<b>Asentamientos Humanos</b>	Proyecto ampliación de la cobertura de servicio de agua potable a nivel rural y barrios urbanos periféricos	Estudio y Diseño de nuevas redes de servicio
		Planificación presupuestaria para el desarrollo constructivo de cada actividad
		Sistemas de tratamiento de agua potable en barrios rurales
		Mantenimiento, reparación y ampliación de redes de agua en barrios urbanos periféricos
		Cooperación Interinstitucional
		Campañas de difusión
		Actualización de ordenanza de agua potables y mejoramiento de la tarifa

		Elaboración de reglamento
Proyecto de mantenimiento, reparación y ampliación de la cobertura de alcantarillado a nivel urbano y rural		Estudio y Diseño de nuevas redes de servicio
		Mapeo y evaluación de longitudes de la red de alcantarillado
		Planificación presupuestaria para el desarrollo constructivo de cada actividad
		Alcantarillado centros poblados rurales concentrados
		Cooperación Interinstitucional
		Campañas de difusión
	Proyecto para el mejoramiento de la cobertura del servicio de saneamiento ambiental a nivel urbano y rural	
		Planificación presupuestaria para el desarrollo constructivo de cada actividad
		Sistema de tratamiento de aguas servidas / residuales
		Elaboración y aplicación de Ordenanzas
		Cooperación Interinstitucional
		Campañas de difusión
Ampliación de la cobertura del servicio energía eléctrica a nivel de barrios urbanos periféricos y rurales		Estudio y Diseño de ampliación y mejoramiento de servicio
		Evaluación de servidumbre de longitudes de la red de energía eléctrica
		Cooperación Interinstitucional

		Campañas de difusión
Proyecto de legalización de predios a nivel de barrios urbanos periféricos y rurales.		Actualización del Catastro rural
		Asistencia Técnica Integral
		Coordinación interinstitucional (SIG Tierras)
		Campañas de difusión
		Manejo de Conflictos
		Mejoramiento acceso a crédito
Proyecto de regeneración urbana		Actualización del Catastro urbano
		Campañas de difusión
		Asistencia Técnica Integral
		Coordinación interinstitucional
		Manejo de Conflictos
		Recuperación e Implementación del plan de vivienda
		Cumplimiento de ordenanzas / disposiciones que determinan la construcción y/o mantenimiento a nivel urbano y rural
		Capacitar personal del GAD (Comisaria - Policía Municipal) para la aplicación de la ordenanza
Proyecto para mejoramiento del servicio de salud a nivel urbano y rural		Campañas de difusión
		Coordinación interinstitucional
		Campañas de difusión

	Proyecto para mejoramiento del servicio de educación a nivel urbano y rural	Coordinación interinstitucional
<b>Movilidad, Energía y Conectividad</b>	Proyecto de Ampliación de la cobertura de telefonía fija en área rural	Estudio, Diseño de ampliación de servicio
		Evaluación de servicio de la red de telefonía fija.
		Campañas de difusión
		Coordinación interinstitucional
	Proyecto de Ampliación de la cobertura de telefonía móvil en área rural	Estudio, Diseño de ampliación de servicio
		Evaluación de servicio de la red de telefonía móvil.
		Campañas de difusión
		Coordinación interinstitucional
	Proyecto de Ampliación de la cobertura de internet en área rural	Estudio, Diseño de ampliación de servicio
		Evaluación de servicio de la red de internet
		Campañas de difusión
		Coordinación interinstitucional
	Proyecto de alumbrado público en los sectores, urbanos periférico y rurales	Estudio, Diseño de ampliación de servicio
		Planificación presupuestaria para el desarrollo constructivo de cada actividad
		Campañas de difusión

		Coordinación interinstitucional
		Gestión / liderazgo del GAD en zona rurales
	Proyecto de mantenimiento vial a los barrios rurales y urbanos periféricos.	Estudio de factibilidad y diseño de ampliación de servicio
		Planificación presupuestaria para el desarrollo constructivo de cada actividad
		Convenios interinstitucionales
		Adquisición vehículos, equipo y maquinaria
		Mingas
		Plan vial
		Creación de nuevas rutas de transporte público/privado formal hacia los barrios rurales y parroquias del cantón.
	Planificación presupuestaria para el desarrollo constructivo de cada actividad	
	Control vial	
	Campañas de difusión	
	Coordinación interinstitucional	
	Capacitación	
	Asistencia Técnica Integral	
<b>Político Institucional y Participación Ciudadana</b>	Fortalecimiento en la estructuración de las organizaciones sociales existentes.	Coordinación interinstitucional
		Capacitación
		Asistencia Técnica Integral

		Manejo de Conflictos
	Fomentar a la población del cantón Macará en los procesos de Participación Ciudadana y Planificación.	Campañas de difusión
		Coordinación interinstitucional
		Capacitación
		Asistencia Técnica Integral
		Manejo de Conflictos
	Proyecto de Socialización del Manual Interno de Procedimientos y Funciones para los trámites institucionales.	Campañas de difusión
		Coordinación interdepartamental
		Capacitación
		Asistencia Técnica Integral
		Manejo de Conflictos
<b>Riesgo y Amenazas</b>	Proyecto de mitigación y prevención a exposición de movimientos en masa (Parroquia La Victoria)	Estudio Técnico (Falla geológica)
		Reubicación de viviendas
		Campañas de difusión
		Ordenanzas
		Monitoreo y Seguimiento
	Proyecto de mitigación y prevención a inundaciones en los poblados de:  Las Mallas  El Checo  Piedras Blancas  El Coco y Guarapo (área agrícolas - arroceras)	Campañas de difusión
		Ordenanzas
		Monitoreo y Seguimiento
		Estudio Técnico - Ordenamiento Territorial Barrial
		Muros de contención
		Barreras vivas

	Proyecto de mitigación y prevención a exposición a sequías.	Construcción de albardas
		Reforestación – restauración
		Perforación de pozos (agua subterránea) para consumo y riego
	Proyecto de mitigación y prevención del Cambio Climático	Fortalecimiento de los cantones que conforman la mancomunidad Bosque Seco.
		Monitoreo y seguimiento del desarrollo natural del ecosistema mancomunado
		Reforestación con plantas nativas
		Concientización y educación ambiental
		Convenios institucionales
		Reserva de la Biósfera

**Fuente:** Plan de Ordenamiento Territorial Macará 2015

**Elaborado:** Adrian Masache

### 6.1.6 Comunidad Receptora

El Cantón de Macará cuenta con un buen número de organizaciones sociales las mismas que están encargadas de ejercer sus labores de acuerdo al tipo de organización al que pertenezcan ya sea religiosas, deportivas, etc.

Existe siete comités de barrios, cada uno de ellos tiene su presidente elegido por los moradores, para la realización de las diferentes actividades como la elección de reina de barrio y diferentes actividades culturales y sociales.

El comité de desarrollo es un conjunto de personas elegidas para garantizar la participación de los moradores en la gestión y fiscalización de lo que se realiza en el cantón ejecutado por el GAD.

Las cooperativas son organizaciones sociales que se integra por personas que tienen intereses sociales iguales, en este caso Macará cuenta con diversas cooperativas que brindan transporte dentro y fuera del cantón.

En el caso de las organizaciones religiosas realizan actividades como semana santa y romerías, así mismo en todas aquellas que contribuyan a la ayuda de la iglesia.

Finalmente hay 2 clubes cada uno cuenta con una organización y representación. En el cuadro siguiente se detallan los tipos de organizaciones:

**Cuadro. - 17 Tipos de organizaciones**

<b>Tipos De Organizaciones</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Estructura</b>	<b>Lugares</b>
Comité de Barrio	11	Presidente Vicepresidente Tesorero	Parroquias Eloy Alfaro y Macara
Comité de Desarrollo	3	Presidente Vicepresidente Tesorero	Parroquias Eloy Alfaro, Larama y Macara
Cooperativas	4	Presidente Vicepresidente	Parroquia Macará
Organizaciones de Mujeres	1	Represente	Parroquia Macará
Comité de Padres de Familia	1	Representante	Parroquia Macará
Organizaciones Religiosas	2	Representante	Parroquia Macará
Clubes	2	Presidente Vicepresidente Tesorero	Parroquia Macará
Gad Municipal	1	Alcalde Vicealcalde Concejales	Parroquia Macará

**Fuente:** Plan de Ordenamiento Territorial Macará 2015

**Elaborado:** Adrian Masache



**Dentro del cantón Macará se encuentran actividades productivas muy rentables entre ellas se encuentran las siguientes:**

- INEC 2010 establece las actividades que generan el desarrollo económico, productivo del cantón Macará establecido en: La agricultura, la pesca, caza, avicultura, y la ganadería siendo una de las actividades más rentables de la zona obteniendo un porcentaje del 38.6% que beneficia a la población local.
- El comercio al por mayor y menor es otra de las actividades con mayor rentabilidad dentro de la zona obteniendo un porcentaje del 15.4%.
- La Administración pública y defensa es otra de las actividades con mayor rentabilidad que beneficia a la población obteniendo un porcentaje del 9.6%.

El cantón Macará es uno de los lugares con mayor productividad en diferentes sectores que hace que la población se beneficie de diferentes ámbitos tanto económicos como sociales.

De acuerdo a la rama de actividad la población del cantón Macará se dedica principalmente a la Agricultura, Ganadería, Silvicultura y Pesca con 2524 casos que representan el 35.51%, seguido de actividades de Comercio al por mayor y menor con 1007 casos que representan el 14.17% y en tercer lugar actividades de administración Pública y Defensa con 626 casos que representan el 8.81%. En el siguiente cuadro se detalla mejor las principales actividades del cantón:

**Cuadro N.- 18 Principales actividades económicas**

Principales Actividades Vinculadas A La Pea	PEA Por Actividad		Parroquias			
		%	Macará	Larama	La Victoria	Sabiango
Agricultura, Ganadería, Silvicultura y Pesca	2.52	35,51	2.11	128	190	92
Comercio al por mayor y menor	1.01	14,17	843	51	76	37
Administración Pública y Defensa	626	8,81	524	32	47	23
Construcción	434	6,11	364	22	33	16
Trasporte y almacenamiento	396	5,57	332	20	30	14
Enseñanza	345	4,85	289	18	26	13
Industrias Manufactureras	299	4,21	250	15	22	11
No Declarado	292	4,11	245	15	22	11
Trabajador Nuevo	280	3,94	235	14	21	10
Actividades de los hogares como empleadores	179	2,52	150	9	13	7
Actividades de alojamiento y servicio de comidas	170	2,39	142	9	13	6
Actividades de la atención de la Salud Humana	112	1,58	94	6	8	4
Otras actividades de Servicios	105	1,48	88	5	8	4
Actividades Financieras y de Seguros	71	1,00	59	4	5	3

Actividades Profesionales, Científicas y Técnicas	52	0,73	44	3	4	2
Artes, Entretenimiento y Recreación	47	0,66	39	2	4	2
Explotación Minas y Canteras	45	0,63	38	2	3	2
Información y Comunicación	44	0,62	37	2	3	2
Actividades de Servicios Administrativos y de Apoyo	40	0,56	34	2	3	1
Suministro de Electricidad, Gas, Vapor y Aire acondicionado	17	0,24	14	1	1	1
Distribución de Agua, Alcantarillado y Gestión de Deshechos	17	0,24	14	1	1	1
Actividades de Organizaciones y Órganos Extraterritoriales	4	0,06	3	0	0	0
Actividades Inmobiliarias	1	0,01	1	0	0	0
<b>TOTAL</b>	7.107	100	5.95	361	534	259
<b>% PEA POR PARROQUIA</b>			83,7%	5%	7,5%	3,6%

**Fuente:** INEC, CPV 2014

**Elaborado:** Equipo técnico GAD-Macará; Equipo Técnico Mancomunidad Bosque Seco – 2014

### **Problemas sociales**

Macará al ser un cantón fronterizo esta propenso al desarrollo de un alto número de delincuencia y contrabando, violentando de esta manera todo tipo de restricción por parte de las autoridades y en consecuencia de la fácil entrada y salida de personas en la frontera entre Ecuador y Perú, es difícil para la Policía Nacional llevar a cabo un operativo que los lleve a la detención inmediata de las personas que cometen este tipo de delitos.

De la misma manera el cantón cuenta con un alto índice de violencia intrafamiliar, la misma que se ha derivado de varias causas entre ellas; el consumo de drogas, el machismo, la carencia de recursos económicos y también la falta de educación y conciencia sobre los derechos ciudadanos.

El alto índice de migración desde las zonas rurales hacia las urbanas (cabecera cantonal, provincial e internacional), este problema se da por las pocas fuentes de trabajo, el bajo ingreso económico, la falta de nuevas alternativas económicas y programas de incentivos e innovación al sector productivo,

Otro problema se considera la discriminación de grupos de atención prioritaria (niños niñas y adolescentes; adultos mayores, personas con capacidades especiales, personas usuarias y consumidores, personas en movilidad, GLBTI; personas privadas de la libertad, embarazadas, personas con enfermedades catastróficas, jóvenes).

El embarazo precoz es otro problema que aqueja a la comunidad siendo un alto número de casos que se evidencian en la misma, esto se da por la falta de concientización por parte de los jóvenes y esto acarrea a otro problema social como lo es la desnutrición infantil.

#### **6.1.7 Análisis de la Encuesta**

La siguiente encuesta fue realizada al PEA (Población Económicamente Activa) del Cantón Macará Provincia de Loja las cuales fueron 455 encuestas realizadas, tanto a personas de la localidad como a turistas nacionales y extranjeros que se encontraban hospedados en los distintos lugares de alojamiento del cantón.

Esta encuesta tiene como finalidad saber si la PROPUESTA DE TURISMO DE AVENTURA DEPORTE EXTREMO PARAPENTE EN EL CERRO CHUQUI SECTOR LA MANDALÁ EN EL CANTÓN MACARÁ PROVINCIA DE LOJA, tiene factibilidad para ser realizada además acogida por la población y saber su punto de vista acerca de esta propuesta.

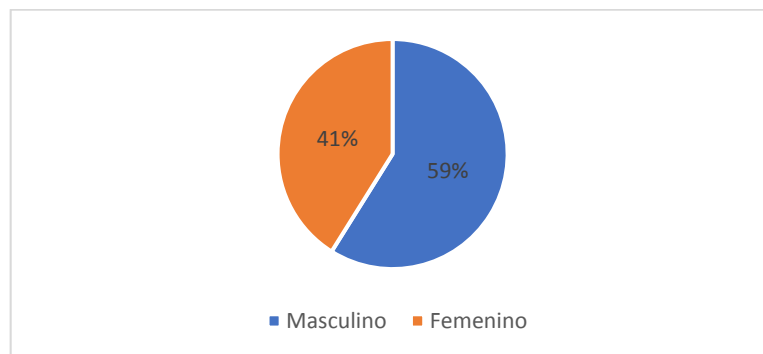
## 1. Genero

**Cuadro N.- 19 Género**

Alternativas	Cantidad	Porcentaje
Masculino	268	58,90%
Femenino	187	41,10%
TOTAL	455	100%

**Fuente:** Encuestas realizadas  
**Elaboración:** Adrian Masache

**Grafico N.- 5 Género**



**Fuente:** Encuestas realizadas  
**Elaboración:** Adrian Masache

### Interpretación

El género del total de personas encuestadas, 268 son hombres que da un porcentaje del 58,90 y 187 fueron mujeres con un porcentaje del 41,10 que da un total del 100%.

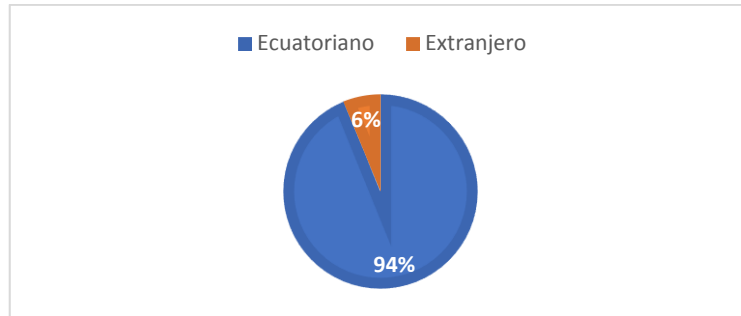
## 2. Nacionalidad

**Cuadro N.- 20 Nacionalidad**

Alternativas	Cantidad	Porcentaje
Ecuatoriana	427	93,85%
Extranjero	28	6,15%
TOTAL	455	100%

**Fuente:** Encuestas realizadas  
**Elaboración:** Adrian Masache

### Grafico N.- 6 Nacionalidad



**Fuente:** Encuestas realizadas  
**Elaboración:** Adrian Masache

#### Interpretación

En Nacionalidad 427 personas encuestadas tienen nacionalidad Ecuatoriana que da un porcentaje del 93,85 y 28 personas fueron de nacionalidad extranjera que da un porcentaje del 6,15 dando un total del 100%.

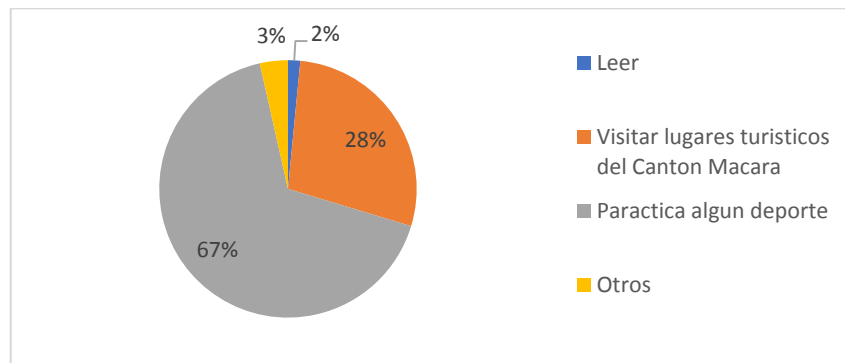
### 3. ¿Qué tipo de actividades le gustaría realizar en su tiempo libre?

#### Cuadro N.- 21 Actividades realizadas en tiempo libre

Alternativas	Cantidad	Porcentaje
Leer	7	1,54%
Visitar lugares turísticos del Cantón Macará	128	28,13%
Practica algún deporte	304	66,81%
Otros	16	3,52%
TOTAL	455	100%

**Fuente:** Encuestas realizadas  
**Elaboración:** Adrian Masache

### Grafico N.- 7 Actividades realizadas en tiempo libre



**Fuente:** Encuestas realizadas  
**Elaboración:** Adrian Masache

## Interpretación

En esta pregunta las actividades que los encuestados desean practicar en un su tiempo libre son en 66.81% realizar algún tipo de deporte, en un 28.13% desean visitar algún lugar turístico del Cantón Macará, un 3.52 señalaron que prefieren realizar otro tipo de actividades, mientras que el 1.54% le gustaría dedicar su tiempo libre en leer.

### 4. ¿Conoce usted que es un deporte extremo?

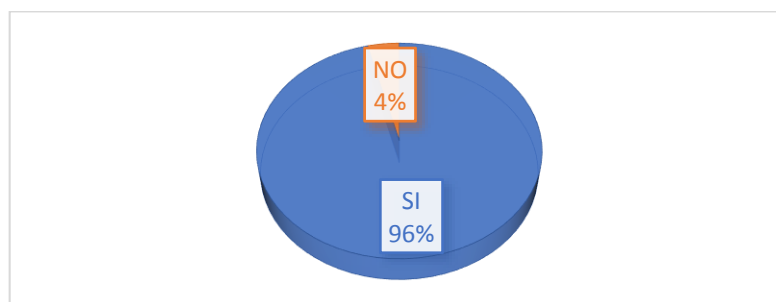
**Cuadro N.- 22 Conoce que es un deporte extremo**

	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
SI	437	96,04%
NO	18	3,96%
TOTAL	455	100%

Fuente: Encuestas realizadas

Elaboración: Adrian Masache

**Grafico N.- 8 Conoce que es el deporte extremo**



Fuente: Encuestas realizadas

Elaboración: Adrian Masache

## Interpretación

De las personas encuestas el 96,04% de los encuestados tienen conocimiento de que es un deporte extremo mientras que el 3,96% no lo tienen.

### 5. ¿Le gustaría practicar algún deporte extremo?

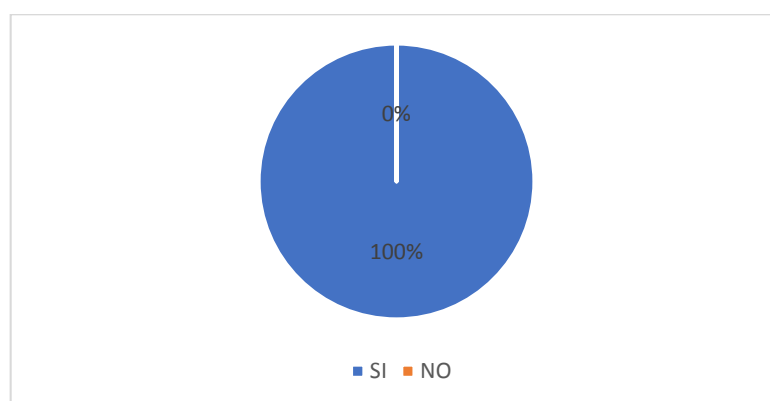
**Cuadro N.- 23 Le gustaría practicar algún tipo de deporte extremo**

Alternativas	Cantidad	Porcentaje
SI	455	100%
NO	0	0
TOTAL	455	100%

Fuente: Encuestas realizadas

Elaboración: Adrian Masache

**Grafico N.- 9 Le gustaría practicar algún tipo de deporte extremo**



Fuente: Encuestas realizadas

Elaboración: Adrian Masache

**Interpretación**

De las personas encuestas el 100% que equivalen a las 455 encuestas realizadas les gustaría practicar algún tipo de deporte extremo.

**6. ¿Conoce que es un Parapente, o de que se trata este deporte extremo?**

**Cuadro N.- 24 Conocimiento acerca del deporte extremo parapente**

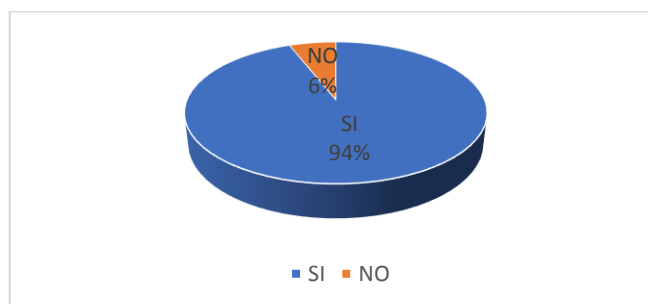
Alternativas	Cantidad	Porcentaje
SI	428	94,07%
NO	27	5,93%
TOTAL	455	100%

Fuente: Encuestas realizadas

Elaboración: Adrian Masache



### Grafico N.- 10 Conocimiento acerca del deporte extremo parapente



Fuente: Encuestas realizadas

Elaboración: Adrian Masache

### Interpretación

El 94,07% (428) de las personas encuestadas señalaron que tienen conocimiento acerca del deporte extremo parapente, el 5.93% (27) personas encuestadas no tienen conocimiento de este deporte.

### 7. ¿Qué tipo de deporte extremo Ud. ha practicado?

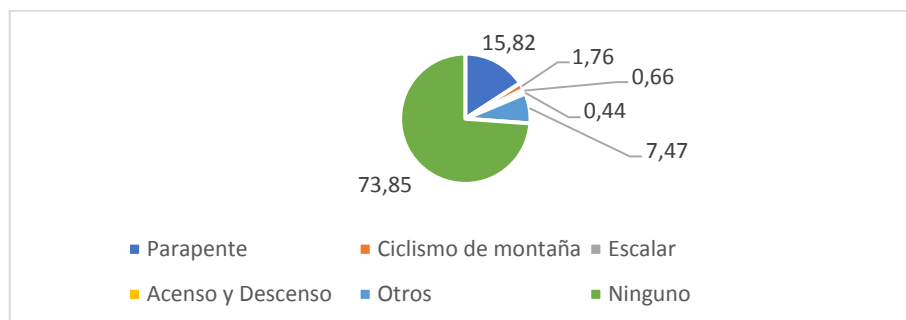
#### Cuadro N.- 25 Deporte extremo practicado

Alternativas	Cantidad	Porcentaje
Parapente	72	15,82%
Ciclismo de montaña	8	1,76%
Escalar	3	0,66%
Acenso y Descenso	2	0,44%
Otros	34	7,47%
Ninguno	336	73,85%
TOTAL	455	100%

Fuente: Encuestas realizadas

Elaboración: Adrian Masache

### Grafico N.- 11 Deporte extremo practicado



Fuente: Encuestas realizadas

Elaboración: Adrian Masache

## Interpretación

De las personas encuestas el 73,85% no practica ningún tipo de deporte extremo, el 15,82% practican el parapente, el 7,47% practican otro tipo de deporte extremo, el 1,76% practican el ciclismo de montaña, el 0,66% realizan el deporte extremo de escalar, mientras que el 0,44% realizan el acenso y descenso de montaña.

### 8. ¿Cuándo Ud. Realiza algún deporte, que tiempo le dedica a practicarlo?

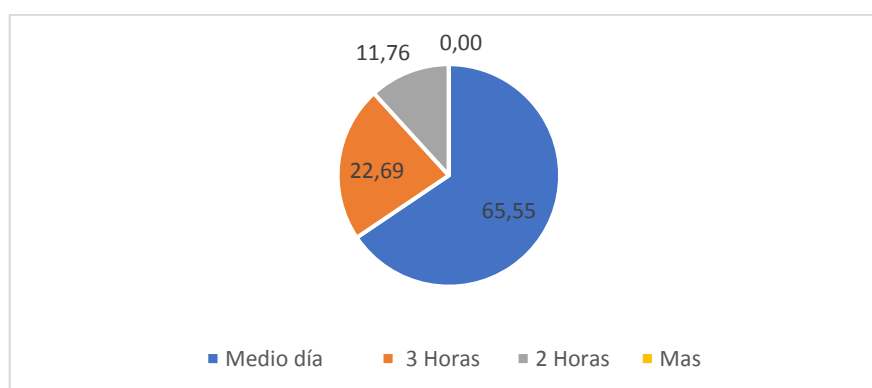
**Cuadro N.- 26 Tiempo que dedica a practicar el deporte extremo**

Alternativas	Cantidad	Porcentaje
Medio día	78	65,55%
3 Horas	27	22,69%
2 Horas	14	11,76%
Mas	0	0,00%
TOTAL	119	100%

Fuente: Encuestas realizadas

Elaboración: Adrian Masache

**Grafico N.- 12 Tiempo que dedica a practicar el deporte extremo**



Fuente: Encuestas realizadas

Elaboración: Adrian Masache

## Interpretación

El 65,55% de las personas encuestas dedican medio día de su tiempo en práctica el deporte extremo, el 22,69% practican el deporte extremo 3 horas de su día mientras que el 11,76% lo practican 2 horas.

**9. ¿En caso de existir el deporte extremo Parapente en el cantón Macará, usted realizaría el mismo?**

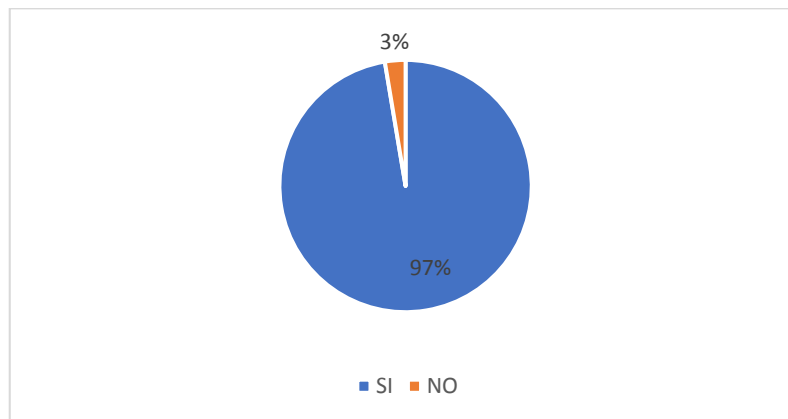
**Cuadro N.- 27 Realizaría el deporte extremo parapente**

Alternativas	Cantidad	Porcentaje
SI	443	97,36%
NO	12	2,64%
TOTAL	455	100%

**Fuente:** encuestas realizadas

**Elaboración:** Adrian Masache

**Grafico N.- 13 Realizaría el deporte extremo parapente**



**Fuente:** Encuestas realizadas

**Elaboración:** Adrian Masache

**Interpretación**

El 97,36% de las personas encuestadas si estarían dispuestas a practicar el deporte extremo parapente en el cantón Macará, mientras que el 2,64% no estaría dispuesto a realizar este deporte en caso que se lo implementara.

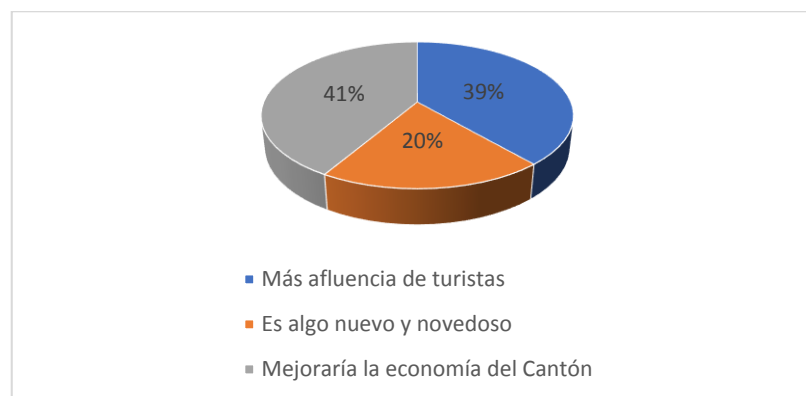
**10 ¿Por qué razón le gustaría que se implemente este servicio de deporte extremo en Macará?**

**Cuadro N.- 28 Razón por la que le gustaría que se implemente este deporte**

<b>Alternativas</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Más afluencia de turistas	176	38,68%
Es algo nuevo y novedoso	90	19,78%
Mejoraría la economía del Cantón	189	41,54%
TOTAL	455	100%

**Fuente:** Encuestas realizadas  
**Elaboración:** Adrian Masache

**Grafico N.- 14 Razón por la que le gustaría que se implemente este deporte**



**Fuente:** Encuestas realizadas  
**Elaboración:** Adrian Masache

**Interpretación**

De los encuestados el 41,54% de los encuestados señalaron que les gustaría que se implemente el deporte extremo parapente debido mejoraría la economía del cantón, el 38,68% desean que se implemente para que

haya más afluencia de turistas, mientras que el 19,78% opino que implementar este deporte extremo sería algo nuevo y novedoso.

### 11. ¿Cuánto es su ingreso mensual?

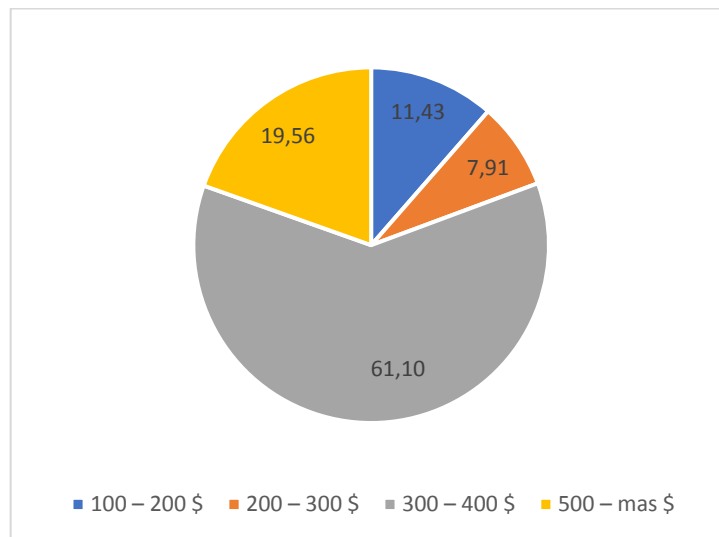
**Cuadro N.- 29 Nivel de ingreso**

Alternativas	Cantidad	Porcentaje
100 – 200 \$	52	11,43%
200 – 300 \$	36	7,91%
300 – 400 \$	278	61,10%
500 – mas \$	89	19,56%
TOTAL	455	100%

**Fuente:** Encuestas realizadas

**Elaboración:** Adrian Masache

**Grafico N.- 15 Nivel de ingreso**



**Fuente:** encuestas realizadas

**Elaboración:** Adrian Masache

### interpretación

El 61,10% de los encuestados tienen un ingreso entre los 300 y 400 dólares, el 19,56% tiene un ingreso igual o mayor a 500 dólares, el 11,43%

tienen un ingreso entre los 100 y 200 dólares, mientras el 7,91% de los encuestados sus ingresos son entre los 200 y 300 dólares.

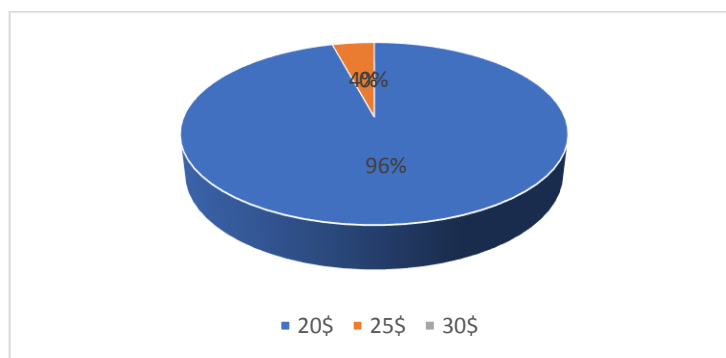
**12. ¿Cuánto estaría Ud. dispuesto a pagar por el servicio de este deporte extremo parapente?**

**Cuadro N.- 30 Valor dispuesto a pagar**

Alternativas	Cantidad	Porcentaje
20\$	436	95,82%
25\$	19	4,18%
30\$	0	0,00%
TOTAL	455	100%

**Fuente:** Encuestas realizadas  
**Elaboración:** Adrian Masache

**Grafico N.- 16 Valor dispuesto a pagar**



**Fuente:** Encuestas realizadas  
**Elaboración:** Adrian Masache

**interpretación**

El 95,82% de los encuestados están dispuestos a pagar el valor de 20 dólares por el servicio del deporte extremo parapente, mientras que el 4,18% están dispuestos a pagar el valor de 25 dólares.

**13. ¿Por qué medios de comunicación le gustaría que se dé a conocer el deporte extremo Parapente en Macará?**

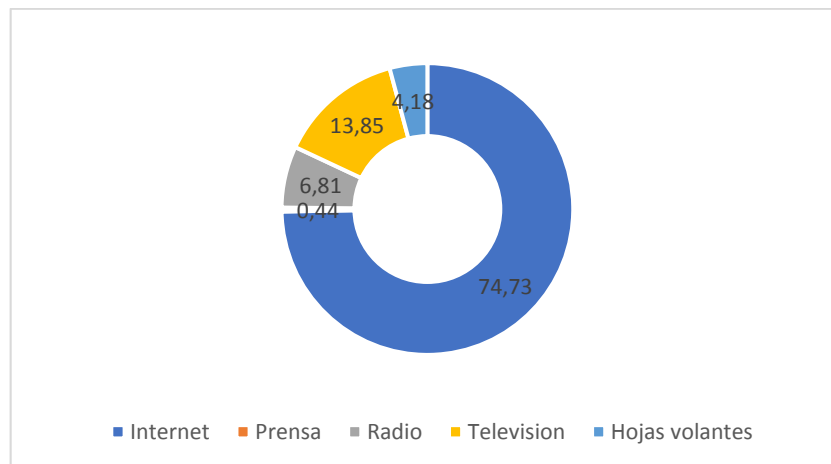
**Cuadro N.- 31 Medio de comunicación donde le gustaría que se dé a conocer este deporte**

Alternativas	Cantidad	Porcentaje
Internet	340	74,73%
Prensa	2	0,44%
Radio	31	6,81%
Televisión	63	13,85%
Hojas volantes	19	4,18%
TOTAL	455	100%

Fuente: Encuestas realizadas

Elaboración: Adrian Masache

**Grafico N.- 17 Medio de comunicación donde le gustaría que se dé a conocer este deporte**



Fuente: Encuestas realizadas

Elaboración: Adrian Masache

### Interpretación

El 74,73% de los encuestados les gustaría que se diera a conocer acerca de este deporte extremo por medio del internet, el 13,85% prefieren que se dé a conocer por medio de la televisión local, el 6,81% optan por que se diera a conocer este deporte por medio de la radio, el 4,18% prefieren que

se a conocer por medio de hojas volantes y mientras que el 0,44% escogieron la prensa.

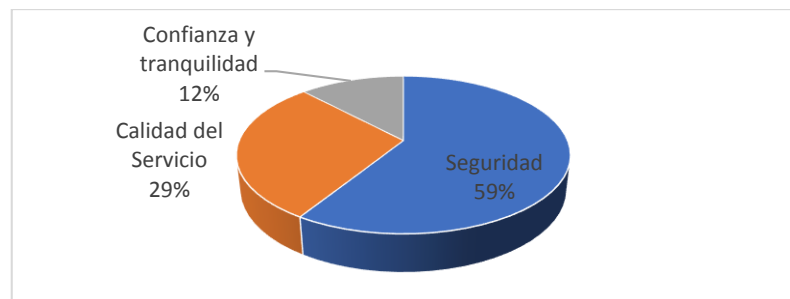
**1. ¿En caso de existir este deporte extremo Parapente en el cantón Macará, que tomaría usted en cuenta?**

**Cuadro N.- 32 Aspectos a considerar para la implementación del deporte extremo parapente**

	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Seguridad	268	58,90%
Calidad del Servicio	132	29,01%
Confianza y tranquilidad	55	12,09%
TOTAL	455	100%

**Fuente:** Encuestas realizadas  
**Elaboración:** Adrian Masache

**Grafico N.- 18 Aspectos a considerar para la implementación del deporte extremo parapente**



**Fuente:** Encuestas realizadas  
**Elaboración:** Adrian Masache

**Interpretación**

De los encuestados el 58,90% de los encuestados consideran que la seguridad es un aspecto importante para la implementación de este deporte, el 29,01% de los encuestados señalaron que la calidad del servicio se debería tomar en cuenta para implementar este deporte, mientras que el 12,09% consideran que la confianza y la tranquilidad es un aspecto a considerar para implementar este deporte.



### **6.1.8 Análisis de la Entrevista**

La entrevista fue directamente realizada al Ing. Diego Villareal quien tiene el cargo de Jefe departamental de Turismo en Macará, persona la cual está al tanto de las festividades y todo lo relacionado al ámbito turístico que se da en el cantón.

Fueron preguntas sencillas pero concretas que me ayudará a realizar un análisis sobre mi PROPUESTA DE DEPORTES DE AVENTURA DEPORTE EXTREMO PARAPENTE EN EL CERRO CHUQUI SECTOR LA MANDALÁ DEL CANTÓN MACARÁ PROVINCIA DE LOJA.

#### **¿Cómo considera usted el desarrollo turístico de la localidad?**

El desarrollo del turismo en nuestro Cantón es un poco limitado ya que hace falta el mejoramiento de los servicios básicos, mejorar las vías de acceso hacia algunos atractivos que no se encuentran en buen estado a lo que conlleva que nuestro turismo no se desarrolle en su totalidad.

#### **Según su criterio ¿cuáles son las necesidades turísticas de la localidad?**

- Senderos
- Mantenimiento de los lugares donde se encuentran los atractivos
- Promocionarlos a los balnearios en temporadas de carnaval para atraer turistas
- Señalización para llegar a ellos
- Desarrollo otros tipos de turismo, podría ser Turismo de Aventura que sea algo novedoso que atraiga la atención de turistas nacionales como extranjeros.

#### **Según su punto de vista ¿Cuáles cree usted que son los atractivos turísticos que más visitan los turistas al momento de llegar a Macará?**

Los más visitados en Macará son los balnearios como lo es Fondos Azules que son piscinas naturales formadas en roca, la lajilla otro balneario que es muy visitado por turistas últimamente fue regenerado su infraestructura para dar mayor comodidad a los turistas que nos visiten, y personas de aquí mismo del Cantón.

**Cree usted ¿Qué los atractivos cuentan con las condiciones necesarias para ser visitados por los turistas?**

En Algunos atractivos todavía no, ya que para acceder o llegar a estos lugares hace falta señalización, senderos e infraestructura de los mismos.

**¿Cree usted que el desarrollo de una propuesta de turismo de aventura deporte extremo parapente ayudaría a fortalecer el desarrollo turístico de Macará?**

Si por que el parapente ya fue practicado en Macará hace algunos años y fue un evento binacional de gran éxito, fue algo nuevo y novedoso que se realizaba en nuestro Cantón llamando así la atención de todos, y si ayudaría a fortalecer nuestro turismo y sería un buen producto turístico que ofrecer.

Una vez realizada y terminada esta encuesta hemos llegado a la conclusión que el Cantón Macará en especial sus atractivos turísticos no cuentan con toda la infraestructura turística para que en ellos se pueda realizar un turismo al 100 %, y que una PROPUESTA DE TURISMO DE AVENTURA DEPORTE EXTREMO: PARAPENTE, EN EL CERRO CHUQUI SECTOR LA MANDALÁ DEL CANTÓN MACARÁ PROVINCIA DE LOJA, sería una excelente propuesta para el fortalecimiento del Turismo ya que fue un festival de gran éxito y muy bien acogido por los habitantes del mismo, siendo esta propuesta una ayuda inmediata para que Macará sea la atracción de Turistas nacionales como extranjeros que gusten del deporte de aventura en este caso el Parapente y vengan a practicarlo llevándose una gran experiencia y beneficiando económicamente a Macará.

**Cuadro N.- 33 Ficha de Jerarquización de Atractivos de Macará**


<b>Nombre del atractivo</b>	<b>Categoría</b>	<b>Tipo</b>	<b>Sub Tipo</b>	<b>Jerarquía</b>
Iglesia Matriz	Manifestación cultural	Arquitectura	Otras manifestaciones sociales	II
Parque Altar Patrio	Manifestación cultural	Arquitectura	Espacio público	II
Parque de la Madre	Manifestación cultural	Arquitectura	Espacio público	II
Aeropuerto José María Velasco Ibarra	Manifestación cultural	Arquitectura	Espacio público	II
El Resbaloncito	Sitio Natural	Río	Cascada	I
Cerro Chuqui	Atractivos Naturales	Montañas	Alta Montaña	I

**Fuente:** Levantamiento de Información y jerarquización de atractivos según el Mintur

**Elaboración:** Adrian Masache

## 6.1.9 Fichas de Resumen de Atractivos Turísticos

**Cuadro N. 34 Atractivo iglesia matriz**

<b>NOMBRE DEL ATRACTIVO:</b>		<b>JERARQUÍA:</b>
Iglesia Matriz		II
<b>CATEGORÍA:</b>	<b>TIPO:</b>	<b>SUBTIPO:</b>
Manifestación Cultural	Arquitectura	Otras Manifestaciones Sociales
<b>PROVINCIA:</b>	<b>CANTÓN:</b>	<b>LOCALIDAD:</b>
Loja	Macará	Parroquia Macará
<p align="center"><b>Figura 1 Iglesia Matriz</b></p> 		<p><b>Ubicación:</b></p> <p>PROVINCIA: Loja -CANTÓN: Macara LOCALIDAD: Parroquia Macara</p> <p>CALLE: Juvenal Jaramillo NÚMERO: S/N-TRANSVERSAL: Camilo Ponce</p> <p><b>Ubicación Geográfica:</b></p> <p><b>Latitud:</b> -4.379052° <b>Longitud:</b> -79.942817° <b>Altura:</b> 457 msnm</p>
<p><b>Características:</b></p> <p>La Fachada de la Iglesia Matriz es estilo gótico con rosetón en el frente, tiene un ancho de 15 metros por 45 m de largo, 3 naves con arcos de medio punto, fustes pegados a la pared lisos (Corresponde al cuerpo principal o básico de las columnas utilizadas en muchos de los edificios desde la época egipcia hasta el neoclásico del siglo XIX.). En su interior artesanado de madera y cada nave en su interior separada por arcos de medio punto.</p>		
<p><b>Recomendaciones</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Llevar cámara fotográfica</li> <li>• Realizar la visita dentro del templo en completo silencio</li> <li>• Tener precaución al tomar las fotografías ya que algunas pinturas son sensibles a la luz del flash.</li> <li>• Dentro del templo permanecer en grupos pequeños.</li> </ul>		
<p><b>Actividades Turísticas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Fotografía</li> <li>- Observación de pinturas - Recorridos individuales</li> </ul>		

**Fuente:** Observación directa

**Elaboración:** Adrian Masache

### Cuadro N. 35 Atractivo parque altar patrio

NOMBRE DEL ATRACTIVO:		JERARQUÍA:
Parque Altar Patrio		II
CATEGORÍA:	TIPO:	SUBTIPO:
Manifestación Cultural	Arquitectura	Espacio Público
PROVINCIA:	CANTÓN:	LOCALIDAD:
Loja	Macará	Parroquia Macará
<b>Figura 2</b> Parque Altar Patrio 		<b>Ubicación:</b> PROVINCIA: Loja -CANTÓN: Macara LOCALIDAD: Parroquia Macara  CALLE: Carlos Román NÚMERO: S/N -TRANSVERSAL: Juvenal Jaramillo  <b>Ubicación Geográfica:</b>  <b>Latitud:</b> -4.379175°  <b>Longitud:</b> -79.942440  <b>Altura:</b> 456 msnm
<b>Características:</b> El parque Altar Patrio tiene una longitud de 2321.87 m <sup>2</sup> , a su vez cuenta con 7 astas con la bandera tricolor al centro, el alto del altar es de tres metros y medio desde el suelo y 2 m de ancho por 16 m de largo el monumento patrio, este parque sirve de escenario para realizar eventos que son Organizados por el GAD Municipal de Macará.		
<b>Recomendaciones:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Es necesario tener conocimiento de las fechas de las diferentes actividades que se realizan dentro del parque ya que las fechas en las que más se realizan las mismas es por fechas cívicas.</li> </ul>		
<b>Actividades Turísticas:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fotografía</li> <li>• Observación de exposiciones</li> <li>• Recorridos</li> <li>• Recorridos individuales</li> </ul>		

**Fuente:** Observación directa

**Elaboración:** Adrian Masache


### Cuadro N.- 36 Atractivo parque de la madre

<b>NOMBRE DEL ATRACTIVO:</b>		<b>JERARQUÍA:</b>
Parque de la Madre		II
<b>CATEGORÍA:</b>	<b>TIPO:</b>	<b>SUBTIPO:</b>
Manifestación Cultural	Arquitectura	Espacio Publico
<b>PROVINCIA:</b>	<b>CANTÓN:</b>	<b>LOCALIDAD:</b>
Loja	Macará	Parroquia Macará
<p style="text-align: center;"><b>Figura 3</b> Parque de la Madre</p> 		<p><b>Ubicación:</b>                  PROVINCIA: Loja -CANTÓN: Macara                  LOCALIDAD: Parroquia Macara</p> <p>CALLE: Carretera Panamericana                  NÚMERO: S/N -TRANSVERSAL:                  Juvenal Jaramillo.</p> <p><b>Ubicación Geográfica:</b></p> <p><b>Latitud:</b> -4.373762°</p> <p><b>Longitud:</b> -79.941136°</p> <p><b>Altura:</b> 461 msnm</p>
<p><b>Características:</b>                  El parque de la Madre resalta en el mismo la espiga de arroz ya que Macará es un cantón reconocido por la producción y venta de arroz a su vez tiene un monumento en honor a la Madre, tiene una pileta de agua, áreas verdes e iluminación Ornamental</p>		
<p><b>Recomendaciones:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Llevar cámara fotográfica</li> <li>• Cuidar la pileta no arrojando desechos a la misma</li> <li>• No pisar las áreas verdes</li> <li>• Depositar la basura a los depósitos que están en el parque</li> </ul>		
<p><b>Actividades Turísticas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fotografía</li> <li>• Recorridos individuales</li> </ul>		

**Fuente:** Observación directa

**Elaboración:** Adrian Masache


### Cuadro N.- 37 Atractivo aeropuerto José María Velasco Ibarra

<b>NOMBRE DEL ATRACTIVO:</b>		<b>JERARQUÍA:</b>
Aeropuerto José María Velasco Ibarra		II
<b>CATEGORÍA:</b>	<b>TIPO:</b>	<b>SUBTIPO:</b>
Manifestación Cultural	Arquitectura	Espacio Publico
<b>PROVINCIA:</b>	<b>CANTÓN:</b>	<b>LOCALIDAD:</b>
Loja	Macará	Parroquia Macará
<p><b>Figura 4</b> Aeropuerto José María Velasco Ibarra</p> 		<p><b>Ubicación:</b>          PROVINCIA: Loja -CANTÓN: Macara          LOCALIDAD: Parroquia General Eloy Alfaro</p> <p>CALLE: Av. Jaime Roldos          NÚMERO: S/N -TRANSVERSAL:          Amazonas</p> <p><b>Ubicación Geográfica:</b></p> <p><b>Latitud:</b> -4.379193°  <b>Longitud:</b> -79.941482°  <b>Altura:</b> 453 msnm</p>
<p><b>Características:</b>          Este ex Aeropuerto lleva su nombre en honor al presidente electo 5 veces, José María Velasco Ibarra, tiene un kilómetro de longitud de distancia el primer avión en llegar a este aeropuerto fue en el año 1947, sirve actualmente para hacer deporte (trotar, correr, canchas de voly y futbol) además en el mes de agosto sirve como pista para el Rally Interprovincial y de pista de aterrizaje para el deporte extremo Parapente.</p>		
<p><b>Recomendaciones:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Llevar cámara fotográfica</li> <li>• Evitar transitarlo en las noches por su seguridad ya que no tiene alumbrado y tiende a ser peligroso.</li> <li>• No arrojar basura dentro del mismo.</li> <li>• Evitar prender fuego en los costados de la pista del aeropuerto.</li> </ul>		
<p><b>Actividades Turísticas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fotografía</li> <li>• Recorridos individuales</li> </ul>		

**Fuente:** Observación directa

**Elaboración:** Adrian Masache

### Cuadro N.- 38 Atractivo el resbaloncito

<b>NOMBRE DEL ATRACTIVO:</b>		<b>JERARQUÍA:</b>
El Resbaloncito		<b>I</b>
<b>CATEGORÍA:</b>	<b>TIPO:</b>	<b>SUBTIPO:</b>
Sitio Natural	Rio	Cascada
<b>PROVINCIA:</b>	<b>CANTÓN:</b>	<b>LOCALIDAD:</b>
Loja	Macará	Mandalá
<p style="text-align: center;"><b>Figura 5 El resbalón</b></p> 		<p><b>Ubicación:</b>                  PROVINCIA: Loja -CANTÓN: Macara                  LOCALIDAD: Mandala                   CALLE: Vía a Catacocha                  NÚMERO:S/N -TRANSVERSAL: -   <b>Ubicación Geográfica:</b>   <b>Latitud:</b> -4.338915°   <b>Longitud:</b> -79.924313°   <b>Altura:</b> 764 msnm</p>
<p><b>Características:</b></p> <p>El balneario el resbaloncito consta de una resbaladera de seis metros de largo y 40 % de declive, la misma que tiene un ancho de tres metros de piedra maciza y termina en un pequeño riachuelo al finalizar la caída de agua.</p>		
<p><b>Recomendaciones:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Al visitar el resbalón es recomendable llevar cámaras fotográficas en perfecto estado para fotografiar.</li> <li>Mantener cuidado en los más pequeños como son los niños ya que la condición del entorno es peligrosa y puede suceder una caída.</li> <li>Zapatos cómodos para mejor traslado.</li> </ul>		
<p><b>Actividades Turísticas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Fotografías</li> <li>Caminatas</li> </ul>		

**Fuente:** Observación directa

**Elaboración:** Adrian Masache



### Cuadro N.- 39 Atractivo cerro chuqui

<b>NOMBRE DEL ATRACTIVO:</b>		<b>JERARQUÍA:</b>
Cerro Chuqui		I
<b>CATEGORÍA:</b>	<b>TIPO:</b>	<b>SUBTIPO:</b>
Atractivos Naturales	Montañas	Alta Montaña
<b>PROVINCIA:</b>	<b>CANTÓN:</b>	<b>LOCALIDAD:</b>
Loja	Macará	Parroquia Macará
<p><b>Figura 6 Cerro Chuqui</b></p> 		<p><b>Ubicación:</b>                  PROVINCIA: Loja -CANTÓN: Macara                  LOCALIDAD: Parroquia Macara</p> <p>CALLE: S/N    NÚMERO: S/N    -                  TRANSVERSAL: S/N</p> <p><b>Ubicación Geográfica:</b></p> <p><b>Latitud:</b> -4.315451°</p> <p><b>Longitud:</b> -79.892952°</p> <p><b>Altura:</b> 1952 msnm</p>
<p><b>Características:</b>                  Este Cerro se encuentra ubicado en el Barrio Rural Chuqui que lleva su nombre en honor al barrio, una altura de 2073 msnm, desde aquí se realiza el deporte extremo parapente hacia Macará parte Urbana, cuenta con áreas verdes que la mayor parte sirven para la alimentación de animales y otra parte para sembrío por parte de la gente del barrio.</p>		
<p><b>Recomendaciones:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Llevar cámara fotográfica</li> <li>• Llevar ropa adecuada para clima húmedo</li> <li>• No prender fuego por que se podría causar un incendio forestal</li> <li>• No arrojar basura</li> </ul>		
<p><b>Actividades Turísticas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fotografía</li> <li>• Recorridos individuales</li> <li>• Deporte extremo Parapente</li> </ul>		

**Fuente:** Observación directa

**Elaboración:** Adrian Masache

### Cuadro N. 40 Matriz FODA

**TEMA: PROPUESTA DE TURISMO DE AVENTURA DEPORTE  
EXTREMO: PARAPENTE, EN EL CERRO CHUQUI SECTOR LA  
MANDALÁ DEL CANTÓN MACARÁ PROVINCIA DE LOJA**

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. El cantón Macará cuenta con atractivos turísticos naturales de gran potencial.</li> <li>2. Ofrece una alternativa turística no masificada y poco saturada.</li> <li>3. Valioso poder de atracción de turistas.</li> <li>4. El atractivo Turístico se encuentra en buen estado.</li> <li>5. Este deporte extremo como lo es el Parapente ya fue practicado y fue un festival de gran éxito.</li> <li>6. Existencia de demanda por realizar el deporte del parapente.</li> <li>7. Es un Cantón Fronterizo.</li> <li>8. Estacionalidad del clima para el deporte de Parapente.</li> <li>9. El clima y la velocidad de los vientos en verano es oportuno para realizar Parapente.</li> <li>10. El cerro Chuqui está cerca de la cabecera cantonal de Macará.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Priorizar al cantón Macará como sede principal y potencial turístico para realizar turismo de aventura en la provincia.</li> <li>2. Nuevas Fuentes de trabajo para personas especializadas en Deportes de Aventura.</li> <li>3. La demanda de los turistas abren nuevos mercados para que el cantón Macará ofrezca sus atractivos turísticos como también el servicio para el disfrute del visitante.</li> <li>4. Ya hubo Campeonatos Binacionales de este deporte de aventura.</li> <li>5. No tiene competencia en los productos de deporte de aventura. competidores a nivel local.</li> </ol>
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Falta de promoción y difusión de los atractivos turísticos naturales y culturales en el cantón.</li> <li>2. Deficiente infraestructura turística en los atractivos:</li> <li>3. Limitados Servicios básicos.</li> <li>4. No existe señalética turística que identifique a cada uno de los atractivos.</li> <li>5. Falta de venta de paquetes donde esté incluido el deporte de aventura para que se realice esta actividad.</li> <li>6. Este deporte solo es practicado una vez al año.</li> <li>7. Falta de educación y cultura en la población en el ámbito turístico.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Amenazas de carácter natural, vía deteriorada en su mayoría para llegar al atractivo en temporada invernal.</li> <li>2. Escasa existencia de productos turísticos sobre turismo de aventura desarrollados en Macará.</li> <li>3. Falta de coordinación de las instituciones vinculadas al turismo para que la población pueda saber que en Macará se puede desarrollar turismo de aventura.</li> <li>4. No existe señalización vial para llegar al Barrio Chuqui donde se encuentra ubicado el cerro.</li> <li>5. Inestabilidad política y económica.</li> <li>6. No existe apoyo de instituciones ligadas al turismo.</li> </ol>

**Cuadro N.- 41 Matriz de Estrategias**

		FORTALEZAS		DEBILIDADES	
		Factores Internos		Factores Externos	
		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. El cantón Macará cuenta con atractivos turísticos naturales de gran potencial.</li> <li>2. Ofrece una alternativa turística no masificada y poco saturada.</li> <li>3. Valioso poder de atracción de turistas.</li> <li>4. El atractivo Turístico se encuentra en buen estado.</li> <li>5. Este Deporte extremo como lo es el Parapente ya fue practicado y fue un festival de gran éxito.</li> <li>6. Existencia de demanda por realizar el deporte del parapente.</li> <li>7. Es un Cantón Fronterizo.</li> <li>8. Estacionalidad del clima para el deporte de Parapente.</li> <li>9. El clima y la velocidad de los vientos en verano es oportuno para realizar Parapente.</li> <li>10. El cerro Chuqui está cerca de la cabecera cantonal de Macará.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Falta de promoción y difusión de los atractivos turísticos naturales y culturales en el cantón.</li> <li>2. Deficiente infraestructura turística en los atractivos:</li> <li>3. Limitados Servicios básicos.</li> <li>4. No existe señalética turística que identifique a cada uno de los atractivos.</li> <li>5. Falta de venta de paquetes donde esté incluido el deporte de aventura para que se realice esta actividad.</li> <li>6. Este deporte solo es practicado una vez al año.</li> <li>7. Falta de educación y cultura en la población en el ámbito turístico.</li> </ol>		
OPORTUNIDADES		ESTRATEGIA FO		ESTRATEGIA DO	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>Priorizar al cantón Macará como sede principal y potencial turístico para realizar turismo de aventura en la provincia.</b></li> <li>2. <b>Nuevas Fuentes de trabajo para personas especializadas en Deportes de Aventura.</b></li> <li>3. <b>La Demanda de los turistas abren nuevos mercados para que el cantón Macará ofrezca sus atractivos turísticos como también el servicio para el disfrute del visitante.</b></li> <li>4.</li> <li>5. <b>Ya hubo Campeonatos Binacionales de este deporte de aventura.</b></li> <li>6. <b>No tiene competencia en los productos de deporte de aventura. competidores a nivel local.</b></li> </ol>		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Plantear una propuesta de turismo de Aventura en el cerro chuqui sector la Mandalá del cantón Macará Provincia de Loja. (F2,F3,F4,F5,O1.)</li> </ol>		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Proponer un manual de turismo de aventura deporte extremo parapente que se oferte en el cantón Macará ( D1, D2, O4, O5)</li> </ol>	

AMENAZAS	ESTRATEGIAS FA	ESTRATEGIAS DA
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>Amenazas de carácter natural, vía deteriorada en su mayoría para llegar al atractivo en temporada invernal.</b></li> <li>2. <b>Escasa existencia de productos turísticos sobre turismo de aventura desarrollados en Macará.</b></li> <li>3. <b>Falta de coordinación de las instituciones vinculadas al turismo para que la población pueda saber que en Macará se puede desarrollar turismo de aventura.</b></li> <li>4. <b>No existe señalización vial para llegar al Barrio Chuqui donde se encuentra ubicado el cerro.</b></li> <li>5. <b>Inestabilidad política y económica.</b></li> <li>6. <b>No existe apoyo de instituciones ligadas al turismo</b></li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Proponer la señalética, como ayuda o guía para el turista que desee llegar al cerro chuqui para realizar parapente. (A1, F2)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Diseñar la propuesta para realizar turismo de aventura Parapente (D1, D2, A3)</li> <li>2. Socializar la Propuesta de turismo de aventura Parapente a las principales autoridades del GAD Municipal del cantón Macará. (D2,D3,D4,A5)</li> </ol>

## **6.2 Cumplimiento del segundo objetivo: Elaborar la propuesta de turismo de aventura deporte extremo parapente en el cerro Chuqui Sector la Mandalá del Cantón Macará Provincia de Loja.**

Una vez obtenidos los resultados del diagnóstico turístico, con la ayuda de la encuesta, la entrevista, la observación directa, matriz foda y matriz de estrategias se pudo determinar las principales necesidades turísticas como: la escasa promoción turística y difusión del cantón Macará como falta de información acerca de los principales atractivos para lo cual se ha planteado las siguientes estrategias que van encaminadas principalmente para poder alcanzar una propuesta de gran nivel acerca del turismo de aventura sobre todo el parapente que se desarrollara en el cantón Macará.

**Estrategia N. 1:** Plantear una propuesta de turismo de Aventura en el cerro chuqui sector la Mandalá del cantón Macará Provincia de Loja.

### **Título:**

“Parapente Macará”

### **Nombre de la actividad:**

Deporte extremo Parapente

### **Justificación**

La idea de la realización del deporte extremo parapente en Macará nace de tres factores claves: el primero, se enfoca en la existencia de poca información sobre el parapente dentro de la provincia de Loja, por lo cual se busca ser uno de los puntos de información en el cantón Macará y de la provincia.

El segundo factor, se refiere al aprovechar que Macará es el único cantón de la provincia de Loja dentro de los cuales se puede realizar parapente, por ello se busca aprovechar esta situación del cantón y la oportunidad de realizar vuelos en parapente cerca de la misma, para implementar un negocio que

entregue un buen servicio al cliente, con la mejor calidad de implementos, incluyendo servicios adicionales, para satisfacer las necesidades de los clientes que deseen y estén en condiciones de realizar un vuelo tándem en parapente sin motor, llamado así ya que es un vuelo controlado por un piloto profesional de parapente certificado por alguna escuela de parapente con licencia de la DAC (Dirección de Aviación Civil).

Por último, el tercer factor, es el dar a las personas la oportunidad de cumplir uno de los mayores sueños del ser humano el sueño de volar, debido a que el parapente ofrece esta experiencia de estar suspendido en el aire con un vuelo tándem. Este vuelo se lo llama así porque se lo realiza con un parapente biplaza, diseñado para dos personas: una de estas deberá ser el piloto tándem, quien dirija y controle el vuelo, tomando las medidas de seguridad antes, durante y después de cada vuelo.

## **Objetivos**

### **Objetivo General:**

- Brindar un servicio de calidad en deportes de aventura, aprovechando las ventajas de los recursos naturales que el cantón Macará proporciona, facilitando a la población y turistas nacionales y extranjeros la práctica del deporte extremo parapente.

### **Objetivos Específicos:**

- Innovación de la oferta turística en el cantón Macará.
- Brindar un servicio de calidad
- Ofrecer la mayor seguridad posible para la realización del deporte extremo parapente.
- Mejorar la economía del cantón.

## Elaboración de la marca



**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaboración:** Adrian Masache

## Eslogan

“DIFERENTE FORMA DE TOCAR EL CIELO”. El Parapente representa un servicio diferente que te ofrece estar cerca de las nubes y a la vez apreciar los paisajes que rodean al cantón Macará, como sus valles extensos de cultivo de arroz, además divisar paisajes del vecino país Perú.

## Descripción del deporte

El Parapente es una disciplina aérea más nueva y es también, la que ha experimentado el crecimiento más rápido. El objetivo más común que sigue este deporte, junto con el de los planeadores, es el de poder ganar altura valiéndose de corrientes de aire ascendentes, que pueden ser llamadas térmicas o las corrientes de ladera, que se las suele indicar como dinámica. Esta última, se produce cuando el aire se encuentra con un terreno en

pendiente, de modo que experimenta en su velocidad un componente vertical que, si es convenientemente aprovechada, permite el ascenso. Toda esta altura obtenida, se la puede “gastar” en el descenso hacia la zona de aterrizaje o iniciar un vuelo de distancia.

El parapente es un planeador ultra ligero flexible. Es un tipo especial de paracaídas diseñado para volar y aterrizar sin otro requerimiento que el viento, fuerza de gravedad y fuerza del piloto.

El parapente se diferencia de otros deportes aéreos al no tener ningún elemento rígido en su estructura.

### **Terreno y Ambiente**

Antes de hacer un vuelo, se debe verificar en qué condiciones se encuentra el terreno, tanto en la zona de despegue como en la zona de aterrizaje.

Se debe tener en cuenta los factores como el viento y las corrientes de aire, y asegurarse que no se valora cerca de una zona aeronáutica.

El piloto puede utilizar un variómetro, para saber cuáles son las zonas de corrientes ascendientes de aire, y alejarse de las descendientes; y un anemómetro, el cual indicara a la velocidad a la que se vuela, con respecto al aire.

La pista de despegue como la de aterrizaje en el cantón Macará para realizar el deporte extremo parapente cuenta con las condiciones adecuadas para realizar el mismo, ya que ambas han sido escenario por 3 años consecutivos para el festival binacional de parapente que se realizó en el cantón y no presentaron ningún inconveniente al momento de despegar como al aterrizar.

El clima apto para empezar un vuelo lleno de adrenalina en parapente es un clima cálido templado y que este conjugue con un viento enfrentado ya que eso ayudara a que el ala se levante, además, al área donde se inicia el vuelo

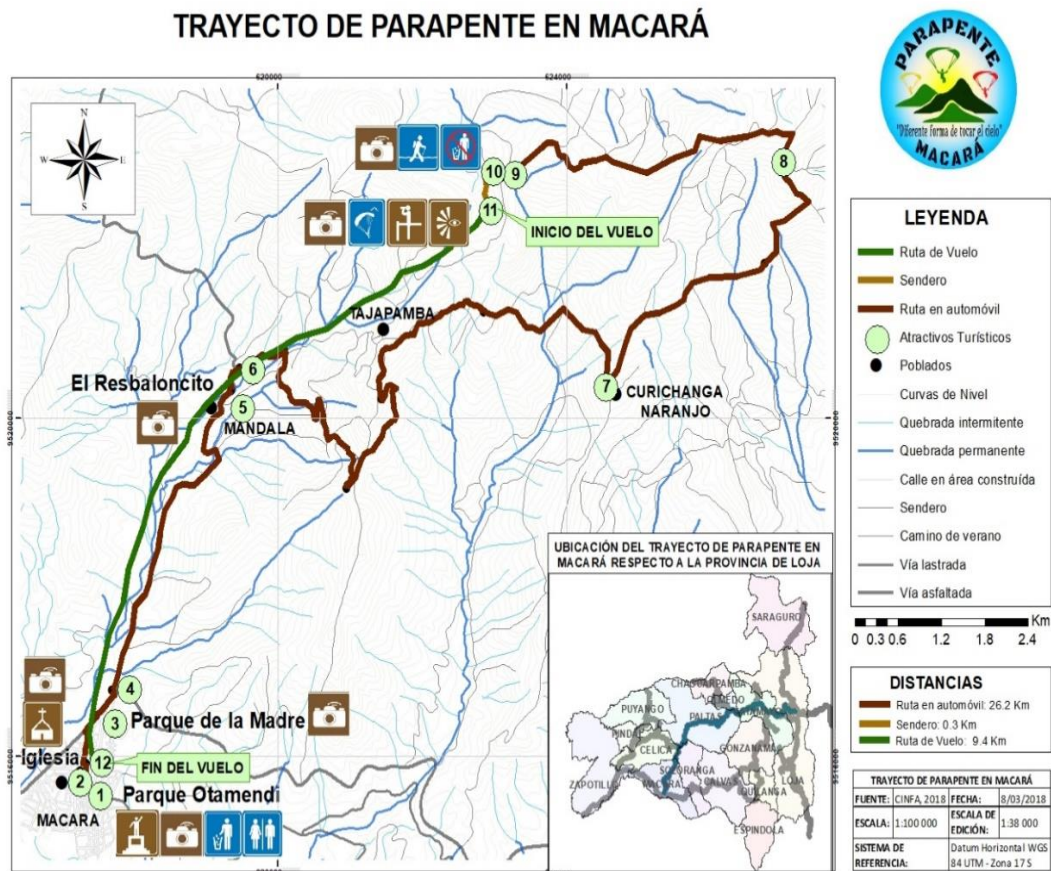


debe estar completamente despejada para tener una buena visibilidad y no tener accidentes sino más bien disfrutar del paisaje sobre el cual se está volando.

Los factores climáticos en el cantón Macará específicamente en verano son idóneos para que se pueda llevar a cabo este deporte ya que la mayoría de los vientos son enfrentados ya que esta corriente de aire es adecuada para iniciar el vuelo de parapente en este estado el viento viene desde el frente del piloto, lo que permitirá el levantamiento del ala.

**Mapa de la ruta.**

**Grafico N.- 19 Trayecto Parapente Macará**



**Fuente:** Trabajo de Campo  
**Elaboración:** Adrian Masache

## **Itinerario.**

### **“PARAPENTE MACARÁ”**

Tiempo: 2 horas

Dificultad: Normal

#### **Incluye:**

- Transporte Macará punto de encuentro hacia el cerro chuqui
- Pilotos especializados en parapente
- Equipos especializados

#### **No incluye:**

- Gastos personales

COSTO POR PAX

\$24,85

#### **Descripción Trayecto de Parapente en Macará**

El trayecto consta de 3 partes, en vehículo, una pequeña caminata y al final el vuelo hacia el lugar de aterrizaje.

El viaje en vehículo tiene una distancia de 26.2 km que equivale de 35 min a 40 min aproximadamente, empieza desde el parque Otamendi siendo este el primer punto del trayecto, aquí es donde se recogerá a los turistas para ser llevados al cerro chuqui, en este viaje se atraviesa por distintos lugares turísticos culturales como naturales del cantón, Iglesia Macará, Parque Altar Patrio, el balneario El Resbaloncito.

Llegando a las faldas del cerro chuqui deben los turistas realizar una pequeña caminata de 0.3 km que viene siendo unos 15 a 20 min de trayecto, aquí deben ir llevando todo su equipo para realizar el parapente en la cumbre del cerro.

Una vez instalados los parapentistas en el lugar de despegue, con todo su equipaje listo y revisado por personas profesionales en este deporte, proceden a realizar el vuelo el mismo que tiene una distancia de 9.4 km que son aproximadamente 45 min en el aire hasta llegar al lugar de aterrizaje en la pista del ex aeropuerto José María Velasco Ibarra, aquí termina el recorrido del vuelo y del trayecto.

### **Equipo necesario para realizar el vuelo**

**Parapente:** Es una estructura de tela, con un perfil similar al ala de un avión. Esta está unida por medio de cuerdas de arnés, que una vez en el aire te permite sentarte. Además, consta de unos mandos llamados frenos que van en la parte de atrás del parapente los cuales permiten girar y controlar la velocidad.

**Gráfico N.- 20 Parapente**



**Fuente:** Internet

**Elaboración:** Adrian Masache

**Casco:** Es imprescindible en todas las actividades que implican cierto empinamiento del terreno, por lo tanto, debe llevarse puesto y atado durante el vuelo para mayor seguridad y de esa manera prevenir accidentes al aterrizar.

**Grafico N.- 21 Casco**



**Fuente:** Internet  
**Elaboración:** Adrian Masache

**Paracaídas de seguridad:** Es necesario ya que en caso de que ocurra algún accidente abriremos el paracaídas y no nos golpearemos al momento de aterrizar.

**Grafico N.- 22 Paracaídas De Seguridad**



**Fuente:** Internet  
**Elaboración:** Adrian Masache

**Emisor-Receptor de radio y teléfono móvil:** Son aparatos comunicativos que durante el vuelo nos sirven para saber si estamos marchando bien.

**Grafico N.- 23 Emisor**



**Fuente:** Internet  
**Elaboración:** Adrian Masache

**GPS/Altímetro:** Es un dispositivo que mide la distancia vertical de la persona que se encuentra volando, con respecto a la tierra o al nivel medio del mar. Esto funciona midiendo la presión atmosférica y en el vuelo libre la mayoría son digitales.

#### **Grafico N.- 24 GPS/Altímetro**



**Fuente:** Internet

**Elaboración:** Adrian Masache

**Cámara GoPro:** Es un implemento con el cual podemos captar desde la altura los mejores paisajes y vistas panorámicas de la ciudad u entorno natural.

#### **Grafico N. 25 Cámara Gopro**



**Fuente:** Internet

**Elaboración:** Adrian Masache

**Arnés:** Es simplemente una silla construida con telas del tipo cordura y cosida con hilos de poliéster.

#### **Grafico N. 26 Arnés**



**Fuente:** Internet

**Elaboración:** Adrian Masache

Además, cuenta con mosquetones, variados tipos de protecciones (rígidas, airbag), un contenedor para el paracaídas de emergencia, los seguros de sujeción (cinta ventral y piernas) y varias regulaciones para ajustar la posición perfectamente ya sea erguido o semi-acostado.

- Mono abrigado y con varios bolsillos
- Par de mosquetones de seguro

### **Vuelos aproximados por año**

Teniendo en cuenta que los días laborables serán los días viernes, sábado y domingo de cada semana y además considerando que se laborara 8 horas al día y el número de pilotos serán de 6, se obtiene que en el año se realizaran un total de 3456 vuelos aproximadamente.

**Cuadro N.- 42 Vuelos aproximados por año**

Numero de pilotos		6
Horas laborables		8
Duración de cada vuelo		2
Total de Vuelos por día		24
Días laborables por semana	Viernes, Sábado y Domingo	3
Días laborables por mes	4 semanas por mes	12
Total de Días laborables por año	12 meses	144
<b>TOTAL</b>		<b>3456</b>

**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaboración:** Adrian Masache

### Cuadro N. 43 Determinación De Precios Y Gastos De Operación

ARTICULO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Parapente	6	1250	7500
Casco	12	118	1416
Paracaídas de seguridad	12	480	5760
Emisor - Receptor de Radio	6	56	336
GPS	6	676	4056
Arnés	6	695	4170
Brújula	6	18	108
Cámara Go Pro	6	130	780
Zapatos Caña alta	6	260	1560
Overol o Mono de vuelo	6	285	1710
Guantes	12	55	660
Ganchos	6	25	150
Transporte	3456	2	6912
Sueldo anuales para los pilotos	6	4632	27792
<b>SUBTOTAL</b>			<b>62910</b>
Imprevistos gasto de operación (5%)			3145,5
VALOR NETO			66055,5
GANANCIAS (30%)			19816,65
<b>PRESUPUESTO TOTAL</b>			<b>85872,15</b>
<b>VALOR TOTAL POR PERSONA</b>			<b>24,85</b>

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Adrian Masache

## **Plaza**

Se realizará convenios con agencias de viajes y tour operadoras que servirán de intermediarios para la comercialización, promoción y difusión del producto tanto de la ciudad de Loja como del resto del país, donde obtendrán un porcentaje del 10 % de las ventas, para ello se tomara en cuenta las siguientes agencias: Agencia operadora de turismo c-tur travesías del sur, como también agencia de viajes gasa tour, Agencia de viajes Alfamar Travel y finalmente Agencia de viajes Amazon Travel que prestaran el servicio de promoción.

## **Precio**

El valor del paquete “PARAPENTE MACARÁ” por vuelo será de \$24,85 por persona, que incluye la prestación del servicio y el transporte para llegar al cerro donde se realizará este deporte.

## **Demanda**

La posible demanda de la “Propuesta de Turismo de Aventura Deporte Extremo: Parapente, en el Cerro Chuqui, Sector la Mandalá del Cantón Macara, Provincia de Loja” serian todos los turistas nacionales y extranjeros y en si la comunidad en general en especial la juventud Macareña y aficionados a los deportes de aventura ya que este deporte lo pueden realizar cualquier persona sin importar el género o condiciones sociales, siempre y cuando se cuente con la instrumentación, el equipo de vuelo necesario, medidas de seguridad y personal especializado que domine este deporte.

En el cantón Macará cuenta algunos atractivos turísticos naturales que pueden ser utilizados para realizar deportes de aventura, pero no existe actualmente ningún operador de turismo ni instalaciones deportivas que puedan brindar este servicio. Pero cuenta con operadoras a nivel externo que prestan servicios y dispone de la instrumentación necesaria para realizar deportes de aventura en este caso el parapente.



En el año 2012 se realizó el I Festival Binacional de Parapente, el cual tuvo una buena acogida por parte de la ciudadanía ya que fue algo novedoso e interesante. Dicho festival fue realizado por una empresa lojana con el apoyo del GAD de macara, y se llevó a cabo por dos años consecutivos en el mes de agosto y tenía una duración de 3 días.

Aparte de que los parapentistas realizaran su presentación, los ciudadanos que deseaban experimentar este tipo de deporte extremo lo podían realizar con la ayuda de un profesional en este deporte, el mismo que tenía un costo monetario.

Desde el 2015 por falta de presupuesto se ha dejado a un lado esta actividad. Por ende, es factible que se vuelva a retomar esta actividad incrementado más días de prestación de servicios, para que con ello se pueda generar más ingresos económicos y se pueda acaparar a más turistas a que realicen este deporte extremo.

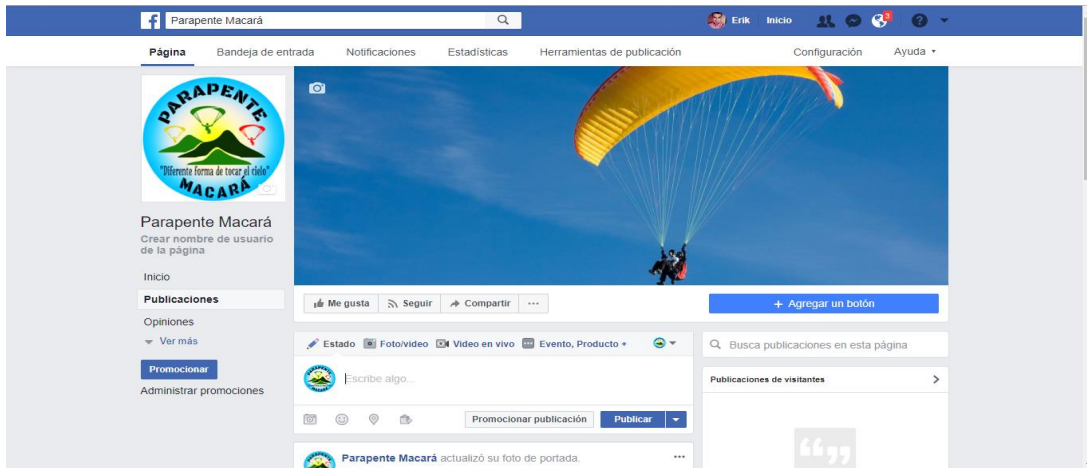
### **Promoción**

La Propuesta de turismo de aventura deporte extremo Parapente en el cantón Macará será promociona de diferentes formas:

### **Redes Sociales**

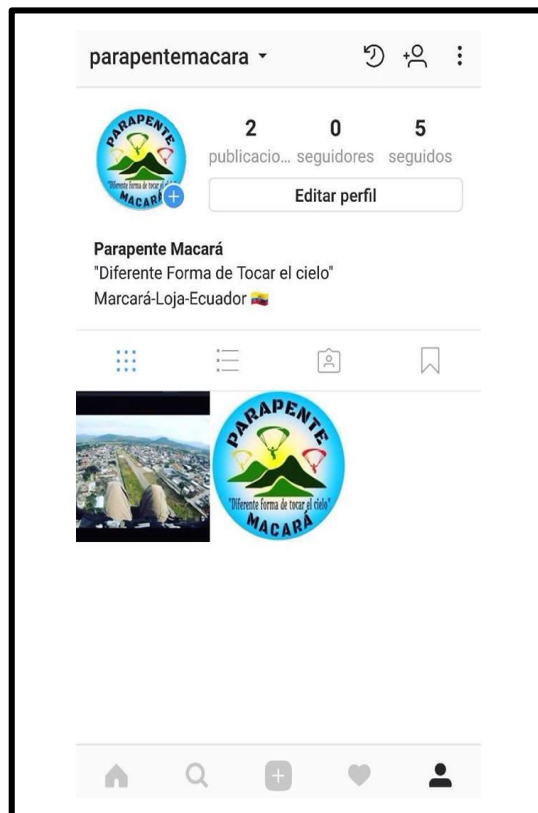
La primera seria por medio de las redes sociales ya que es un medio gratuito y de gran afluencia de personas de todas las edades, como lo es Facebook e Instagram ya que estas redes sociales tienen mayoría de seguidores siendo esta una ventaja para promocionar la propuesta.

## Grafico N.- 27 Red Social Facebook



Fuente: Trabajo de campo  
Elaboración: Adrian Masache

## Grafico N.- 28 Red Social Instagram



Fuente: Trabajo de campo  
Elaboración: Adrian Masache

## Radio y televisión Local

Ya que Macará cuenta con radio propia la misma que es Stereo Macará 104.5 y dos cadenas televisivas que son Macará Tv y Maxivisión, canales propios de la localidad, por medios de estos se podrá promocionar la propuesta como lo es los distintos horarios de vuelo, que días se lo podrá realizar, el valor por el servicio prestado, ofertas y muchas cosas más.

## Camisetas, Toma Todo, Gorras

Estos elementos serán otra opción para la promoción de la propuesta ya que son recursos adicionales para la realización de este deporte, las camisas tanto como las gorras y los toma todo tendrán la marca del producto. Las prendas de vestir serán hechas de diferentes tallas: Small, Medium, Large.

**Grafico N.- 29 Logo Camiseta**



**Fuente:** Trabajo de Campo  
**Elaboración:** Adrian Masache

**Grafico N.- 30 Logo Gorra**



**Fuente:** Trabajo de Campo  
**Elaboración:** Adrian Masache

**Grafico N.- 31 Logo Toma Todo**



**Fuente:** Trabajo de Campo  
**Elaboración:** Erik Adrian Masache Gualan

### Cuadro N.- 44 Presupuesto Referencial De Promoción

ARTICULO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Camisetas en algodón	100	10	1000
Gorras	100	8	800
Toma Todos	100	12	1200
Cuña Radial y Televisiva	1	150	150
TOTAL			3150
PRESUPUESTO		3150	
5% IMPREVISTO		157,5	
TOTAL PRESUPUESTO		3307,5	

**Fuente:** Trabajo de Campo

**Elaboración:** Adrian Masache

#### Servicios turísticos a ofrecer

El cantón Macará tiene para ofrecer distintos servicios turísticos para personas de la localidad como para los turistas que deseen visitarlo:

- Servicio de Alojamiento
- Servicio de Alimentación
- Servicio de Salud

La propuesta de deporte extremo parapente ofrece los servicios de:

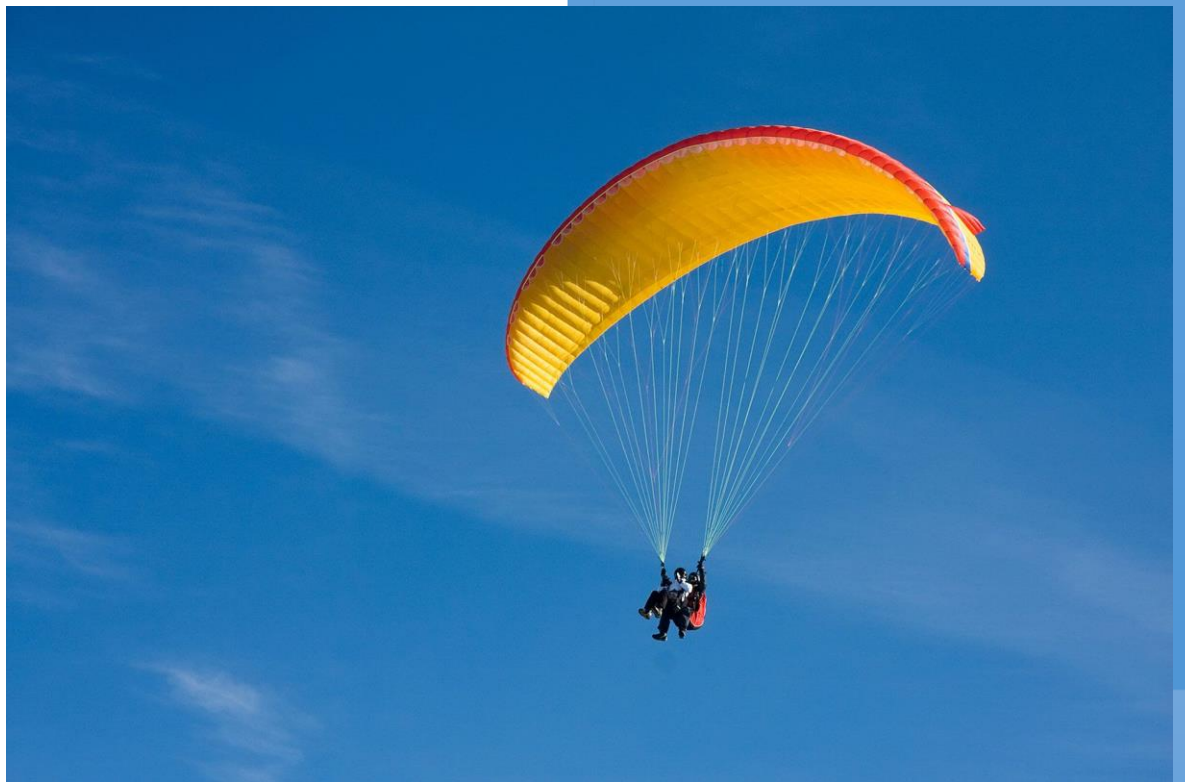
- Servicio de transporte
- Servicio de pilotos especializados en parapente
- Servicio de Guías Turísticos

Cabe indicar que los seguros de viajes para los turistas serán otorgados por la empresa Loja Parapente Club, también a ellos se contratará a los pilotos profesionales en este deporte.

**Estrategia N. 2: 1.** Proponer un manual de turismo de aventura deporte extremo parapente que se oferte en el cantón Macará.

2018

# MANUAL PARAPENTE MACARÁ



Erick Adrian Masache Gualan

# MANUAL PARAPENTE MACARÁ

## 1. Aprendizaje e Introducción

El aprendizaje comienza desde que una persona se decide a formar parte del equipo de parapentistas ya que cuando empiezan esta actividad, ellos pueden aprender cosas nuevas en cada vuelo que realicen conjuntamente con algunas introducciones que les pueden hacer las personas que les guían desde la tierra.

## 2. Como Iniciar el vuelo

- Los vuelos se realizan siempre en condiciones meteorológicas de vuelo visual diurno. Está prohibido el vuelo sin visibilidad en el interior de las nubes.
- No se puede volar en espacios aéreos controlados, restringidos o prohibidos, sobre zonas peligrosas activas, zonas urbanas y aglomeraciones de personas.
- Es necesaria la autorización del propietario o poseedor legítimo del terreno donde se despega y aterriza.

## 3. Primeras experiencias

La primera experiencia empieza con un vuelo tándem o biplaza, y ahí es donde el piloto nos da a conocer el equipo, sus partes y cómo funcionan cada una de ellas, además nos indican como es el control en tierra para luego hacer un vuelo individual pequeño de lugares no muy altos, después con un poco más de experiencia ya se realiza un vuelo grande guiado, cursos de perfeccionamiento y cursos llamados SIV que significa simulaciones de incidentes en el vuelo.

## 4. Las horas de vuelo

Las horas en las que se puede volar en la mañana para que sea un vuelo suave, tranquilo y no muy sacudido se lo puede realizar entre las 9:00 am y 10:00 am. Esto depende siempre de la velocidad de los vientos y el clima que se presente el día que pretendemos volar.

## 5. Condición Física

Las personas que quieran practicar el parapente deben tener una muy buena condición física y de salud, ya que este deporte es de riesgos y ciertos miedos que se suelen presentar en el momento del vuelo.

## 6. Estado de salud y forma física

- El piloto no debe volar si sufre alguna enfermedad o anomalía orgánica incompatible con la práctica del parapente.
- No debe volar tampoco bajo los efectos del alcohol, drogas y todas aquellas sustancias o medicamentos que puedan alterar su sistema nervioso y su capacidad de reacción.
- Tampoco lo hará en estado de perturbación mental o importante desequilibrio emocional.
- Las drogas destinadas a mejorar el rendimiento están prohibidas.

## 7. Condiciones meteorológicas

Estas condiciones son de gran importancia a tomar en cuenta ya que de ellas depende que se realice o no un vuelo de parapente con éxito.

- **Nubosidad**

Es una condición meteorológica, en la que, el espacio donde se está planeando realizar el vuelo se encuentra cubierto de nubes, por lo tanto, eso imposibilita efectuar el vuelo.

- **Térmicas**

Son aquellas condiciones meteorológicas en las que se acumula calor en las nubes con un viento caliente y eso hace que si el parapente cae en una de ellas pueda detenerse por mucho tiempo y elevarlo muy arriba al parapente.

## 8. Tipos de Vientos

Para poder realizar un vuelo en parapente se debe tomar en cuenta los tipos de viento los mismos que se clasifican en:

- **Viento enfrenado:** Es la corriente de aire adecuada para iniciar el vuelo de parapente, en este estado el viento viene desde el frente del piloto, lo que permitiría el levantamiento del ala.



- **Viento encolado:** Es la corriente de aire que se dirige desde la parte de atrás o desde “cola” hacia adelante, cuando el viento está de esta manera es el momento menos indicado o recomendado para iniciar vuelo.
- **Cero vientos:** Es el momento en el que la corriente de aire ha cesado o terminado, por lo tanto, el parapente no podrá iniciar su levantamiento y menos aún el vuelo.

## 9. Clima

El clima apto para empezar un vuelo lleno de adrenalina en parapente es un clima cálido templado y que este conjugue con un viento enfrentado ya que eso ayudara a que el ala se levante, además, al área donde se inicia el vuelo debe estar completamente despejada para tener una buena visibilidad y no tener accidentes sino más bien disfrutar del paisaje sobre el cual se está volando.

El cantón Macará cuenta con vientos ideales en los meses de verano para realizar este deporte extremo sin ningún inconveniente, teniendo como resultado vuelos exitosos.

## 10. Condiciones ideales

Las condiciones ideales para poder realizar un vuelo con éxito es tener un día claro, con el cielo despejado, contar con el viento que este enfrentado, a nuestro favor y sobre todo estar con mucho positivismo y ganas para hacer un vuelo diferente pero divertido.

## 11. Características de la pista de despegue y aterrizaje

### Pista de despegue

Esta tiene que ser una zona amplia, donde se pueda abrir mínimo dos parapentes más o menos unos 20 metros de ancho, que el lugar no tenga vegetación que pueda ser un obstáculo al abrir el parapente, debe tener además una buena vista panorámica y tomar mucho en cuenta que el viento al momento del despegue este enfrentado, tiene que hacer una ligera inclinación o pendiente en el lugar del cual se va a despegar.

En el cantón Macará si se cumplen estas características, teniendo mayor seguridad en el lugar de despegue conocido como “cerro chuqui” ya que desde ahí hay varias opciones para despegar.

## **Pista de aterrizaje**

Esta tiene que ser un terreno plano, amplio y sin obstáculos, el cual te permita entrar en cualquier dirección tomando en cuenta que haya una manga de viento que pueda ser visible desde cualquier punto para de esa manera poder aterrizar por el lugar que nos indique.

En el cantón Macará el lugar de aterrizaje que cumple con estas características es el antiguo aeropuerto “José María Velasco Ibarra” ya que el mismo ha sido sede de aterrizaje desde el primer festival binacional de parapente que se dio en el cantón Macará.

## **12. Normas de Seguridad y Recomendaciones**

### **Seguridad**

Para poder tener mayor seguridad al momento de realizar un vuelo se debe tomar en cuenta:

- Escoger un lugar de vuelo reconocido por la Asociación de Vuelo Libre
- Asesórese con un instructor, escuela o club reconocido en parapente.
- Utilizar el equipo adecuado sin omitir los elementos de seguridad.
- El vuelo debe programarse con tiempo y se debe conocer la meteorología.
- Volar siempre en compañía.
- Tener siempre claro los lugares de aterrizaje de emergencia.
- Tener siempre claras cuáles son las frecuencias de emergencia y rescate de cada zona.

### **Recomendaciones**

- Siempre revisar al menos dos veces el equipo, incluyendo el ala y la silla con el arnés.
- Poner atención al piloto en todas las indicaciones e instrucciones.
- No volar en caso de días nublados o de lluvia.
- Mantener la calma y relajarse para disfrutar el vuelo.
- Utilizar siempre el casco.
- Utilizar ropa gruesa que nos proteja de alguna caída y zapatos caña alta.
- Si se desea realizar un vuelo autónomo, es importante tomar un curso de al menos ocho sesiones de tres horas cada una.
- Ir acompañado de un operador especializado a los sitios donde se practica la actividad.

- Estar siempre atentos al momento de aterrizar para prever cualquier eventualidad.

**Estrategia N. 3:** Proponer la señalética, como ayuda o guía para el turista que desee llegar al cerro chuqui para realizar parapente.

Esta estrategia servirá para que los turistas que lleguen a visitar el Catón Macará y deseen realizar el deporte extremo parapente puedan dirigirse hacia el lugar de inicio de vuelo sin ningún problema que se encuentra a 26 km aproximadamente desde la cabecera del cantón.

**Cuadro N.- 45 Panel informativo parapente Macará**

<b>SISTEMA DE SEÑALÉTICA TURÍSTICA</b>		
<b>TIPO DE SEÑAL:</b>	Panel Informativo	<b>COORDENADAS:</b> Latitud: 617266.43 Longitud: 9515828.28
<b>FUNCION:</b>	<b>UBICACIÓN:</b>	
Se las usa para colocar información ampliada de atractivos y servicios en espacios en donde permita la colocación de este tipo de señal.	Se ubica en el Parque Otamendi caso urbano del cantón Macará.	
<p><b>MATERIALES:</b></p> <p>Tendrán una dimensión de 2000mm.x1000 mm.</p> <p><b>Sustrato:</b> 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. La señal estará conformada por tableros de la longitud deseada, éstos deben ser unidos mediante ensamblajes fijados con cola marina y prensados, las dimensiones del ensamblaje serán de 40 mm. x 20 mm. x 2000 mm. (longitud de la señal)</p> <p><b>Plintos:</b> Serán cubos de hormigón ciclópeo de dimensiones 400 mm. x 400 mm. y 900 mm. de profundidad, serán fundidos in situ una vez que se hayan nivelado los parantes.</p> <p><b>Pantallas:</b> Las pantallas tendrán 2 componentes: La estructura de unión a los parantes, la misma que estará conformada por segmentos de madera de teca de 80 mm x 40 mm x n (longitud de la señal) + 80 mm, la que será unida al sustrato mediante 12 tirafondos de 2,5" o 63,5 mm, mismos que no deberán ser visibles, para lo cual se los ocultará con tarugos de madera de teca.</p> <p><b>Parantes:</b> Los postes o parantes a las cuales se colocarán las pantallas serán compuestas por dos troncos rollizos de eucalipto inmunizado de al menos 120 mm de diámetro en su parte más delgada.</p> <p>En los parantes se realizará dos destajes de 80 mm de ancho x 40 mm de profundidad de forma perpendicular, de manera que los segmentos de madera de la estructura de la señal encajen perfectamente en los destajes. La pantalla se sujetará al parante mediante tirafondos de 5" que deberán ser incrustados desde la parte posterior del parante y ocultados mediante tarugos de madera de teca.</p> <p><b>Techo:</b> En Zonas de clima semi-cálido, cálido: el techo estará conformado por duelas de madera inmunizada, una sobre otra.</p>		
<b>MANTENIMIENTO:</b>	<b>COSTO \$</b>	
Revisión anual de la pintura, letras e imágenes o regeneración en caso de deterioro	600,00	
<b>OBSERVACIONES:</b> Se utiliza la simbología de lenguaje universal basado en el Manual de señalética del Ministerio de Turismo.		

**Fuente:** Trabajo de Campo  
**Elaboración:** Adrian Masache

**Cuadro N.- 46 Diseño y propuesta panel informativo parapente  
Macará**

**SITUACION ACTUAL**



**PROPUESTA DE LA SEÑALETICA**



**Fuente:** Trabajo de Campo  
**Elaboración:** Adrian Masache

**Cuadro N.- 47 Pictograma de la iglesia Macará**

<b>SISTEMA DE SEÑALÉTICA TURÍSTICA</b>		
<b>TIPO DE SEÑAL:</b>	Pictograma con Poste	<b>COORDENADAS:</b> Latitud: 617344.31 Longitud: 9515922.24
<b>FUNCION:</b>	<b>UBICACIÓN:</b>	
Los pictogramas viales son una representación gráfica de un atractivo, servicio, actividad turística o restricción.	Se localiza a los exteriores de la Iglesia que está ubicada en el casco urbano del cantón Macará.	
<p><b>MATERIALES:</b></p> <p><b>Sustrato:</b> El elemento sobre el que se adherirá el material retroreflectivo, está constituido por láminas de aluminio liso anodizado de 2 mm. Medida: 600 mm. x 600 mm.</p> <p><b>Plintos:</b> Serán cubos de dimensiones geométricas definidas, de hormigón de 180 kg/cm<sup>2</sup> fundidos in situ, los que servirán además de soportar la estructura, para nivelar la señal.</p> <p>Tendrán las siguientes dimensiones: largo 300mm., ancho 300mm. y profundidad 500 mm.; estas especificaciones dependerán de la capacidad portante del suelo.</p> <p><b>Pantallas:</b> 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.; estas pantallas se sujetarán a los postes mediante acoples y pernos de carrocería galvanizados de al menos 2" x 1/2". Su presencia no debe ser advertida por el frente de la señal, deberán quedar ocultos de forma que no interfieran en la estética de la señal.</p> <p>El sustrato será pegado a la estructura de la pantalla mediante silicón industrial auto-motriz.</p> <p><b>Postes o Parantes:</b> 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. de largo.</p> <p>Deberán dejar una altura libre entre el suelo con la parte baja de la señal de 2200 mm.</p> <p><b>Fondo:</b> El fondo será una composición de material retroreflectivo prismático, que cumplirá los niveles de retroreflectividad tipo XI o tipo IV (de acuerdo a la información de zonas pluviosas)</p>		
<b>MANTENIMIENTO:</b>	<b>COSTO \$</b>	
Revisión anual de la pintura, letras e imágenes o regeneración en caso de deterioro	190,00	
<b>OBSERVACIONES:</b> Se utiliza la simbología de lenguaje universal basado en el Manual de señalética del Ministerio de Turismo.		

**Fuente:** Trabajo de Campo

**Elaboración:** Adrian Masache

**Cuadro N.- 48 Diseño y propuesta del pictograma iglesia Macará**  
**SITUACION ACTUAL**



**PROPUESTA DE LA SEÑALETICA**



**Fuente:** Trabajo de Campo  
**Elaboración:** Adrian Masache

## Cuadro N.- 49 Pictograma del parque de la Madre

<b>SISTEMA DE SEÑALÉTICA TURÍSTICA</b>		
<b>TIPO DE SEÑAL:</b>	Pictograma con Poste	<b>COORDENADAS:</b> <b>Latitud: 617489.54</b> <b>Longitud: 9516479.24</b>
<b>FUNCION:</b>	<b>UBICACIÓN:</b>	
Los pictogramas viales son una representación gráfica de un atractivo, servicio, actividad turística o restricción.	Se localiza en el parque de la madre el mismo que está ubicado dentro casco urbano del cantón Macará.	
<p><b>MATERIALES:</b></p> <p><b>Sustrato:</b> El elemento sobre el que se adherirá el material retroreflectivo, está constituido por láminas de aluminio liso anodizado de 2 mm. Medida: 600 mm. x 600 mm.</p> <p><b>Plintos:</b> Serán cubos de dimensiones geométricas definidas, de hormigón de 180 kg/cm<sup>2</sup> fundidos en sitio, los que servirán además de soportar la estructura, para nivelar la señal.</p> <p>Tendrán las siguientes dimensiones: largo 300mm., ancho 300mm. y profundidad 500 mm.; estas especificaciones dependerán de la capacidad portante del suelo.</p> <p><b>Pantallas:</b> 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.; estas pantallas se sujetarán a los postes mediante acoples y pernos de carrocería galvanizados de al menos 2" x 1/2". Su presencia no debe ser advertida por el frente de la señal, deberán quedar ocultos de forma que no interfieran en la estética de la señal.</p> <p>El sustrato será pegado a la estructura de la pantalla mediante silicón industrial auto- motriz.</p> <p><b>Postes o Parantes:</b> 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. de largo. Deberán dejar una altura libre entre el suelo con la parte baja de la señal de 2200 mm.</p> <p><b>Fondo:</b> El fondo será una composición de material retroreflectivo prismático, que cumplirá los niveles de retroreflectividad tipo XI o tipo IV (de acuerdo a la información de zonas pluviosas)</p>		
<b>MANTENIMIENTO:</b>	<b>COSTO \$</b>	
Revisión anual de la pintura, letras e imágenes o regeneración en caso de deterioro	190,00	
<b>OBSERVACIONES:</b> Se utiliza la simbología de lenguaje universal basado en el Manual de señalética del Ministerio de Turismo.		

**Fuente:** Trabajo de Campo

**Elaboración:** Adrian Masache



**Cuadro N.- 50 Diseño y propuesta del pictograma parque de la Madre**

**SITUACION ACTUAL**



**PROPUESTA DE LA SEÑALETICA**



**Fuente:** Trabajo de Campo  
**Elaboración:** Adrian Masache

**Cuadro N.- 51 Señal direccionamiento cascada hacia el balneario el resbaloncito**

<b>SISTEMA DE SEÑALÉTICA TURÍSTICA</b>		
<b>TIPO DE SEÑAL:</b>	Señal de Aproximación y Direccionamiento	<b>COORDENADAS:</b> Latitud: 617709.02 Longitud: 9516786.94
<b>FUNCION:</b>	<b>UBICACIÓN:</b>	
Se las usa para informar sobre la aproximación y direccionamiento a destinos, atractivos o servicios turísticos.	Está ubicado en la Y de la salida del cantón Macará vía al cantón Catacocha.	
<p><b>MATERIALES:</b></p> <p><b>Sustrato:</b> El elemento sobre el que se adherirá el material retrorreflectivo, está constituido por láminas de aluminio liso anodizado de 2mm. de espesor. La medida de las Señales Turísticas de Aproximación es 2400 mm. x 600 mm. Con o sin troquel.</p> <p><b>Plintos:</b> Serán cubos de dimensiones geométricas definidas, de hormigón de 180 kg/cm<sup>2</sup> fundidos en sitio, los que servirán además de soportar la estructura de la señal para nivelar la misma. Tendrán las siguientes dimensiones: largo= 300 mm., ancho = 300 mm. y profundidad= 1000 mm.; estas especificaciones dependerán de la capacidad portante del suelo.</p> <p><b>Pantallas:</b> Tendrá 2 componentes: La estructura, fabricada en tubo cuadrado de 50,8 mm. (2") x 1,5 mm., sus uniones serán soldadas mediante suelda eléctrica, electrodos 6011, totalmente limpias y esmeriladas; esta estructura estará conformada por un marco y diagonales de refuerzo del mismo tubo y las estructura será tratada mediante anticorrosivo promotor de adherencia, se deberá aplicar 2 manos. La pantalla usará como sustrato láminas de aluminio liso anodizado de 2mm.; éstas pantallas se sujetarán a los postes mediante acoples y perno galvanizados de al menos 2" x 1/2". Su presencia no debe ser advertida por el frente de la señal, deberán quedar ocultos de forma que no interfieran en la estética de la señal.</p> <p><b>Postes o Parantes:</b> 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.</p> <p>Deberán dejar una altura libre bajo la señal de 2200mm. (No se usan placas complementarias).</p> <p><b>Fondo:</b> 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)</p>		
<b>MANTENIMIENTO:</b>	<b>COSTO \$</b>	
Revisión anual de la pintura, letras e imágenes o regeneración en caso de deterioro	280,00	
<b>OBSERVACIONES:</b> Se utiliza la simbología de lenguaje universal basado en el Manual de señalética del Ministerio de Turismo.		

**Fuente:** Trabajo de Campo

**Elaboración:** Adrian Masache

**Cuadro N.- 52 Diseño y propuesta de señal de direccionamiento  
al balneario el resbaloncito**

**SITUACION ACTUAL**



**PROPUESTA DE LA SEÑALETICA**



**Fuente:** Trabajo de Campo  
**Elaboración:** Adrian Masache

**Cuadro N.- 53 Pictograma del balneario el resbaloncito**

<b>SISTEMA DE SEÑALÉTICA TURÍSTICA</b>		
<b>TIPO DE SEÑAL:</b>	Pictograma con Poste	<b>COORDENADAS:</b> Latitud: 619358.39 Longitud: 9520324.33
<b>FUNCION:</b>	<b>UBICACIÓN:</b>	
Los pictogramas viales son una representación gráfica de un atractivo, servicio, actividad turística o restricción.	Se localiza en el balneario el Resbaloncito.	
<p><b>MATERIALES:</b></p> <p><b>Sustrato:</b> El elemento sobre el que se adherirá el material retroreflectivo, está constituido por láminas de aluminio liso anodizado de 2 mm. Medida: 600 mm. x 600 mm.</p> <p><b>Plintos:</b> Serán cubos de dimensiones geométricas definidas, de hormigón de 180 kg/cm<sup>2</sup> fundidos in situ, los que servirán además de soportar la estructura, para nivelar la señal.</p> <p>Tendrán las siguientes dimensiones: largo 300mm., ancho 300mm. y profundidad 500 mm.; estas especificaciones dependerán de la capacidad portante del suelo.</p> <p><b>Pantallas:</b> 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.; estas pantallas se sujetarán a los postes mediante acoples y pernos de carrocería galvanizados de al menos 2" x 1/2". Su presencia no debe ser advertida por el frente de la señal, deberán quedar ocultos de forma que no interfieran en la estética de la señal.</p> <p>El sustrato será pegado a la estructura de la pantalla mediante silicón industrial auto-motriz.</p> <p><b>Postes o Parantes:</b> 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. de largo.</p> <p>Deberán dejar una altura libre entre el suelo con la parte baja de la señal de 2200 mm.</p> <p><b>Fondo:</b> El fondo será una composición de material retroreflectivo prismático, que cumplirá los niveles de retroreflectividad tipo XI o tipo IV (de acuerdo a la información de zonas pluviosas)</p>		
<b>MANTENIMIENTO:</b>	<b>COSTO \$</b>	
Revisión anual de la pintura, letras e imágenes o regeneración en caso de deterioro	190,00	
<b>OBSERVACIONES:</b> Se utiliza la simbología de lenguaje universal basado en el Manual de señalética del Ministerio de Turismo.		

**Fuente:** Trabajo de Campo

**Elaboración:** Adrian Masache

**Cuadro N.- 54 Diseño y propuesta del pictograma balneario el resbaloncito**

**SITUACION ACTUAL**



**PROPUESTA DE LA SEÑALETICA**



**Fuente:** Trabajo de Campo  
**Elaboración:** Adrian Masache

## Cuadro N.- 55 Señal direccionamiento hacia el cerro chuqui

<b>SISTEMA DE SEÑALÉTICA TURÍSTICA</b>		
<b>TIPO DE SEÑAL:</b>	Señal de Aproximación y Direccionamiento	<b>COORDENADAS:</b> Latitud: 619475.10 Longitud: 9520586.64
<b>FUNCION:</b>	<b>UBICACION:</b>	
Se las usa para informar sobre la aproximación y direccionamiento a destinos, atractivos o servicios turísticos.	Se encuentra ubicado a la entrada para iniciar el trayecto al cerro chuqui que es de 20 km.	
<b>MATERIALES:</b>		
<p><b>Sustrato:</b> El elemento sobre el que se adherirá el material retroreflectivo, está constituido por láminas de aluminio liso anodizado de 2mm. de espesor. La medida de las Señales Turísticas de Aproximación es 2400 mm. x 600 mm. Con o sin troquel.</p> <p><b>Plintos:</b> Serán cubos de dimensiones geométricas definidas, 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: largo= 300 mm., ancho = 300 mm. y profundidad= 1000 mm.; estas especificaciones dependerán de la capacidad portante del suelo.</p> <p><b>Pantallas:</b> Tendrá 2 componentes: La estructura, fabricada en tubo cuadrado de 50,8 mm. (2") x 1,5 mm., sus uniones serán soldadas mediante suelda eléctrica, electrodos 6011, totalmente limpias y esmeriladas; esta estructura estará conformada por un marco y diagonales de refuerzo del mismo tubo y las estructura será tratada mediante anticorrosivo promotor de adherencia, se deberá aplicar 2manos.La pantalla usará como sustrato láminas de aluminio liso anodizado de 2mm.; éstas pantallas se sujetarán a los postes mediante acoples y perno galvanizados de al menos 2" x 1/2". Su presencia no debe ser advertida por el frente de la señal, deberán quedar ocultos de forma que no interfieran en la estética de la señal.</p> <p><b>Postes o Parantes:</b> 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. Deberán dejar una altura libre bajo la señal de 2200mm. (No se usan placas complementarias).</p> <p><b>Fondo:</b> El fondo será una composición de material retroreflectivo prismático, que cumplirá los niveles de retroreflectividad tipo XI o tipo IV (de acuerdo a la información de zonas pluviosas)</p>		
<b>MANTENIMIENTO:</b>	<b>COSTO \$</b>	
Revisión anual de la pintura, letras e imágenes o regeneración en caso de deterioro	280,00	
<b>OBSERVACIONES:</b> Se utiliza la simbología de lenguaje universal basado en el Manual de señalética del Ministerio de Turismo.		

**Fuente:** Trabajo de Campo

**Elaboración:** Adrian Masache

**Cuadro N.- 56 Diseño y propuesta señal de direccionamiento  
hacia el cerro chuqui**

**SITUACION ACTUAL**



**PROPUESTA DE LA SEÑALETICA**



**Fuente:** Trabajo de Campo  
**Elaboración:** Adrian Masache

## Cuadro N.- 57 Señal direccionamiento hacia el cerro chuqui

<b>SISTEMA DE SEÑALÉTICA TURÍSTICA</b>		
<b>TIPO DE SEÑAL:</b>	Señal de Aproximación y Direccionamiento	<b>COORDENADAS:</b> Latitud: 621434.80 Longitud: 9520217.13
<b>FUNCION:</b>	<b>UBICACIÓN:</b>	
Se las usa para informar sobre la aproximación y direccionamiento a destinos, atractivos o servicios turísticos.	Se encuentra ubicado a 10 km para llegar al cerro chuqui.	
<b>MATERIALES:</b> <b>Sustrato:</b> El elemento sobre el que se adherirá el material retroreflectivo, está constituido por láminas de aluminio liso anodizado de 2mm. de espesor. La medida de las Señales Turísticas de Aproximación es 2400 mm. x 600 mm. Con o sin troquel. <b>Plintos:</b> Serán cubos de dimensiones geométricas definidas, de hormigón de 180 kg/cm <sup>2</sup> fundidos en sitio, los que servirán además de soportar la estructura de la señal para nivelar la misma. Tendrán las siguientes dimensiones: largo= 300 mm., ancho = 300 mm. y profundidad= 1000 mm.; estas especificaciones dependerán de la capacidad portante del suelo. <b>Pantallas:</b> Tendrá 2 componentes: La estructura, fabricada en tubo cuadrado de 50,8 mm. (2") x 1,5 mm., sus uniones serán soldadas mediante suelda eléctrica, electrodos 6011, totalmente limpias y esmeriladas; esta estructura estará conformada por un marco y diagonales de refuerzo del mismo tubo y las estructura será tratada mediante anticorrosivo promotor de adherencia, se deberá aplicar 2manos. La pantalla usará como sustrato láminas de aluminio liso anodizado de 2mm.; éstas pantallas se sujetarán a los postes mediante acoples y perno galvanizados de al menos 2" x 1/2". Su presencia no debe ser advertida por el frente de la señal, deberán quedar ocultos de forma que no interfieran en la estética de la señal. <b>Postes o Parantes:</b> 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. Deberán dejar una altura libre bajo la señal de 2200mm. (No se usan placas complementarias). <b>Fondo:</b> El fondo será una composición de material retroreflectivo prismático, que cumplirá los niveles de retroreflectividad tipo XI o tipo IV (de acuerdo a la información de zonas pluviosas)		
<b>MANTENIMIENTO:</b>	<b>COSTO \$</b>	
Revisión anual de la pintura, letras e imágenes o regeneración en caso de deterioro	280,00	
<b>OBSERVACIONES:</b> Se utiliza la simbología de lenguaje universal basado en el Manual de señalética del Ministerio de Turismo.		

**Fuente:** Trabajo de Campo

**Elaboración:** Adrian Masache



**Cuadro N.- 58 Diseño y propuesta señal de direccionamiento  
hacia el cerro chuqui**

**SITUACION ACTUAL**



**PROPUESTA DE LA SEÑALETICA**



**Fuente:** Trabajo de Campo  
**Elaboración:** Adrian Masache

## Cuadro N.- 59 Señal direccionamiento hacia el cerro chuqui

<b>SISTEMA DE SEÑALÉTICA TURÍSTICA</b>		
<b>TIPO DE SEÑAL:</b>	Señal de Aproximación y Direccionamiento	<b>COORDENADAS:</b> Latitud: 622251.59 Longitud: 9521829.68
<b>FUNCION:</b>	<b>UBICACION:</b>	
Se las usa para informar sobre la aproximación y direccionamiento a destinos, atractivos o servicios turísticos.	Se encuentra ubicado a 4.5 km para llegar al cerro chuqui.	
<b>MATERIALES:</b> <b>Sustrato:</b> El elemento sobre el que se adherirá el material retroreflectivo, está constituido por láminas de aluminio liso anodizado de 2mm. de espesor. La medida de las Señales Turísticas de Aproximación es 2400 mm. x 600 mm. Con o sin troquel. <b>Plintos:</b> Serán cubos de dimensiones geométricas definidas, 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: largo= 300 mm., ancho = 300 mm. y profundidad= 1000 mm.; estas especificaciones dependerán de la capacidad portante del suelo. <b>Pantallas:</b> Tendrá 2 componentes: La estructura, fabricada en tubo cuadrado de 50,8 mm. (2") x 1,5 mm., sus uniones serán soldadas mediante suelta eléctrica, electrodos 6011, totalmente limpias y esmeriladas; esta estructura estará conformada por un marco y diagonales de refuerzo del mismo tubo y las estructura será tratada mediante anticorrosivo promotor de adherencia, se deberá aplicar 2manos.La pantalla usará como sustrato láminas de aluminio liso anodizado de 2mm.; éstas pantallas se sujetarán a los postes mediante acoples y perno galvanizados de al menos 2" x 1/2". Su presencia no debe ser advertida por el frente de la señal, deberán quedar ocultos de forma que no interfieran en la estética de la señal. <b>Postes o Parantes:</b> 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. Deberán dejar una altura libre bajo la señal de 2200mm. (No se usan placas complementarias). <b>Fondo:</b> El fondo será una composición de material retroreflectivo prismático, que cumplirá los niveles de retroreflectividad tipo XI o tipo IV (de acuerdo a la información de zonas pluviosas)		
<b>MANTENIMIENTO:</b>	<b>COSTO \$</b>	
Revisión anual de la pintura, letras e imágenes o regeneración en caso de deterioro	280,00	
<b>OBSERVACIONES:</b> Se utiliza la simbología de lenguaje universal basado en el Manual de señalética del Ministerio de Turismo.		

**Fuente:** Trabajo de Campo

**Elaboración:** Adrian Masache

**Cuadro N.- 60 Diseño y propuesta señal de direccionamiento  
hacia el cerro chuqui**

**SITUACION ACTUAL**



**PROPUESTA DE LA SEÑALETICA**



**Fuente:** Trabajo de Campo  
**Elaboración:** Adrian Masache

## Cuadro N.- 61 Señal direccionamiento hacia el cerro chuqui

<b>SISTEMA DE SEÑALÉTICA TURÍSTICA</b>		
<b>TIPO DE SEÑAL:</b>	Señal de Aproximación y Direccionamiento	<b>COORDENADAS:</b> Latitud: 623147.85 Longitud: 9522851.08
<b>FUNCION:</b>	<b>UBICACION:</b>	
Se las usa para informar sobre la aproximación y direccionamiento a destinos, atractivos o servicios turísticos.	Se encuentra ubicado a 500 metros para llegar al cerro chuqui.	
<b>MATERIALES:</b>		
<p><b>Sustrato:</b> El elemento sobre el que se adherirá el material retroreflectivo, está constituido por láminas de aluminio liso anodizado de 2mm. de espesor. La medida de las Señales Turísticas de Aproximación es 2400 mm. x 600 mm. Con o sin troquel.</p> <p><b>Plintos:</b> Serán cubos de dimensiones geométricas definidas, de hormigón de 180 kg/cm<sup>2</sup> fundidos in situ, los que servirán además de soportar la estructura de la señal para nivelar la misma. Tendrán las siguientes dimensiones: largo= 300 mm., ancho = 300 mm. y profundidad= 1000 mm.; estas especificaciones dependerán de la capacidad portante del suelo.</p> <p><b>Pantallas:</b> Tendrá 2 componentes: La estructura, fabricada en tubo cuadrado de 50,8 mm. (2") x 1,5 mm., sus uniones serán soldadas mediante suelda eléctrica, electrodos 6011, totalmente limpias y esmeriladas; esta estructura estará conformada por un marco y diagonales de refuerzo del mismo tubo y las estructura será tratada mediante anticorrosivo promotor de adherencia, se deberá aplicar 2manos.La pantalla usará como sustrato láminas de aluminio liso anodizado de 2mm.; éstas pantallas se sujetarán a los postes mediante acoples y perno galvanizados de al menos 2" x 1/2". Su presencia no debe ser advertida por el frente de la señal, deberán quedar ocultos de forma que no interfieran en la estética de la señal.</p> <p><b>Postes o Parantes:</b> 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. Deberán dejar una altura libre bajo la señal de 2200mm. (No se usan placas complementarias).</p> <p><b>Fondo:</b> El fondo será una composición de material retroreflectivo prismático, que cumplirá los niveles de retroreflectividad tipo XI o tipo IV (de acuerdo a la información de zonas pluviosas)</p>		
<b>MANTENIMIENTO:</b>	<b>COSTO \$</b>	
Revisión anual de la pintura, letras e imágenes o regeneración en caso de deterioro	280,00	
<b>OBSERVACIONES:</b> Se utiliza la simbología de lenguaje universal basado en el Manual de señalética del Ministerio de Turismo.		

**Fuente:** Trabajo de Campo

**Elaboración:** Adrian Masache

**Cuadro N.- 62 Diseño y propuesta señal de direccionamiento  
hacia el cerro chuqui**

**SITUACION ACTUAL**




**PROPUESTA DE LA SEÑALETICA**



**Fuente:** Trabajo de Campo

**Elaboración:** Erik Adrian Masache Gualan

**Cuadro N.- 63 Panel informativo cerro chuqui**

SISTEMA DE SEÑALÉTICA TURÍSTICA		
<b>TIPO DE SEÑAL:</b>	Panel Informativo	<b>COORDENADAS:</b> Latitud: 622913.99 Longitud: 9522872.56
<b>FUNCION:</b>	<b>UBICACIÓN:</b>	
Se las usa para colocar información ampliada de atractivos y servicios en espacios en donde permita la colocación de este tipo de señal.	Se localiza a las faldas del cerro chuqui, aquí se estacionan los carros y se inicia la caminata hacia la cumbre del mismo.	
<b>MATERIALES:</b> Tendrán una dimensión de 2000mm.x1000 mm. <b>Sustrato:</b> 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. La señal estará conformada por tableros de la longitud deseada, éstos deben ser unidos mediante ensambles fijados con cola marina y prensados, las dimensiones del ensamble serán de 40 mm. x 20 mm. x 2000 mm. (longitud de la señal) <b>Plintos:</b> 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 parante. <b>Pantallas:</b> Las pantallas tendrán 2 componentes: La estructura de unión a los parantes, la misma que estará conformada por segmentos de madera de teca de 80 mm x 40 mm x n (longitud de la señal) + 80 mm, la que será unida al sustrato mediante 12 tirafondos de 2,5" o 63,5 mm, mismos que no deberán ser visibles, para lo cual se los ocultará con tarugos de madera de teca. <b>Parantes:</b> Los postes o parantes a las cuales se colocarán las pantallas serán compuestas por dos troncos rollizos de eucalipto inmunizado de al menos 120 mm de diámetro en su parte más delgada. En los parantes se realizará dos destajes de 80 mm de ancho x 40 mm de profundidad de forma perpendicular, de manera que los segmentos de madera de la estructura de la señal encajen perfectamente en los destajes. La pantalla se sujetará al parante mediante tirafondos de 5" que deberán ser incrustados desde la parte posterior del parante y ocultados mediante tarugos de madera de teca. <b>Techo:</b> En Zonas de clima semi-cálido, cálido: el techo estará conformado por duelas de madera inmunizada, una sobre otra.		
<b>MANTENIMIENTO:</b>	<b>COSTO \$</b>	
Revisión anual de la pintura, letras e imágenes o regeneración en caso de deterioro	600,00	
<b>OBSERVACIONES:</b> Se utiliza la simbología de lenguaje universal basado en el Manual de señalética del Ministerio de Turismo. En esta ficha constan 3 pictogramas de señalética dando un valor de 570\$.		

**Fuente:** Trabajo de Campo

**Elaboración:** Adrian Masache

**Cuadro N.- 64 Diseño y propuesta panel informativo cerro chuqui**

**SITUACION ACTUAL**



**PROPUESTA DE LA SEÑALETICA**



**Fuente:** Trabajo de Campo  
**Elaboración:** Adrian Masache

## Cuadro N.- 65 Panel informativo llegada al cerro chuqui

SISTEMA DE SEÑALÉTICA TURÍSTICA		
<b>TIPO DE SEÑAL:</b>	Panel Informativo	<b>COORDENADAS:</b> Latitud: 622892.64 Longitud: 9522567.82
<b>FUNCION:</b>	<b>UBICACIÓN:</b>	
Se las usa para colocar información ampliada de atractivos y servicios en espacios en donde permita la colocación de este tipo de señal.	Se localiza en la cumbre del cerro chuqui.	
<b>MATERIALES:</b> Tendrán una dimensión de 2000mm.x1000 mm. <b>Sustrato:</b> 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. La señal estará conformada por tableros de la longitud deseada, éstos deben ser unidos mediante ensambles fijados con cola marina y prensados, las dimensiones del ensamble serán de 40 mm. x 20 mm. x 2000 mm. (longitud de la señal) <b>Plintos:</b> 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 parante. <b>Pantallas:</b> Las pantallas tendrán 2 componentes: La estructura de unión a los parantes, la misma que estará conformada por segmentos de madera de teca de 80 mm x 40 mm x n (longitud de la señal) + 80 mm, la que será unida al sustrato mediante 12 tirafondos de 2,5" o 63,5 mm, mismos que no deberán ser visibles, para lo cual se los ocultará con tarugos de madera de teca. <b>Parantes:</b> Los postes o parantes a las cuales se colocarán las pantallas serán compuestas por dos troncos rollizos de eucalipto inmunizado de al menos 120 mm de diámetro en su parte más delgada. En los parantes se realizará dos destajes de 80 mm de ancho x 40 mm de profundidad de forma perpendicular, de manera que los segmentos de madera de la estructura de la señal encajen perfectamente en los destajes. La pantalla se sujetará al parante mediante tirafondos de 5" que deberán ser incrustados desde la parte posterior del parante y ocultos mediante tarugos de madera de teca. <b>Techo:</b> En Zonas de clima semi-cálido, cálido: el techo estará conformado por duelas de madera inmunizada, una sobre otra.		
<b>MANTENIMIENTO:</b>	<b>COSTO \$</b>	
Revisión anual de la pintura, letras e imágenes o regeneración en caso de deterioro	600,00	
<b>OBSERVACIONES:</b> Se utiliza la simbología de lenguaje universal basado en el Manual de señalética del Ministerio de Turismo. En esta ficha constan 4 pictogramas de señalética dando un valor de 760\$.		

**Fuente:** Trabajo de Campo

**Elaboración:** Adrian Masache



**Cuadro N.- 66 Diseño y propuesta panel informativo llegada al cerro chuqui**



**Fuente:** Trabajo de Campo  
**Elaboración:** Adrian Masache

**Cumplimiento del tercer objetivo: Socializar la propuesta de turismo de aventura deporte extremo parapente en el cerro chuqui sector la Mandalá del cantón Macará Provincia de Loja.**

Para la socialización del presente objetivo se llevó a cabo con la presencia de los departamentos involucrados en la actividad turística del GAD Municipal del Cantón Macará y el Ministerio de Salud.

A continuación, se detalla las fases en las que se desarrolló la socialización:

**Fase1: Previa.** Para el cumplimiento del tercer objetivo titulado “Propuesta de Turismo de Aventura Deporte Extremo Parapente en el Cerro Chuqui sector la Mandalá del Cantón Macará Provincia de Loja”, la misma que luego de ser analizada y planteada adecuadamente bajo las normas establecidas para su diseño se procedió a la presentación mediante una exposición dirigida a todos los involucrados en la actividad turística del cantón. El mismo que en su fase inicial se contó con el apoyo de la Ing. Katherine Celi Riofrío Jefa Departamental de Turismo y el Ing. Diego Villareal Sánchez técnico de apoyo jefatura de turismo, los mismo que facilitaron todo lo necesario para llevar a efecto la socialización. Siendo oportuno mediante oficio solicitar fecha para la socialización del trabajo, además la invitación personal a cada uno de los participantes.

**Invitados a la Socialización (Anexo, pág. 188)**

- Ing. Roberto Carlos Viñan Rueda, Alcalde de Macará
- Ing. Katherine Celi Riofrío, Jefa Departamental de Turismo
- Ing. Diego Villareal Sánchez, Técnico de Apoyo de la Jefatura de Turismo
- Ing. Leyla Reyes, Directora de Planificación del GAD Municipal
- Ing. Adriana Sarango, Directora del Departamento de Obras Publicas y Alcantarillado del GAD Municipal
- Lic. David Gualan Vega, Teniente Político Parroquia Larama

- Lic. Merly Medina Montaña, Representante del Ministerio de Salud Pública del Hospital Básico Macará

Se preparó el respectivo material físico y audiovisual que permita el desarrollo eficaz de la propuesta del deporte extremo de aventura parapente.

**Fase 2: Ejecución.** El 22 de Marzo del presente año, en la ciudad de Macará, se llevó a cabo la socialización de los resultados obtenidos de la propuesta de Tesis: **“PROPUESTA DE TURISMO DE AVENTURA DEPORTE EXTREMO: PARAPENTE EN EL CERRO CHUQUI SECTOR LA MANDALÁ DEL CANTÓN MACARÁ PROVINCIA DE LOJA”**, en el salón del pueblo del GAD Municipal de Macará a las 10:00 am, a cargo del estudiante Erik Adrian Masache Gualan, alumno del décimo ciclo de la Carrera de Administración Turística de la Universidad Nacional de Loja.

Contando con la presencia de la mayoría de los invitados la socialización se desarrolló con el siguiente orden del día:

- a. Registro de los Invitados
- b. Bienvenida a los participantes y apertura del evento
- c. Socialización del proyecto de investigación “Propuesta de Turismo de Aventura Deporte Extremo Parapente en el Cerro Chuqui Sector la Mandalá del Cantón Macará Provincia de Loja”
- d. Conclusiones y Recomendaciones
- e. Agradecimiento y cierre de socialización
- f. Coffe Break

**Desarrollo de la Socialización: “Propuesta de Turismo de Aventura Deporte Extremo Parapente en el Cerro Chuqui Sector la Mandalá del Cantón Macará Provincia de Loja”**

## **Actividad**

Poner en consideración a los asistentes mediante esta socialización el diseño y elaboración de Propuesta de Deporte Extremo Parapente y proponer posibles soluciones para su ejecución.

### **a) Esquema del tema a tratar**

- Título
- Problemática
- Justificación
- Objetivos

### **b) Contenido de la propuesta**

- Diseño de la propuesta
- Mapa del Trayecto Parapente Macará
- Descripción del Deporte
- Equipo Necesario para Realizar el vuelo
- Diseño de la Marca o Logotipo
- Promoción
- Manual Parapente Macará
- Señalética
- Presupuesto Referencial

### **c) Agenda de Socialización**

10h00 am. Palabras de bienvenida a los asistentes a cargo del tesista Sr. Adrian Masache y registro de asistencia

10h10 am. Formulación de la Propuesta (Título, Problemática, Justificación, y Objetivos)

10h40 am. Desarrollo de la propuesta (Mapa del Trayecto Parapente Macará, Descripción del Deporte, Equipo Necesario para Realizar el vuelo, Diseño de

la Marca o Logotipo, Promoción, Manual Parapente Macará, Señalética, Presupuesto Referencial)

11h10 am. Recomendaciones y sugerencias de los asistentes

11h30 am. Agradecimiento y Coffe Break

### **Facilitador de la Socialización**

Sr. Erik Adrian Masache Gualan

Finalmente, la socialización concluye a las 11H30 am, luego de haber expuesto la propuesta a los representantes de cada uno de departamentos del GAD Municipal ligados al turismo como al Ministerio de Salud Pública y que hicieran llegar sus recomendaciones para mejorar la calidad de la propuesta.

### **Fase 3: Observaciones y sugerencias de la socialización**

#### **Sugerencias de la Socialización.**

- Pocas iniciativas de desarrollo en la actividad turística por parte de la población.
- Que la propuesta sea de conocimiento de todos los involucrados que brindan servicios turísticos.
- Gestionar recursos financieros con el sector privado y autoridades públicas para el desarrollo de la propuesta.
- Que las autoridades del Cantón Macará se vinculen más con la comunidad para así generar proyectos turísticos como deportes de aventura.
- Que el el GAD Municipal de Macará designe presupuesto para la promoción y difusión de los atractivos turísticos del cantón.

#### **Resultados de la Socialización**

- Felicitaciones por el empeño puesto en la realización de la propuesta de turismo de Aventura por parte de la Jefa Departamental de Turismo del

GAD Municipal del Cantón Macará, Ing. Katherine Celi Riofrio y el aporte al desarrollo en el ámbito turístico.

- Se pudo lograr que estén presentes todos los involucrados en la actividad turística del Catón Macará, para que den su punto de vista y recomendaciones acerca de la propuesta de turismo de aventura.
- La propuesta de turismo de aventura aportará al desarrollo del cantón y de los involucrados en la misma y permitirá mejorar las condiciones económicas de la ciudadanía.
- La Ing. Katherine Celi Riofrio recomienda que el deporte extremo parapente se debe considerar solo para personas de buen estado de salud, ya que las condiciones que trae este deporte extremo es de riesgo y de mucho esfuerzo físico.

## 6. DISCUSIÓN

La Investigación, **“Propuesta de turismo de aventura deporte extremo parapente en el cerro chuqui sector la mandalá del Cantón Macará Provincia de Loja”** se evidencio que el cantón Macará cuenta con patrimonios naturales que se los puede aprovechar para realizar deportes de aventura y crecer turísticamente de esa manera potenciar la economía del mismo. Por lo tanto, se escogió el cerro Chuqui, que está apto para realizar deportes extremos como lo es el parapente, se evidencia que este tipo de deporte ya fue realizado por una empresa particular el cual tuvo una buena acogida por parte de la comunidad.

El Cantón Macará años atrás ha sido escenario de Festivales Binacionales de Parapentismo, el cual ha logrado ser un atractivo que ha llamado la atención de turistas tanto nacionales como extranjeros, que gustan realizar deportes extremos, pero el escaso presupuesto por parte de las entidades gubernamentales hacia el GAD municipal del cantón Macará ha generado que la práctica de este deporte se vea limitado a realizarse únicamente en el mes de agosto por motivo de fiestas fronterizas. Estancando de esta manera el desarrollo del turismo en el cantón.

Las diferentes propuestas de turismo de aventura deporte extremo parapente existentes en el mundo poseen lo que el Cantón Macará goza de la mayoría de los componentes turísticos que se utilizan para que se pueda realizar un turismo de calidad; desde esta perspectiva se ejecutó esta investigación para aportar al desarrollo turístico de su territorio que finalizo con la creación de la Propuesta de Turismo de Aventura deporte extremo Parapente en el cerro chuqui sector la Mandalá del Cantón Macará Provincia de Loja, donde se le proporciono la debida importancia a la actividad de deportes de aventura, entregando a su población una alternativa de crecimiento en el sistema turístico.

## 7. CONCLUSIONES

Una vez finalizado el presente trabajo de investigación se concluye lo siguiente:

- El cantón Macará cuenta con atractivos turísticos naturales y culturales con características relevantes que permitió realizar la propuesta de deporte extremo parapente.
- La propuesta de turismo de aventura deporte extremo parapente Macará se constituye en un componente para la promoción y difusión del cantón y la provincia en el ámbito turístico.
- La idea de deporte extremo parapente en el cerro chuqui sector la Mandalá del cantón Macará provincia de Loja permitirá identificar al cantón como una comunidad que guarda sus costumbres y tradiciones como su relación con el entorno natural.
- Existe desinterés por parte de las autoridades cantonales y provinciales en vincularse en la actividad turística, lo que genera escases de proyectos que permita obtener presupuesto para incursionar.
- La falta de señalización turística de los atractivos y la planta turística del cantón Macará impide la ubicación e identificación de los visitantes.
- La “Propuesta de Turismo de Aventura Deporte Extremo Parapente en el Cerro Chuqui Sector la Mandalá del Cantón Macará Provincia de Loja” aportará al crecimiento turístico del lugar, y se convertirá en un factor de desarrollo, además contribuirá con información de los atractivos, brindando al turista facilidades para ubicarse en cada uno de ellos.



## 8. RECOMENDACIONES

- Al Ministerio de Turismo conjuntamente con el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Macará y todas las instituciones referentes al turismo, tomar en cuenta la propuesta de señalética que se encuentra en esta investigación para la identificación de los atractivos turísticos del cantón.
- Al Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Macará designar recursos económicos necesarios para generar el desarrollo de nuevos proyectos turísticos en la parroquia, con el fin de promocionar los atractivos turísticos.
- A las autoridades del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Macará considerar el proyecto en su plan anual de trabajo, lo cual permitirá mejorar la actividad turística en el sector y por ende la economía de sus pobladores.
- A los prestadores de servicios turísticos como hoteles, hostales, complejos recreacionales, restaurantes y establecimientos de esparcimiento del Cantón Macará e involucrados en esta actividad, esmerarse por brindar un excelente servicio y satisfacer las necesidades del turista durante su estancia en el cantón.
- Al Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Macará realizar proyectos donde se vinculen a los atractivos naturales y culturales con el propósito de fortalecer la propuesta de turismo de aventura deporte extremo parapente.

- Al Ministerio de Turismo conjuntamente con el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Macará y todas las instituciones referentes al turismo, tomar en cuenta la propuesta de señalética que se encuentra en esta investigación para la identificación de los atractivos turísticos del cantón.
- Al Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Macará difundir la “Propuesta de Turismo de Aventura Deporte Extremo Parapente en el Cerro Chuqui Sector la Mandalá del Cantón Macará Provincia de Loja”, en los diferentes puntos de información turística del cantón y provincia de Loja como en las diferentes redes sociales.
- A la cámara de turismo de la ciudad de Loja CAPTUR, realizar estrategias de promoción y difusión de la Propuesta de Turismo de Aventura Deporte Extremo Parapente en el Cerro Chuqui Sector la Mandalá del Cantón Macará Provincia de Loja, con el propósito de comercializar la propuesta y tenga una buena acogida por los turistas.

## 9. BIBLOGRAFIA

ALCAÑIZ, Magdalena. (2013: 3). *Los espacios aereos y el vuelo libre*. Madrid.

ARIAS, Daniel. (2010: 3). *Deportes de riesgo*.

Deportes Extremos. (2013). *Guiafitness*. Obtenido de <https://guiafitness.com/el-parapente.html>

*Ecos Travel* . (14 de junio de 2017). Obtenido de <https://www.ecostravel.com/ecuador/ciudades-destinos/loja.php>

Fundacion VIHOMA. (2010: 2). Turismo comunitario. *Stella de la Torre*.

GONZALEZ, María. Esther. (Septiembre de 2008: 16). *Desarrollo Rural*. Obtenido de <http://www.iica.ac.cr/Esp/organizacion/LTGC/agroturismo/Estudios%20Andina/Turismo%20Rural%20en%20Ecuador.pdf>

LATIESA, Margarita., & PANIZA, José. Luis. (2006: 135). Turistas deportivos. *Revista Internacional de sociologia*.

Loja parapente Club. (19 de Julio de 2013). *andes, Agencia Publica de noticias de Ecuador y Suramerica*. Obtenido de Macará, en el sur del Ecuador, será la sede del Primer Festival Binacional de Parapente: <http://www.andes.info.ec/es/deportes/macara-sur-ecuador-sera-sede-primer-festival-binacional-parapente.html>

MELGOSA, Francisco. Javier. (2007: 23). *Codigo Turismo*. Madrid: La Ley.

MINTUR. (2011: 13). *MANUAL DE SEÑALIZACION TURISTICA*.

NAVARRA, Daniel. (2015). Recursos Turisticos y Atractivos Turisticos: Conceptualización, Clasificación y Valoración. *Cuadernos de Turismo*, 336.

NICOLAU , José. Luis. (2010). *Producto Turistico*. Alicante.

- NOGUERA, Johan., PITARCH , Dolores., & ESPARCIA, Javier. (2009: 34). *Gestión y promoción del desarrollo local*. Valencia: Universidad de Valencia.
- PEÑALVER, María. Teresa. (2004:180). El turismo activo como alternativa y complemento al modelo turístico en la region de Murcia. *Cuadernos de turismo*.
- PEREZ PORTO, Julian. (s.f. de 2014: 23). *Definicion.DE*. Obtenido de Turismo de Aventura: <https://definicion.de/turismo-aventura/>
- PLANDETUR . (2007). *DISEÑO DEL PLAN ESTRATÉGICO DE DESARROLLO DE TURISMO SOSTENIBLE PARA ECUADOR*.
- QUESADA CASTRO, Renato. (2007: 56). *Elementos del turismo*. San José: Universidad Nacional a Distancia.
- RICAURDE, Carla. (2009: 11). *Manual para el diagnostico turístico local*. Politecnica del litoral.
- SANCHEZ, Carlos. (15 de Abril de 2017). *eltelegrafo*. Obtenido de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/regional/1/los-deportes-de-aventura-de-banos-son-una-alternativa-para-este-feriado>
- URRIBARRES JUSTIZ, Sandra. (2016: 12). *Diccionario de parapente*. La Habana: Universidad de la Habana.
- VERA , Fernando., & BAÑOS, Carlos. (2010: 331). Renovacion y reestructuracion de los destinos turísticos consolidados del litoral. *Investigaciones Turísticas*.

## 10. ANEXOS

### Anexo N. 1: Anteproyecto de Tesis



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**  
**FACULTAD JURIDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA**  
**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURISTICA**

“Propuesta de Turismo de Aventura deporte extremo: Parapente en el cerro Chuqui sector la Mandalá del cantón macará provincia de Loja”

Anteproyecto de tesis previo a la obtención del título de ingeniera en Administración Turística

**ASPIRANTE:**

Erik Adrian Masache Gualan

**1859**

**LOJA – ECUADOR**  
**2017**

**1. TEMA:**

**“PROPUESTA DE TURISMO DE AVENTURA DEPORTE EXTREMO:  
PARAPENTE EN EL CERRO CHUQUI SECTOR LA MANDALÁ DEL  
CANTÓN MACARÁ PROVINCIA DE LOJA”**

## **2. PROBLEMÁTICA**

El Turismo de Aventura es una actividad que implica exploraciones o viajes con una percepción y posiblemente, existencia real de riesgos, y que potencialmente requiere de destrezas especiales o de ciertas condiciones físicas (Perez Porto, 2014: 23). El parapente es considerado como una disciplina aérea, el objetivo de este deporte es alcanzar alturas valiéndose de corrientes de aire ascendentes, que pueden ser llamadas térmicas o las corrientes de ladera conocidas como dinámicas. (Alcañiz, 2013: 3)

El parapente alrededor del mundo es una actividad del turismo de aventura muy recomendada y practicada por los turistas que gustan de este deporte extremo, algunos de los lugares donde más practican este deporte extremo es: Ciudad del Cabo – Sudáfrica, Kuala Lumpur – Malasia, Mont Blanc - Francia, en los países latinoamericanos tenemos a Rio de Janeiro – Brasil, Famatina Riojas – Argentina, Iquique – Chile, poco a poco se ha ido consolidando como una práctica deportiva de gran éxito en nuestro país Ecuador ya que desde hace 5 años esta actividad se realiza en el cantón de Pelileo sobre el cerro Niton aquí además de practicarlo cuentan con una escuela de vuelo con la finalidad de poder instruir a personas de la localidad como a turistas tanto nacionales como extranjeros.

En Macará también se practicó este deporte extremo fue sede del primer Festival Binacional de Parapente Ecuador – Perú que se realizó en agosto del año 2012. "Loja Parapente Club" como organizador del evento exploró toda la región sur de nuestro país en busca de elevaciones montañosas que permitan el desarrollo del parapentismo llegando a la conclusión que el cantón Macará tiene excelentes condiciones para realizar este deporte extremo porque tiene excelentes condiciones climáticas y vientos favorables que hacen posible la realización de este deporte y cuenta con dos principales cerros claves para

los parapentistas, uno de ellos es el cerro Chuqui con 1.800 metros de altura y el cerro Carmen con 1.200 metros. (Loja parapente Club, 2013)

Sin embargo, de contar con todas las posibilidades para realizar este deporte extremo el poco interés por parte de las autoridades del cantón impide que a este atractivo turístico se lo explote en su máximo esplendor ocasionando así la poca afluencia de turistas la falta promoción del mismo pues a los turistas no les llama la atención visitar y conocer sus riquezas turísticas que el cantón Macará les puedes ofrecer.

El mal estado de la vía para llegar al cerro y poder realizar el parapentismo también es otro problema que afecta tanto a moradores del sector como a los turistas que deseen realizar el deporte extremo, esto ocurre a menudo las fechas invernales dañando la vía en su totalidad impidiendo el paso de carros, motos, bicicletas etc.

La temporalidad es otro problema que afecta al cantón tanto en lo turístico como en lo económico por que los turistas tanto nacionales como extranjeros visitan el mismo solo en su temporada festiva como lo es en los meses de agosto y septiembre donde Macará tiene mayor afluencia de visitantes los demás meses no tenemos visitas. Dejando al cantón con pocos ingresos económicos y escasa actividad turística.

Para la solución de este problema anteriormente mencionado hemos tomado la decisión de hacer una PROPUESTA DE TURISMO DE VENTURA DEPORTE EXTREMO: PARAPENTE EN EL CERRO CHUQUI SECTOR LA MÁNDALA, DEL CANTÓN MACARÁ PROVINCIA DE LOJA.



### **3. JUSTIFICACIÓN**

En lo académico la investigación es necesaria ya que La Universidad Nacional de Loja, requiere la elaboración de un trabajo de tesis, previa la obtención del título de Ingeniería en Administración Turística; con el propósito de generar nuevas alternativas turísticas, productos que permitan poner en conocimiento lo aprendido en la vida universitaria frente a la sociedad.

La presente investigación tiene la finalidad de potenciar al cantón Macará involucrando todos los lugares turísticos de máxima relevancia que cuenta el mismo, a la vez mediante la difusión poder atraer a turistas tanto nacionales como extranjeros que vengan visiten y conozcan todos los servicios y atractivos turísticos naturales que les podemos ofrecer.

Los primeros beneficiarios son los turistas ya sean nacionales y extranjeros que gusten de realizar el parapentismo también al Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) que contarán con la propuesta de turismo de aventura que servirá para diversificar actividades turísticas en el cantón Macará.

A partir de la propuesta de poder realizar parapentismo, se beneficiarán económicamente el sector terciario o de servicios de transporte, sanidad, cultura, ocio, turismo y comercio de forma directa e indirecta además aquellas personas que trabajan dentro del sector principalmente hotelero, de alimentación, recreación, vendedores, etc. Puesto que la propuesta pretende desarrollar y activar actividades ligadas al turismo de aventura en este caso al deporte extremo parapente, y con esta actividad se podría dinamizar la demanda actual o existente dentro del mercado turístico del Cantón Macará.

El cerro chuqui, tiene una gran potencia turística por lo que se cree importante la elaboración de una propuesta de Turismo de Aventura Deporte Extremo Parapente, que genere interés en el cantón y sus alrededores; que ayude a favorecer al mismo turísticamente y dar a conocer a los turistas que disfruten de realizar parapentismo y sepan que aquí se puede realizar este deporte sin ningún problema teniendo en cuenta las medidas de seguridad.

#### **4. OBJETIVOS**

##### **Objetivo General:**

- DISEÑAR UNA PROPUESTA DE TURISMO DE AVENTURA DEPORTE EXTREMO 'PARAPENTE' EN EL CERRO CHUQUI SECTOR LA MÁNDALA DEL CANTÓN MACARÁ PROVINCIA DE LOJA.

##### **Objetivos Específicos:**

- REALIZAR EL DIAGNOSTICO TURISTICO PARA EL DESARROLLO DE TURISMO DE AVENTURA DEPORTE EXTREMO "PARAPENTE" EN EL CERRO CHUQUI SECTOR LA MÁNDALA DEL CANTÓN MACARÁ PROVINCIA DE LOJA.
- ELABORAR LA PROPUESTA DE TURISMO DE AVENTURA DEPORTE EXTREMO 'PARAPENTE' EN EL CERRO CHUQUI SECTOR LA MÁNDALA DEL CANTÓN MACARÁ PROVINCIA DE LOJA.
- SOCIALIZAR LA PROPUESTA DE TURISMO DE AVENTURA DEPORTE EXTREMO 'PARAPENTE' EN EL CERRO CHUQUI SECTOR LA MANDALA DEL CANTÓN MACARÁ PROVINCIA DE LOJA A LOS ACTORES CLAVES.

## **5. MARCO TEORICO:**

### **5.1 Turismo**

#### **5.1.1 Tipos de Turismo**

#### **5.1.2 Turismo de Aventura**

##### **5.1.3 Tipos de Turismo de Aventura**

##### **5.1.3.1 Turismo Comunitario**

##### **5.1.3.2 Turismo Rural**

### **5.2 Visitante**

#### **5.2.1 Turista**

#### **5.2.2 Turista Excursionista**

#### **5.2.3 Turista Deportista**

### **5.3 Sistema Turístico**

### **5.4 Atractivos Turísticos**

#### **5.4.1 Clasificación de los atractivos turísticos**

### **5.5 Guía Turística**

#### **5.5.1 Guías de Turismo**

##### **5.6.1.1 Tipos de guías de turismo**

### **5.6 Diagnostico Turístico**

#### **5.6.1 Propósitos del diagnóstico turístico**

#### **5.6.3 Fase del diseño del diagnostico**

### **5.7 Producto Turístico**

#### **5.7.1 Condiciones del producto turístico**

#### **5.7.2 Niveles del producto turístico**

#### **5.7.3 Clasificación de los productos turísticos**

#### **5.7.4 Líneas de producto turístico**

**5.7.5 Promoción**

**5.7.6 Instrumentos de promoción**

**5.7.7 Promoción turística**

**5.7.8 Objetivos de la promoción turística**

**5.7.9 Que se debe tener en cuenta para la promoción turística**

## **5.8 Deportes Extremos**

**5.8.1 Tipos de deportes extremos**

## **5.9 Parapente**

**5.9.1 Historia del parapente**

**5.9.3 Partes de un parapente**

**5.9.4 Características de un parapente**

**5.9.5 Tipos de Vuelo**

## **6. Señalética Turística**

**6.1 Elementos de la señalética turística**

**6.2 Tipos de señalética turística**

## **7. Componentes gráficos**

**8. Técnica de socialización – Método de análisis rápido y planificación participación (MAARPP)**

## **6. Marco Referencial**

### **6.1. Cantón Macará**

**6.1.2** Datos Generales

**6.1.4** Reseña Histórica

**6.1.5** Gastronomía

**6.1.6** Cultura

**6.1.7** Festividades

**6.1.8** Atractivos Turísticos

### **6.2 Parroquia Eloy Alfaro**

**6.2.1** Cerro chuqui

## **6. METODOLOGIA:**

Para el desarrollo idóneo del presente proyecto se empleó los siguientes métodos: Método Analítico, Método Científico, Método Descriptivo, los cuales facilitan el desarrollo de la investigación los procesos y actividades para llegar a realizar una **PROPUESTA TURISMO DE AVENTURA EN EL CERRO CHUQUI DEPORTE EXTREMO: PARAPENTE, SECTOR LA MÁNDALA EN EL CANTÓN MACARÁ PROVINCIA DE LOJA.**

### **6.1 Métodos**

**6.1.1 Método analítico:** Este método tiene como objetivo llegar a conocer los aspectos esenciales y las relaciones fundamentales que se manifiestan en el cerro, el análisis que se realizará servirá de gran ayuda para la demostración de los diferentes problemas que existen en el lugar de estudio.

**6.1.2 Método científico:** El mismo que abarca procesos lógicos que permiten acentuar los hechos internos y externos del cerro chuqui y llegar a los medios óptimos para la aplicación de turismo de aventura deporte extremo parapente del mismo y obtener resultados positivos.

**6.1.3 Método inductivo:** Este método servirá para realizar un estudio de las particularidades del turismo de aventura, permitiendo de esta manera conocer su incidencia natural y social y económica.

**6.1.4 Método deductivo:** Es este método se determinará las conclusiones que se han ocasionado en base a la problemática, necesidades y propuestas que asuman criterios técnicos en aspectos turísticos para el beneficio del deporte de aventura parapente, fomentando el potencial turístico del sector.

**6.1.5 Método descriptivo:** Este método se fundamenta en describir cada uno de los componentes del sistema turístico, esto se lo puede realizar de manera fotográfica. Su meta no se limita a la recolección de datos, si no a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables.

### **Metodologías y Técnicas por Objetivos**

#### **Matriz para Diagnostico Turístico de Carla Ricaurte Quijano**

Para determinar la oferta turística partiremos del diagnóstico realizado mediante la matriz de Carla Ricaurte Quijano, tomando como punto importante a considerar la infraestructura turística que cuenta el cantón Macará y el cerro chuqui.

#### **Encuesta:**

Mediante la técnica de la encuesta, podremos obtener información primaria para efectuar el diagnostico, determinando la demanda de productos y servicios turísticos que nos faciliten preparar la propuesta de acuerdo con la segmentación de mercado, identificando el perfil del turista que visite el cerro chuqui.

Esta técnica también nos permitirá obtener información para desarrollar el plan de promoción y difusión del proyecto turístico.

#### **Entrevista:**

Mediante una conversación cara a cara entre el entrevistador y el entrevistado, utilizando la ficha de inventario de oferta y demanda de turismo de aventura,



se recopilará la información relacionada con la oferta y demanda turística en la zona.

### **Técnica de observación Directa**

Mediante esta técnica se podrá conocer la realidad del cerro chuqui y el potencial Turístico con el que cuenta este lugar, y así realizar la propuesta de turismo de aventura deporte extremo parapente.

- **Para el desarrollo del segundo objetivo:** Elaborar la propuesta de turismo de aventura deporte extremo parapente, en el cerro chuqui sector la mandalá del cantón Macará provincia de Loja, se realizará de acuerdo con la siguiente metodología:
  - ❖ Identificación y Zonificación de las áreas de uso turístico.
  - ❖ Definición de las actividades y servicios turísticos a ofrecer
  - ❖ Determinación de la infraestructura e insumos necesarios.
  - ❖ Elaboración de la propuesta de promoción del producto turístico.
  
- Para el desempeño del tercer objetivo: Socializar la propuesta de turismo de aventura deporte extremo parapente, en el cerro chuqui sector la mandalá del cantón Macará provincia de Loja a los actores claves, se desarrollará:
  - ❖ Un taller de socialización, en el que se dará a conocer la propuesta turismo de aventura deporte extremo: parapente, en el cerro chuqui sector la mandalá del cantón Macará provincia de Loja, a los actores claves, y por medio de operadoras turísticas e internet a los posibles demandantes de este producto; basados en la técnica del MAARP y utilizando la propuesta de promoción del producto turístico determinado en objetivo 2.

La técnica del MARPP en la que se desarrolla la socialización se ejecutará en tres fases: Inicial (Previa); ejecución y resultados.

## 7. CRONOGRAMA

**CUADRO N.1  
CRONOGRAMA DEL ANTEPROYECTO SOLO ESTA HOJA VA HORIZONTAL**

MESES	1		2				3				4				5				6			
Objetivo 1																						
Visita in situ	X	X																				
Recopilación de información			X	X	X	X																
Procesamiento de información							X	X	X	X	X	X										
Objetivo 2																						
Georreferencia			X																			
Elaboración de la propuesta												X	X	X	X	X	X					
Objetivo 3																						
Socialización del proyecto																	X	X				
Borrador de tesis																			X	X		
Pedido Tribunal																				X	X	

### **3. RECURSOS Y PRESUPUESTO:**

#### **Recursos Humanos**

- El desarrollo de la investigación está a cargo del aspirante a la Ingeniería en Administración Turística Sr. Erik Adrian Masache Gualan
- Directora de Tesis: Ing. Melva Jaramillo Hidalgo.
- Gobierno autónomo descentralizado del cantón Macará

#### **Recursos Materiales**

- Material de escritorio: papel bond, carpetas, borrador, lápices, esferos
- Gastos de empastado
- Material de consulta: Matriz de Carla Ricaurte
- Impresiones de tesis
- Bibliografía: libros, revistas, folletos, inteenet, informes, tesis
- Computadora Laptop
- Impresora
- Cámara Digital
- GPS
- Flash memory
- Transporte, alimentación, movilización, salidas de campo

## 8.1 Presupuesto

## CUADRO N. 2

CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
	Material de escritorio	120.00	120.00
	Copias	30.00	30.00
2	Alquiler proyector	40.00	40.00
	Material Bibliográfico	50.00	50.00
1	Cámara	300.00	300.00
	Computadora Portátil	500.00	500.00
1	Flash Memory de 16GB	30.00	30.00
4	Impresiones	120.00	120.00
5	Resmas de Papel Bond	4.00	20.00
	Transporte, alimentación, movilización, salidas de campo.	400.00	400.00
	Documentos Administrativos	60.00	60.00
	Materiales para Taller ( carpetas, hojas, esfero gráficos, identificativos, alimentación)	200.00	200.00
	Imprevisto	101.00	101.00
<b>TOTAL</b>			<b>931.00</b>

**Fuente:** Observación Directa

**Elaboración:** Erik Adrián Masache Gualan

## 8.2 Financiamiento

Todos los gastos generados en el presente proyecto serán financiados en su totalidad por el autor.

#### 4. Bibliografía

- Administrador. (13 de Diciembre de 2014). *PARAPENTE MADRID... Vive la Aventura !* Obtenido de <http://www.parapentemadrid.es/breve-historia-del-parapente/>
- Alcañiz. (2013, pag 3). *Los espacios aereos y el vuelo libre*. Madrid .
- Gardey, J. P. (2012). *Definicion.DE*. Obtenido de <https://definicion.de/turismo/>
- Gardey, J. P. (2012). *Definicion.DE*. Obtenido de <https://definicion.de/guia-turistica/>
- Loja parapente Club. (19 de Julio de 2013). *andes, Agencia Publica de noticias de Ecuador y Suramerica*. Obtenido de Macará, en el sur del Ecuador, será la sede del Primer Festival Binacional de Parapente: <http://www.andes.info.ec/es/deportes/macara-sur-ecuador-sera-sede-primer-festival-binacional-parapente.html>
- Merino, J. P. (2012). *Definiciones.DE*. Obtenido de <https://definicion.de/turismo-rural/>
- Merino, J. P. (2012). *Definiciones.DE*. Obtenido de <https://definicion.de/deporte/>
- Merino, J. P. (2014). *Definicion.DE* . Obtenido de <https://definicion.de/promocion-turistica/>
- Merino, J. P. (2014). *Definiciones.DE*. Obtenido de <https://definicion.de/turismo-aventura/>
- Merino, J. P. (2014). *Definicon.DE*. Obtenido de <https://definicion.de/promocion/>

- Merino, J. P. (2015 ). *Definicion.DE*. Obtenido de <https://definicion.de/producto-turistico/>
- Moreno, L. (11 de Julio de 2005). *desarrolloweb.com*. Obtenido de <https://desarrolloweb.com/articulos/2063.php>
- Nole, V. C. (12 de Septiembre de 2011). *veronica destinos turisticos UAP* . Obtenido de <http://veronicadestinosturisticosuap.blogspot.com/2011/09/definiciones-de-producto-y-paquete.html>
- Perez Porto, J. (s.f. de 2014). *Definicion.DE*. Obtenido de Turismo de Aventura: <https://definicion.de/turismo-aventura/>
- Serisan. (Enero de 2016). *SERISAN comunicacion grafica* . Obtenido de <http://serisan.com/senalizacion-turistica/>
- Velez, S. (10 de Mayo de 2016). *PREZI* . Obtenido de <https://prezi.com/xxkrohkw1qm/tipos-de-vuelo-en-parapente/>

## 5. ANEXOS



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**  
**FACULTAD JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA**  
**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA**  
**Entrevista**

Con el objetivo de obtener información para la realización del trabajo de investigación, y así conocer la situación actual del Cantón Macará, le solicito se digne a responder el siguiente cuestionario:

**ENTREVISTADO:** Ing. Diego Villareal

**CARGO:** Jefe Departamental de Turismo

**1. ¿Cómo considera usted el desarrollo turístico de la localidad?**

El desarrollo del turismo en nuestro cantón es un poco ilimitado ya que le hace falta el mejoramiento de los servicios básicos, las vías de acceso a algunos atractivos no se encuentran en buen estado, lo que conlleva a que el turismo no se desarrolle en su totalidad.

**2. Según su criterio ¿Cuáles son las necesidades turísticas de la localidad?**

Senderos, mantenimiento de los lugares, señalización para llegar a los atractivos.



**3. ¿Según su punto de vista cuales cree usted que son los atractivos turísticos que más visitan los turistas al momento de llegar a Macará?**

Principalmente los mas visitados son los balnearios como lo es Fondos Azules ya que son piscinas naturales formadas en roca, La lajilla otro balneario que es muy visitado por turistas ya que últimamente fue regenerado su infraestructura para dar mayor comodidad a turistas y personas de aquí mismo del cantón.

**4. Cree usted ¿Qué los atractivos cuentan con las condiciones necesarias para ser visitados por los turistas?**

No, ya que para acceder a estos lugares hace falta senderos y señalización de los mismos.

**5. ¿Cree usted que el desarrollo de una propuesta de turismo de aventura deporte extremo parapente ayudaría a fortalecer el desarrollo turístico local?**

Si porque el parapente ya fue practicado en Macará hace algunos años y fue un evento binacional de gran éxito, fue algo nuevo y novedoso que se realizaba en nuestro cantón llamando la atención de todos. Y si ayudaría a fortalecer el turismo ya que sería un buen producto turístico que ofrecer.

## Anexo N. 2: Petición para realizar la Socialización en el GAD de Macará.



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

Loja, 21 de Marzo de 2018

Ing.  
Roberto Carlos Viñan Rueda  
Alcalde del Cantón Macará

Ciudad. -

De mis Consideraciones:

Por medio de la presente reciba un cordial saludo y a la vez los mejores deseos de éxito de su función al frente de tan prestigioso Cantón.

Comunico a su autoridad, que una vez realizada la investigación y propuesta del segundo objetivo de la tesis, denominado "PROPUESTA DE TURISMO DE AVENTURA DEPORTE EXTREMO: PARAPENTE, EN EL CERRO CHUQUI SECTOR LA MANDALÁ DEL CANTÓN MACARÁ PROVINCIA DE LOJA " cúmpleme informar y a la vez invitar a su persona como al personal vinculado al turismo de su digno cantón, para que asistan a la socialización de la investigación del estudiante **ERIK ADRIAN MASACHE GUALAN**, con número de cedula 1105235871; a realizarse el día jueves 22 de marzo del presente año a las 10h00 en el salón del GAD Municipal, para así cumplir con los objetivos propuestos de la misma.

Con estos antecedentes me permito solicitar muy comedidamente se autorice a quien corresponda se le den las facilidades del caso para cumplir con la socialización de los resultados obtenidos y así efectivizar los productos de investigación a favor de la comunidad y sobre todo del cantón.

Por la favorable acogida a la presente, le anticipo mis debidos agradecimientos.

Atentamente.

Dra. Rocío Toral Tinitana  
C.I. Nro. 0701783219  
DIRECTORA DE LA CARRERA



G.A.D. MUNICIPAL CANTÓN MACARÁ  
RECEPCIÓN DE DOCUMENTOS

21 MAR 2018

HORA:

16H40

TRAMITE No. 00959.1

FIRMA:

## Anexo N. 3: Modelo de Invitación de la Socialización



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

### INVITACIÓN

Se invita a la jefa departamental de turismo, Ing. Katherine Celi Riofrío, a participar en la socialización de la propuesta del tercer objetivo del proyecto de tesis: "PROPUESTA DE TURISMO DE AVENTURA DEPORTE EXTREMO PARAPENTE EN EL CERRO CHUQUI SECTOR LA MANDALÁ DEL CANTÓN MACARÁ PROVINCIA DE LOJA", que se realizará el día jueves 22 de marzo del presente año a las 10h00, en el salón del pueblo del GAD Municipal.

Por la favorable acogida a la presente, le anticipo mis debidos agradecimientos.

RECIBIDO  
KATHERINE CELI R.  
21-03-2018  
10:00

Loja, 21 de marzo de 2018

**Anexo N. 4: Hoja de registro de la Socialización**



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA  
FACULTAD JURIDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA  
CARRERA DE ADMINISTRACION TURISTICA  
"DEPORTE EXTREMO PARAPENTE MACARÁ"**

**REGISTRO DE ASISTENCIA PARA LA PROPUESTA DEL 22 DE MARZO**

N°	NOMBRES Y APELLIDOS	CARGO O FUNCIÓN	N° DE CÉDULA	FIRMA
1	Diego Villarreal Sanchez.	TECNICO ASISTENTE SERVICIO TECNICO CADIZADO	1104500481	
2	Leyle Reyes	DIRECTOR PLANIFICACION CICLO GAD TUDORA	1104308125	
3	KATHERINE CEN ROPRÍO	JEFE DE LA UNIDAD DE TURISMO	1104536592	
4	Adriana Saenz	Director EOPP	1105030702	
5	David Gualán Vega	Teniente Político Larama	1104552276	
6	Merly Medina Montano.	Ministerio de Salud Pública. H.B.M.	1104170798.	

## Anexo N. 5: Certificación



# Alcaldía de Macará

¡Centinela del sur! tu civismo, es preclara virtud que deslumbra;  
Y tú heroico, sin par patriotismo, una estela de luz inmortal!



Ing. Roberto Carlos Viñan Rueda  
ALCALDE DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL  
DEL CANTÓN MACARÁ

Macará, 26 de Marzo de 2018

A petición de parte interesada,

## CERTIFICA:

Que el señor: ERIK ADRIAN MASACHE GUALÁN, portador de la cédula de ciudadanía N° 110523587-1, el día jueves 22 de marzo/2018, en las instalaciones del salón del pueblo del GADMM, expuso su investigación de tesis denominada "PROPUESTA DE TURISMO DE AVENTURA DEPORTE EXTREMO: PARAPENTE, EN EL CERRO CHUQUI, SECTOR LA MANDALÁ DEL CANTÓN MACARÁ, PROVINCIA DE LOJA". Cumpliendo así con uno de sus objetivos propuestos.

Es cuanto puedo certificar, por lo que se extiende el presente para los efectos legales que al interesado convenga.

Dios bendiga nuestro pueblo,

  
Ing. Roberto Carlos Viñan Rueda  
ALCALDE DEL CANTÓN MACARÁ



*Dios bendiga Nuestro Pueblo*



## Anexo N. 6: Proforma de la Promoción

 **metamorfosis**  
objetos personalizados

PROFORMA

Loja, 26 de Marzo del 2018

Ciente: Adrían Masache  
Dirección: Nicolás García y Mercadillo

RUC/Ct: 1105235871  
Tlf: 0993638878

Estimado cliente, ponemos a su disposición la siguiente proforma, de varios productos que ofertamos al por mayor, con la mejor calidad en impresión dentro de nuestro mercado.

Cantidad	Detalle	Valor Unit.	Valor Total
100	Corras azul marino tipo camionero con impresión full color	7,00	700,00
100	Camisetas azul marino impresión full color solo frente	12,00	1200,00
100	Tomatodos blancos o plateados de aluminio con impresión full color	9,00	900,00

SUBTOTAL 2800,00  
IVA 336,00  
TOTAL 3136,00

Estimado Cliente: La proforma tiene validez de 8 días, y para trabajos de alto volumen, rogamos consultar antes nuestro stock. Estos precios se los hacemos conocer independientemente del stock de nuestros productos en lo que respecta a colores o disponibilidad física. Teniendo en cuenta, que para poder realizar el trabajo necesitamos un anticipo mínimo del 60% del valor total.

POR TEMPORADA EL STOCK ES TOTALMENTE VARIABLE.

  
Miguel A. Rodríguez B.  
GERENTE

 **metamorfosis**  
Miguel A. Rodríguez B.  
RUC: 110350702400

Bernardo Valdivieso 11-60 e/ Mercadillo y Azuay  
(Junto a la Plazoleta 1ero de Mayo)  
072-565246/0996116398  
metamorfosis.pedidos@gmail.com




# Anexo N. 8: Material Audiovisual de la Socialización

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**  
 FACULTAD JURIDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA  
 CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA

TEMA  
**"PROPUESTA DE TURISMO DE AVENTURA DEPORTE EXTREMO: PARAPENTE EN EL CERRO CHUQUI SECTOR LA MANDALÁ DEL CANTÓN MACARÁ PROVINCIA DE LOJA"**

ASPIRANTE  
**ERIK ADRIAN MASACHE GUALAN**

LOJA – ECUADOR 2018



### Primer Objetivo: Diagnostico Turístico

**Datos Generales:**

- Ubicación
- Limites
- Población
- Oferta de Servicios
  - Alojamiento
  - Alimentación
  - Españamiento
  - Otros servicios
- Infraestructura de servicios básicos
  - Distancias
  - Vías de acceso
  - Comunicaciones
  - Sanidad
  - Gobernanza
  - Comunidad receptora
  - Demanda



### Atractivos Turísticos

- Iglesia Macará
- Parque Altar Patrio
- El Resbaloncito



### FODA MATRIZ DE ESTRATEGIAS

<b>ESTRATEGIA FO</b> 1. Planificar la propuesta de turismo de Aventura en el cerro chuqui sector la Mandalá del cantón Macará Provincia de Loja. [F2,F3,F4,F5,O1]	<b>ESTRATEGIA DO</b> 1. Proponer un manual de deporte de aventura deporte extremo parapente que se oferte en el cantón Macará (D1, D2, O4, O5)
<b>ESTRATEGIA FA</b> 1. Proponer la teleférica, como apoyo a guía para el turista que desee llegar al cerro chuqui para realizar parapente. [A1, F2]	<b>ESTRATEGIA DA</b> 1. Diseñar la propuesta para realizar turismo de aventura Parapente (D1, D2, A2) 1. Socializar la Propuesta de turismo de aventura Parapente a las principales autoridades del cantón y ciudadanía. [D1,D2,DA,AS]

**Segundo Objetivo:** Elaborar la propuesta de turismo de aventura deporte extremo parapente en el cerro chuqui sector la mandalá del cantón Macará Provincia de Loja.

### TRAYECTO DE PARAPENTE EN MACARÁ



**LEYENDA**

- Ruta de Vuelo
- Sectores
- Ruta en subterráneo
- Atalayas Turísticas
- Punto de Inicio
- Quedada permanente
- Calle en área construida
- Quedada
- Carrilero de vehículos
- Vía teleférica
- Vía telefónica

**DISTANCIAS**

- Ruta en ascenso: 202,2 Km
- Quedada: 0,1 Km
- Ruta de vuelo: 0,4 Km

**TRAYECTO DE PARAPENTE EN MACARÁ**

PROYECTO: 2018  
 AUTOR: ERIK ADRIAN MASACHE GUALAN  
 INSTITUCIÓN: UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA



► **OBJETIVOS**

**Objetivo General:**

- Brindar un servicio de calidad en deportes de aventura, aprovechando las ventajas de los recursos naturales que el cañón Macará proporciona, facilitando a la población y turistas nacionales y extranjeros la práctica del deporte extremo parapente.

**Objetivos Específicos:**

- Innovación de la oferta turística en el cañón Macará.
- Brindar un servicio de calidad
- Ofrecer la mayor seguridad posible para la realización del deporte extremo parapente.
- Mejorar la economía del cañón.

**JUSTIFICACIÓN**

► **DESCRIPCIÓN DEL DEPORTE**

► **EQUIPO NECESARIO PARA REALIZAR EL VUELO**




**LOGOTIPO**



**PROMOCIÓN**

- Redes Sociales
- Radio y Televisión Local
- Camisetas, gorras y tomafotos




**Manual Parapente Macará**

1. Aprendizaje e Introducción
2. Como Iniciar el vuelo
3. Primeras Experiencias
4. Las horas de vuelo
5. Condiciones Físicas
6. Estado de salud y forma física
7. Condiciones meteorológicas
8. Tipos de vientos
9. Clima
10. Condiciones ideales
11. Características de la pista de despegue y aterrizaje
12. Normas de seguridad y Recomendaciones



**Cotización detallada del paquete turístico deporte extremo parapente Macará**

- ▶ Tiempo: 2 horas
- ▶ Dificultad: Normal
- ▶ **Incluye:**
  - ▶ Transporte Macará punto de encuentro hacia el cerro chuqui
  - ▶ Pilotos especializados en parapente
  - ▶ Equipos especializados
  - ▶ Botella de agua
- ▶ **No incluye:**
  - ▶ Gastos personales

**COSTO POR PAX 20\$**



**PRESUPUESTO REFERENCIAL DE EQUIPO, PROMOCION Y SEÑALETICA**

ARTICULOS	CANTIDAD	VALOR TOTAL
Equipo	12	29616
Promocion	5	3307
Señaletica	11	3958
<b>TOTAL</b>		<b>36881</b>
5% Imprevisto		1844
<b>PRESUPUESTO TOTAL</b>		<b>38725</b>

**GRACIAS**



## Anexo N. 9: Fotografías de la Socialización



**Fuente:** Trabajo de Campo  
**Elaboración:** Adrian Masache

## Anexo N. 9: Fichas para el levantamiento y jerarquización de Atractivos Turísticos



FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																																
Código del atractivo:	1	1	0	8	0	2	M	C	0	1	0	4	0	2	0	0	1															
	Provincia	Cantón	Parroquia	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía	Atractivo																								
<b>1. DATOS GENERALES</b>																																
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																																
IGLESIA MATRIZ DE MACARÁ																																
1.2 Categoría			1.3 Tipo			1.4 Subtipo																										
MANIFESTACIONES_CULTURALES			ARQUITECTURA			OTRAS INFRAESTRUCTURAS SOCIALES																										
<b>2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO</b>																																
2.1 Provincia			2.2 Cantón			2.3 Parroquia																										
LOJA			MACARA			MACARÁ (MANUEL ENRIQUE RENGEL SUQUILANDA)																										
2.4 Barrio, Sector o Comuna			2.5 Calle Principal			2.6 Número			2.7 Transversal																							
BARRIO CENTRAL			JUVENAL JARAMILLO			511			CAMILO PONCE																							
2.8 Latitud (grados decimales)			2.9 Longitud (grados decimales)			2.10 Altura (msnm)																										
-4.379052°			-79.942817°			457																										
2.11 Información del administrador																																
a. Tipo de Administrador:			Público			b. Nombre de la Institución:			Iglesia Matriz Macará																							
c. Nombre del Administrador:			Padre, Julio Yaguana			d. Cargo que ocupa:			Padre de la Iglesia Matriz																							
e. Teléfono / Celular:			(+593)			f. Correo Electrónico:			texto																							
Observaciones: texto																																
<b>3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO</b>																																
3.1 Características climatológicas <input checked="" type="checkbox"/>																																
a. Clima:			SubTropical Seco			b. Temperatura(°C):			25			c. Precipitación Pluviométrica (mm):			500																	
3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>																																
a. Cultura			<input checked="" type="checkbox"/>			b. Naturaleza			<input type="checkbox"/>			c. Aventura			<input type="checkbox"/>																	
3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico <input checked="" type="checkbox"/>																																
a. Prístino			<input type="checkbox"/>			b. Primitivo			<input type="checkbox"/>			c. Rústico Natural			<input type="checkbox"/>			d. Rural			<input type="checkbox"/>			e. Urbano			<input checked="" type="checkbox"/>					
3.4 Ingreso al atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>																																
a. Tipo de Ingreso			b. Horario de Atención			c. Atención																										
			Ingreso			Salida			Todos los días			Fines de semana y feriados			Solo días hábiles			Otro			Especificar											
Libre			<input checked="" type="checkbox"/>			0.00			0.00			<input checked="" type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>			texto								
Restringido			<input type="checkbox"/>			0.00			0.00			<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>			texto								
Pagado			<input type="checkbox"/>			0.00			0.00			<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>			texto								
d. Maneja un sistema de reservas:			<input type="checkbox"/>			f. Forma de Pago:			Efectivo			<input type="checkbox"/>			Dinero Electrónico			<input type="checkbox"/>			Depósito Bancario			<input type="checkbox"/>			Tarjeta de Débito			<input type="checkbox"/>		
e. Precio:			Desde 0.00			Hasta 0.00			Tarjeta de Crédito			<input type="checkbox"/>			Transferencia Bancaria			<input type="checkbox"/>			Cheque			<input type="checkbox"/>								
g. Meses recomendables de visita: texto																																
Observaciones: texto																																
<b>4. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO</b> SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>																																
a. Nombre de la ciudad o poblado más cercano (Que presente condiciones mínimas de servicios): MACARA																																
b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano:			0 km			c. Tiempo estimado de desplazamiento en auto:			de 0:00 h/min			d. Coordenadas (grados decimales):			Lat.: -4.379052°			Long.: -79.942817°														
Observaciones: El atractivo se localiza dentro del casco urbano.																																
4.2 Vías de Acceso (M) <input type="checkbox"/>																																
			Tipo de vía			Coordenada de inicio			Coordenada de fin			Distancia (km)			Tipo de material			Estado														
a. Terrestre (M) <input checked="" type="checkbox"/>			1. Primer orden			0			0			0			Adoquien			BUENO														

b. Segundo orden <input type="checkbox"/>		0	0	0	texto		
c. Tercer orden <input type="checkbox"/>		0	0	0	texto		
Observaciones: <a href="#">texto</a>							
b. Acuático (U) <input type="checkbox"/>	Marítimo <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto	Estado	Puerto / Muelle de Llegada	texto	
	Lacustre <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto		Puerto / Muelle de Llegada	texto	
	Fluvial <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto		Puerto / Muelle de Llegada	texto	
Observaciones: <a href="#">texto</a>							
c. Aéreo (U) <input type="checkbox"/>	Nacional: <input type="checkbox"/>		Internacional: <input type="checkbox"/>				
Observaciones: <a href="#">texto</a>							
4.3 Servicio de transporte (M) <input checked="" type="checkbox"/>							
a. Bus <input checked="" type="checkbox"/>	b. Buseta <input checked="" type="checkbox"/>	c. Transporte 4x4 <input checked="" type="checkbox"/>	d. Taxi <input checked="" type="checkbox"/>	e. Moto taxi <input type="checkbox"/>	f. Teleférico <input type="checkbox"/>		
g. Lancha <input type="checkbox"/>	h. Bote <input type="checkbox"/>	i. Barco <input type="checkbox"/>	j. Canoa <input type="checkbox"/>	k. Avión <input type="checkbox"/>	l. Avioneta <input type="checkbox"/>		
m. Helicóptero <input type="checkbox"/>	n. Otro <input type="checkbox"/>	Especifique					
Observaciones: <a href="#">texto</a>							
4.3.1 Detalle de transporte hacia el atractivo (M) <input type="checkbox"/>							
a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio	b. Estación / terminal	c. Frecuencia				d. Detalle (Traslado origen / destino)	
texto	texto	Día	Semana	Mensual	Eventual	texto	
texto	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto	
texto	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto	
texto	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto	
texto	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto	
texto	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto	
4.4 Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad (M) <input checked="" type="checkbox"/>							
General <input type="checkbox"/>	Discapacidad Física <input checked="" type="checkbox"/>	Discapacidad Visual <input type="checkbox"/>	Discapacidad Auditiva <input type="checkbox"/>	Discapacidad Intelectual o Psicosocial <input type="checkbox"/>	d. No es accesible <input type="checkbox"/>		
Observaciones: <a href="#">El atractivo cuenta con accesibilidad para personas con discapacidad física</a>							
4.5 Señalización <input type="checkbox"/>							
a. Señalización de aproximación al atractivo <input type="checkbox"/>	Estado (U)	Bueno <input type="checkbox"/>	Regular <input type="checkbox"/>	Malo <input type="checkbox"/>			
Observaciones: <a href="#">texto</a>							
5. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS				SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	SI <input type="checkbox"/>	
5.1 Planta turística (M) <input type="checkbox"/>							
a. En el Atractivo <input type="checkbox"/>				b. En la ciudad o poblado cercano <input checked="" type="checkbox"/>			
Alojamiento <input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas	Alojamiento <input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones Número de Plazas	

Hotel	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hotel	<input checked="" type="checkbox"/>	6	123	21					
Hostal	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hostal	<input checked="" type="checkbox"/>	7	114	20					
Hostería	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hostería	<input type="checkbox"/>	0	0	0					
Hacienda Turística	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hacienda Turística	<input type="checkbox"/>	0	0	0					
Lodge	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Lodge	<input type="checkbox"/>	0	0	0					
Resort	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Resort	<input type="checkbox"/>	0	0	0					
Refugio	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Refugio	<input type="checkbox"/>	0	0	0					
Campamento Turístico	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Campamento Turístico	<input checked="" type="checkbox"/>	2	0	0					
Casa de Huéspedes	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Casa de Huéspedes	<input type="checkbox"/>	0	0	0					
Observaciones: <input type="text"/>					Observaciones: Todos estos establecimientos quedan dentro del casco urbano.									
<b>Alimentos y bebidas</b>		<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas	<b>Alimentos y bebidas</b>		<input checked="" type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas			
Restaurantes	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Restaurantes	<input checked="" type="checkbox"/>	38	0	0					
Cafeterías	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Cafeterías	<input type="checkbox"/>	0	0	0					
Bares	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Bares	<input checked="" type="checkbox"/>	6	0	0					
Fuentes de soda	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Fuentes de soda	<input type="checkbox"/>	0	0	0					
Observaciones: <input type="text"/>					Observaciones: Todos estos establecimientos quedan dentro del casco urbano.									
<b>Agencias de Viaje</b>		<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados		<b>Agencias de Viaje</b>		<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados						
Mayoristas	<input type="checkbox"/>	0		Mayoristas	<input type="checkbox"/>	0								
Internacionales	<input type="checkbox"/>	0		Internacionales	<input type="checkbox"/>	0								
Operadoras	<input type="checkbox"/>	0		Operadoras	<input type="checkbox"/>	0								
Observaciones: <input type="text"/>					Observaciones:									
<b>Guía</b>		Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	0		<b>Guía</b>		Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	0
<input type="checkbox"/>		0	0	0	Aventura	0		<input type="checkbox"/>		0	0	0	Aventura	0
Observaciones: <input type="text"/>					Observaciones: <input type="text"/>									
<b>5.2 Facilidades en el entorno al atractivo</b>											<input type="checkbox"/>			
Categoría (M)		Tipo (M)		Cantidad	Coordenadas	Administrador	Accesibilidad universal	Estado (U)		B	R	M		
a. De apoyo a la gestión turística	<input type="checkbox"/>	Punto de Información	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
		I-Tur	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
		Centro de interpretación	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
		Centro de facilitación turística	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
		Centro de recepción de visitantes	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
b. De observación y vigilancia	<input type="checkbox"/>	Garitas de guardiana	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
		Miradores	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
		Torres de avistamiento de aves	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
		Torres de vigilancia para salvavidas	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
c. De recorrido y descanso	<input type="checkbox"/>	Senderos	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
		Estaciones de sombra y descanso	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
		Áreas de acampar	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
		Refugio de alta montaña	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
d. De servicio	<input type="checkbox"/>	Baterías sanitarias	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
		Estacionamientos	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
e. Otros	<input type="checkbox"/>	0		0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			

Observaciones: <a href="#">texto</a>			
<b>5.3 Complementarios a la actividad turística (M)</b> <input checked="" type="checkbox"/>			
<b>a. En el Atractivo</b> <input type="checkbox"/>		<b>b. En la ciudad o poblado cercano</b> <input checked="" type="checkbox"/>	
Alquiler y venta de equipo especializado <input type="checkbox"/>	Venta de artesanías y merchandising <input type="checkbox"/>	Alquiler y venta de equipo especializado <input type="checkbox"/>	Venta de artesanías y merchandising <input type="checkbox"/>
Casa de cambio <input type="checkbox"/>	Cajero automático <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>	Casa de cambio <input type="checkbox"/>
			Cajero automático <input checked="" type="checkbox"/>
			Otro <input type="checkbox"/>
Especifique: <a href="#">texto</a>		Especifique: <a href="#">texto</a>	
Observaciones: <a href="#">texto</a>			
<b>6. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO</b> <span style="float: right;">SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/></span>			
<b>6.1 Atractivo (U)</b> <input type="checkbox"/>			
a. Conservado <input checked="" type="checkbox"/>	b. Alterado <input type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/>	d. Deteriorado <input type="checkbox"/>
Observaciones: <a href="#">texto</a>			
<b>6.1.1 Factores de alteración y deterioro (M)</b>			
<b>6.1.1.1 Naturales (M)</b>		<b>6.1.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)</b>	
a. Erosión <input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas <input type="checkbox"/>	b. Actividades forestales <input type="checkbox"/>	c. Actividades extractivas / minería <input type="checkbox"/>
b. Humedad <input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales <input type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono <input type="checkbox"/>	f. Huaquearía <input type="checkbox"/>
c. Desastres naturales <input type="checkbox"/>	g. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/>	h. Condiciones de uso y exposición <input type="checkbox"/>	i. Falta de mantenimiento <input type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna <input type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente <input type="checkbox"/>	k. Generación de residuos <input type="checkbox"/>	l. Expansión urbana <input type="checkbox"/>
e. Clima <input type="checkbox"/>	m. Conflicto político / social <input type="checkbox"/>	n. Desarrollo industrial / comercial <input type="checkbox"/>	o. Vandalismo <input type="checkbox"/>
Otro <input type="checkbox"/>	Especifique: <a href="#">texto</a>		
Observaciones: <a href="#">texto</a>			
<b>6.2 Entorno (U)</b> <input type="checkbox"/>			
a. Conservado <input checked="" type="checkbox"/>	b. Alterado <input type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/>	d. Deteriorado <input type="checkbox"/>
Observaciones: <a href="#">texto</a>			
<b>6.2.1 Factores de alteración y deterioro (M)</b>			
<b>6.2.1.1 Naturales (M)</b>		<b>6.2.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)</b>	
a. Erosión <input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas <input type="checkbox"/>	b. Actividades forestales <input type="checkbox"/>	c. Actividades extractivas / minería <input type="checkbox"/>
b. Humedad <input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales <input type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono <input type="checkbox"/>	f. Huaquearía <input type="checkbox"/>
c. Desastres naturales <input type="checkbox"/>	g. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/>	h. Condiciones de uso y exposición <input type="checkbox"/>	i. Falta de mantenimiento <input type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna <input type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente <input type="checkbox"/>	k. Generación de residuos <input type="checkbox"/>	l. Expansión urbana <input type="checkbox"/>
e. Clima <input type="checkbox"/>	m. Conflicto político / social <input type="checkbox"/>	n. Desarrollo industrial / comercial <input type="checkbox"/>	o. Vandalismo <input type="checkbox"/>
Otro <input type="checkbox"/>	Especifique: <a href="#">texto</a>		
Observaciones: <a href="#">texto</a>			
<b>6.3. Declaratoria del espacio turístico asociado al atractivo</b> <input type="checkbox"/>			
a. Declarante: <a href="#">texto</a>	b. Denominación: <a href="#">texto</a>	b. Fecha de declaración: <a href="#">texto</a>	c. Alcance: <a href="#">texto</a>
Observaciones: <a href="#">texto</a>			
<b>7. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA</b> <span style="float: right;">SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/></span>			
<b>7.1 Servicios Básicos</b> <input type="checkbox"/>			
<b>a. En el atractivo</b> <input type="checkbox"/>		<b>b. En la ciudad o poblado mas cercano</b> <input checked="" type="checkbox"/>	
Agua: <input type="checkbox"/>		Agua: <input checked="" type="checkbox"/>	
Especifique: <a href="#">texto</a>		Especifique: <a href="#">POTABLE</a>	
Energía eléctrica: <input type="checkbox"/>		Energía eléctrica: <input checked="" type="checkbox"/>	
Especifique: <a href="#">texto</a>		Especifique: <a href="#">EERSSA</a>	
Saneamiento: <input type="checkbox"/>		Saneamiento: <input checked="" type="checkbox"/>	

Especifique: <a href="#">texto</a>		Especifique: ALCANTARILLADO PUBLICO						
Disposición de desechos <input type="checkbox"/>		Disposición de desechos <input type="checkbox"/>						
Especifique: <a href="#">texto</a>		Especifique: RECOLECTOR MUNICIPAL						
Observaciones: <a href="#">texto</a>								
7.2 Señalética en el atractivo <input type="checkbox"/>								
7.2.1 Ambiente	7.2.2. Tipo	7.2.3. Materialidad				7.2.4. Estado		
		a. Madera	b. Aluminio	c. Otro	Especifique	B	R	M
En áreas urbanas <input type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	0	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de atractivos turísticos	0	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de sitio	0	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems direccionales	0	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
En áreas naturales <input type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	0	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Señales turísticas de aproximación	0	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Paneles de direccionamiento hacia atractivos	0	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de atractivos	0	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de direccionamiento hacia atractivos, servicios y actividades	0	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Mesas interpretativas	0	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótem de sitio	0	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tótem de direccionamiento	0	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Letreros informativos <input type="checkbox"/>	De información botánica	0	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Normativos de concienciación	0	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Señalética interna de seguridad <input type="checkbox"/>	Protección de los elementos del atractivo	0	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otros <input type="checkbox"/>	<a href="#">texto</a>							
Observaciones: <a href="#">texto</a>								
7.3 Salud (más cercano) (M) <input type="checkbox"/>								
a. En el atractivo <input type="checkbox"/>		b. En la ciudad o poblado mas cercano <input checked="" type="checkbox"/>						
Hospital o Clínica <input type="checkbox"/>	Cantidad	0	Hospital o Clínica <input checked="" type="checkbox"/>	Cantidad	1			
Puesto / Centro de salud <input type="checkbox"/>		0	Puesto / Centro de salud <input type="checkbox"/>		0			
Dispensario médico <input type="checkbox"/>		0	Dispensario médico <input checked="" type="checkbox"/>		1			
Botiquín de primeros auxilios <input type="checkbox"/>		0	Botiquín de primeros auxilios <input type="checkbox"/>		0			
Otros <input type="checkbox"/>		0	Otros <input type="checkbox"/>		0			
Observaciones: EL HOSPITAL Y EL DISPENSARIO MEDICO QUEDA DENTRO DEL CASCO URBANO.								
7.4 Seguridad (M) <input type="checkbox"/>								
a. Privada <input type="checkbox"/>	rally	<a href="#">texto</a>						
b. Policía nacional <input checked="" type="checkbox"/>		CUIDAN ESTE LUGAR CON FRECUENCIA.						



c. Policía metropolitana / Municipal	<input type="checkbox"/>	texto	
d. Otra	<input type="checkbox"/>	texto	
Observaciones: texto			
<b>7.5 Servicio de comunicación de uso público (M)</b> <input checked="" type="checkbox"/>			
a. En el atractivo		b. En la ciudad o poblado mas cercano	
<input type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	
Telefonía (M)	<input type="checkbox"/>	Conexión a internet (M)	<input type="checkbox"/>
Fija	<input type="checkbox"/>	Línea telefónica	<input type="checkbox"/>
Móvil	<input type="checkbox"/>	Satélite	<input type="checkbox"/>
Satelital	<input type="checkbox"/>	Fibra óptica	<input type="checkbox"/>
		Redes inalámbricas	<input type="checkbox"/>
		Telefonía móvil	<input type="checkbox"/>
Observaciones: texto			
Radio portátil (U) <input type="checkbox"/>			
De uso exclusivo para el visitante <input type="checkbox"/> De uso exclusivo para comunicación interna <input type="checkbox"/> De uso exclusivo en caso de emergencia <input type="checkbox"/>			
Observaciones: texto			
<b>7.6 Multiamenazas (M)</b> <input type="checkbox"/>			
Deslaves <input type="checkbox"/> Sismos <input type="checkbox"/> Erupciones volcánicas <input type="checkbox"/> Incendios forestales <input type="checkbox"/>			
Sequía <input type="checkbox"/> Inundaciones <input type="checkbox"/> Aguajes <input type="checkbox"/> Tsunami <input type="checkbox"/>			
¿Existe un plan de contingencia en caso de catástrofes? <input type="checkbox"/> Institución que elaboró el documento: texto Nombre del documento: texto Año de elaboración: de 0			
Observaciones: texto			
<b>8. POLÍTICAS Y REGULACIONES</b> SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input checked="" type="checkbox"/>			
a. ¿El GAD cuenta con el Plan de Desarrollo Turístico Territorial? SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Año de elaboración: 2016			
b. ¿El atractivo se encuentra dentro de la planificación turística territorial (GAD'S)? SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Especifique: texto			
c. ¿Existen normativas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo? SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Especifique: texto			
d. ¿Existen ordenanzas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo? SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Especifique: texto			
Observaciones: texto			
<b>9. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U)</b> SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>			
<b>9.1 ATRACTIVOS NATURALES (M)</b> <input type="checkbox"/>			
9.1.1 En el Agua (M) <input type="checkbox"/>			
a. Buceo <input type="checkbox"/> b. Kayak de mar <input type="checkbox"/> c. Kayak lacustre <input type="checkbox"/> d. Kayak de Río <input type="checkbox"/> e. Surf <input type="checkbox"/>			
f. Kite surf <input type="checkbox"/> g. Rafting <input type="checkbox"/> h. Snorkel <input type="checkbox"/> i. Tubing <input type="checkbox"/> j. Regata <input type="checkbox"/>			
k. Paseo en panga <input type="checkbox"/> l. Paseo en bote <input type="checkbox"/> m. Paseo en lancha <input type="checkbox"/> n. Paseo en moto acuática <input type="checkbox"/> o. Parasailing <input type="checkbox"/>			
p. Esquí acuático <input type="checkbox"/> q. Banana flotante <input type="checkbox"/> r. Boya <input type="checkbox"/> s. Pesa deportiva <input type="checkbox"/> Otro <input type="checkbox"/> texto			
Observaciones: texto			
9.1.2 En el Aire (M) <input type="checkbox"/>			
a. Alas Delta <input type="checkbox"/> b. Canopy <input type="checkbox"/> c. Parapente <input type="checkbox"/> d Otro <input type="checkbox"/> texto			
Observaciones: texto			
9.1.3 En Superficie Terrestre (M) <input type="checkbox"/>			
a. Montañismo <input type="checkbox"/> b. Escalada <input type="checkbox"/> c. Senderismo <input type="checkbox"/> d. Cicloturismo <input type="checkbox"/> e. Canyoning <input type="checkbox"/>			
f. Exploración de cuevas <input type="checkbox"/> g. Actividades Recreativas <input type="checkbox"/> h. Cabalgata <input type="checkbox"/> i. Caminata <input type="checkbox"/> j. Camping <input type="checkbox"/>			
k. Picnic <input type="checkbox"/> l. Observación de flora y fauna <input type="checkbox"/> m. Observación de astros <input type="checkbox"/> n. Otro <input type="checkbox"/> texto			
Observaciones: texto			
<b>9.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U)</b> <input checked="" type="checkbox"/>			

9.2.1 Tangibles e intangibles <input checked="" type="checkbox"/>		
a. Recorridos guiados <input type="checkbox"/>	b. Recorrido autoguiados <input type="checkbox"/>	c. Visita a talleres artísticos <input type="checkbox"/>
h. Participación en talleres artísticos <input type="checkbox"/>	d. Visita a talleres artesanales <input type="checkbox"/>	i. Participación en talleres artesanales <input type="checkbox"/>
e. Exposiciones temáticas permanentes, temporales y eventuales <input type="checkbox"/>	f. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales. <input type="checkbox"/>	l. Actividades vivenciales y/o lúdicas <input type="checkbox"/>
g. Presentaciones o representaciones en vivo <input type="checkbox"/>	h. Muestras audiovisuales <input type="checkbox"/>	g. Fotografía <input type="checkbox"/>
j. Degustación de platos tradicionales <input type="checkbox"/>	i. Participación de la celebración <input type="checkbox"/>	m. Compra de artesanías <input type="checkbox"/>
n. Convivencia <input type="checkbox"/>	o. Medicina ancestral <input type="checkbox"/>	Otro <input checked="" type="checkbox"/> ESCUCHAR LA MISA
Observaciones: <input type="text"/>		
<b>10. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO</b> SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input checked="" type="checkbox"/>		
10.1. Medios de Promoción del Atractivo (M)		
¿Existe un plan de promoción turística cantonal? SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Especifique: <input type="text"/>		
¿El Atractivo se encuentra incluido en el plan de promoción turístico cantonal? SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>		
Medio Promocional	Dirección y nombre de los medios promocionales	Periodicidad de la promoción
a. Página WEB <input type="checkbox"/>	URL: <input type="text"/>	Ninguna
b. Red Social <input type="checkbox"/>	Nombre: <input type="text"/>	Ninguna
c. Revistas Especializadas <input type="checkbox"/>	Nombre: <input type="text"/>	Ninguna
d. Material POP <input type="checkbox"/>	Nombre: <input type="text"/>	Ninguna
e. Oficina de Información Turística <input type="checkbox"/>	Nombre: <input type="text"/>	Ninguna
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa) <input type="checkbox"/>	Nombre: <input type="text"/>	Ninguna
g. Asistencia a ferias turísticas <input type="checkbox"/>	Nombre: <input type="text"/>	Ninguna
h. Otro <input type="checkbox"/>	Nombre: <input type="text"/>	Ninguna
Observaciones: <input type="text"/>		
10.2. El atractivo forma parte de una oferta establecida (paquete turístico) SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Especifique: <input type="text"/>		
Observaciones: <input type="text"/>		
<b>11. REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA (M)</b> SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input checked="" type="checkbox"/>		
11.1. Frecuencia de visita según datos estadísticos <input type="checkbox"/>		
a. ¿Posee un sistema de registro de visitantes? SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	Tipo: Digital <input type="checkbox"/> Papel <input type="checkbox"/>	Años de registro: 0
b. ¿Se genera reporte de estadísticas de visita al atractivo? SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	Frecuencia de los reportes:	Ninguna
c. Temporalidad de visita al atractivo		
Alta (meses) <input type="checkbox"/>	Especifique: <input type="text"/>	Número de visitantes: 0
Baja (meses) <input type="checkbox"/>	Especifique: <input type="text"/>	Número de visitantes: 0
d. Llegada de turistas		
<input type="checkbox"/> Turista nacional	Llegadas mensuales	Total anual
<input type="checkbox"/> Turista extranjero	Llegadas mensuales	Total Anual
Ciudades de origen	<input type="text"/>	0
	<input type="text"/>	0
	<input type="text"/>	0
Países de origen	<input type="text"/>	0
	<input type="text"/>	0
	<input type="text"/>	0
Observaciones: <input type="text"/>		
11.2. Frecuencia de visita según informantes clave <input type="checkbox"/>		
Nombre del Informante Clave: <input type="text"/>	Contactos: <input type="text"/>	(+593)
Demanda según días de visita <input type="checkbox"/>		Demanda según frecuencia de visita <input type="checkbox"/>
Lunes a viernes 0	Fines de semana 0	Días feriados 0
Permanente <input type="checkbox"/>	Estacional <input type="checkbox"/>	Esporádica <input type="checkbox"/> Inexistente <input type="checkbox"/>
Observaciones: <input type="text"/>		



12. RECURSO HUMANO						SI	NO	S/I
a. Número de personas a cargo de la administración y operación del atractivo <input type="checkbox"/> 0			d. Número de personas especializadas en turismo <input type="checkbox"/> 0					
e. Número de personas con nivel de instrucción (M): <input type="checkbox"/>		f. Número de personas capacitadas por temática (M) <input type="checkbox"/>		g. Número de personas que manejan algún de idiomas (M) <input type="checkbox"/>				
Primaria <input type="checkbox"/> 0	Secundaria <input type="checkbox"/> 0	Primeros Auxilios <input type="checkbox"/> 0	Hospitalidad <input type="checkbox"/> 0	Inglés <input type="checkbox"/> 0	Alemán <input type="checkbox"/> 0			
Tercer Nivel <input type="checkbox"/> 0	Cuarto Nivel <input type="checkbox"/> 0	Atención al Cliente <input type="checkbox"/> 0	Guianza <input type="checkbox"/> 0	Francés <input type="checkbox"/> 0	Italiano <input type="checkbox"/> 0			
Otro <input type="text"/>		Sensibilización de discapacidades <input type="checkbox"/> 0	Otro <input type="text"/>	Chino <input type="checkbox"/> 0	Otro <input type="text"/>			
Observaciones: <input type="text"/>								

**13. DESCRIPCION DEL ATRACTIVO (500 caracteres)**

Iglesia ubicada dentro de casco urbano del canton Macará, fachada de estilo gótico con rotón en el frente, tiene un ancho de 15 m por 45 m de largo, 3 naves con arcos de medio punto y en su interior artesonado de madera tallada.

**14. ANEXOS**

a. Archivo Fotográfico (dos) (HD)

Fuente:

c. Ubicación gráfica del Atractivo



Fuente:

FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)		
ELABORADO POR:	VALIDADO POR:	APROBADO POR:
Apellido y Nombre: MASACHE GUALAN	Apellido y Nombre:	Apellido y Nombre:
Institución: UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA	Institución:	Institución:
Cargo: ESTUDIANTE	Cargo:	Cargo:
Correo Electrónico: erickadrian9393@hotmail.com	Correo Electrónico:	Correo Electrónico:
Teléfono: 0993638878	Teléfono:	Teléfono:
Firma:	Firma:	Firma:
Fecha:	Fecha:	Fecha:

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																			
Código del atractivo:	1	1	0	8	0	2	M	C	0	1	0	8	0	2	0	0	1		
	Provincia			Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo			
<b>1. DATOS GENERALES</b>																			
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																			
ALTAR PATRIO																			
1.2 Categoría				1.3 Tipo				1.4 Subtipo											
MANIFESTACIONES_CULTURALES				ARQUITECTURA				ESPACIO PÚBLICO											
<b>2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO</b>																			
2.1 Provincia				2.2 Cantón				2.3 Parroquia											
LOJA				MACARÁ				MACARÁ (MANUEL ENRIQUE RENGEL SUQUILANDA)											
2.4 Barrio, Sector o Comuna				2.5 Calle Principal		2.6 Número		2.7 Transversal											
BARRIO CENTRAL				CARLOS VEINTIMILLA		S/I		SUCRE											
2.8 Latitud (grados decimales)				2.9 Longitud (grados decimales)				2.10 Altura (msnm)											
-4.379175°				-79.942440				456											
2.11 Información del administrador																			
a. Tipo de Administrador:				Publico				b. Nombre de la Institución:				GAD Cantonal de Macará							
c. Nombre del Administrador:				Ing. Juan Carlos Carpio				d. Cargo que ocupa:				Jefe departamental de gima							
e. Teléfono / Celular:				(+593)				f. Correo Electrónico:				texto							
Observaciones: texto																			
<b>3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO</b>																			
3.1 Características climatológicas <input checked="" type="checkbox"/>																			
a. Clima:				Subtropical Seco				b. Temperatura(°C):				25							
												c. Precipitación Pluviométrica (mm):				500			
3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>																			
a. Cultura				<input checked="" type="checkbox"/>				b. Naturaleza				<input type="checkbox"/>							
												c. Aventura				<input type="checkbox"/>			
3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico <input type="checkbox"/>																			
a. Prístino				<input type="checkbox"/>				b. Primitivo				<input type="checkbox"/>							
								c. Rústico Natural				<input type="checkbox"/>							
								d. Rural				<input type="checkbox"/>							
								e. Urbano				<input checked="" type="checkbox"/>							
3.4 Ingreso al atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>																			
a. Tipo de Ingreso		b. Horario de Atención				c. Atención													
		Ingreso	Salida		Todos los días		Fines de semana y feriados		Solo días hábiles		Otro		Especificar						
Libre		<input checked="" type="checkbox"/>		0:00	0:00		<input checked="" type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		texto						
Restringido		<input type="checkbox"/>		0:00	0:00		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		texto						
Pagado		<input type="checkbox"/>		0:00	0:00		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		texto						
d. Maneja un sistema de reservas:				<input type="checkbox"/>				f. Forma de Pago:		Efectivo		<input type="checkbox"/>		Dinero Electrónico		<input type="checkbox"/>			
								Depósito Bancario		<input type="checkbox"/>		Tarjeta de Débito		<input type="checkbox"/>					
e. Precio:		Desde 0,00		Hasta 0,00		Tarjeta de Crédito		<input type="checkbox"/>		Transferencia Bancaria		<input type="checkbox"/>		Cheque		<input type="checkbox"/>			
g. Meses recomendables de visita:				texto															
Observaciones: texto																			
<b>4. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO</b> SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>																			
a. Nombre de la ciudad o poblado más cercano (Que presente condiciones mínimas de servicios):																			
MACARÁ																			
b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano:		0 km		c. Tiempo estimado de desplazamiento en auto:		0:00 h/min		d. Coordenadas (grados decimales):		Lat.: -4.379175°		Long.: -79.942440							
Observaciones: El atractivo se localiza dentro del casco urbano.																			
<b>4.2 Vías de Acceso (M)</b> <input checked="" type="checkbox"/>																			
		Tipo de vía		Coordenada de inicio		Coordenada de fin		Distancia (km)		Tipo de material		Estado							
		a. Primer orden		<input checked="" type="checkbox"/>		0		0		0		ADOQUIN		BUENO					

a. Transporte (M) <input type="checkbox"/>		b. Segundo orden <input type="checkbox"/>	0	0	0	texto		
		c. Tercer orden <input type="checkbox"/>	0	0	0	texto		
Observaciones: texto								
b. Acuático (U) <input type="checkbox"/>	Marítimo <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto	Estado		Puerto / Muelle de Llegada	texto	
	Lacustre <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto			Puerto / Muelle de Llegada	texto	
	Fluvial <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto			Puerto / Muelle de Llegada	texto	
Observaciones: texto								
c. Aéreo (U) <input type="checkbox"/>	Nacional: <input type="checkbox"/>		Internacional: <input type="checkbox"/>					
Observaciones: texto								
<b>4.3 Servicio de transporte (M) <input checked="" type="checkbox"/></b>								
a. Bus <input checked="" type="checkbox"/>	b. Buseta <input checked="" type="checkbox"/>	c. Transporte 4x4 <input checked="" type="checkbox"/>	d. Taxi <input checked="" type="checkbox"/>	e. Moto taxi <input type="checkbox"/>	f. Teleférico <input type="checkbox"/>			
g. Lancha <input type="checkbox"/>	h. Bote <input type="checkbox"/>	i. Barco <input type="checkbox"/>	j. Canoa <input type="checkbox"/>	k. Avión <input type="checkbox"/>	l. Avioneta <input type="checkbox"/>			
m. Helicóptero <input type="checkbox"/>	n. Otro <input type="checkbox"/>	Especifique						
Observaciones: Para llegar al atractivo tambien se puede llegar en carro particular.								
<b>4.3.1 Detalle de transporte hacia el atractivo (M) <input type="checkbox"/></b>								
a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio	b. Estación / terminal	c. Frecuencia				d. Detalle (Traslado origen / destino)		
		Diaria	Semanal	Mensual	Eventual			
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
texto	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto		
texto	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto		
texto	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto		
texto	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto		
<b>4.4 Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad (M) <input checked="" type="checkbox"/></b>								
General <input type="checkbox"/>	Discapacidad Física <input checked="" type="checkbox"/>	Discapacidad Visual <input type="checkbox"/>	Discapacidad Auditiva <input type="checkbox"/>	Discapacidad Intelectual o Psicosocial <input type="checkbox"/>	d. No es accesible <input type="checkbox"/>			
Observaciones: Si cuenta con la accesibilidad al atractivo para personas con discapacidad física.								
<b>4.5 Señalización <input type="checkbox"/></b>								
a. Señalización de aproximación al atractivo <input type="checkbox"/>	Estado (U)	Bueno <input type="checkbox"/>	Regular <input type="checkbox"/>	Malo <input type="checkbox"/>				
Observaciones: texto								
<b>5. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS</b>						SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	S/I <input type="checkbox"/>
<b>5.1 Planta turística (M) <input checked="" type="checkbox"/></b>								
a. En el Atractivo <input type="checkbox"/>				b. En la ciudad o poblado cercano <input checked="" type="checkbox"/>				
Alojamiento <input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas	Alojamiento <input checked="" type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas	

Hotel	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hotel	<input checked="" type="checkbox"/>	6	123	21		
Hostal	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hostal	<input checked="" type="checkbox"/>	7	114	20		
Hostería	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hostería	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Hacienda Turística	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hacienda Turística	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Lodge	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Lodge	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Resort	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Resort	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Refugio	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Refugio	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Campamento Turístico	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Campamento Turístico	<input checked="" type="checkbox"/>	2	0	0		
Casa de Huéspedes	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Casa de Huéspedes	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Observaciones: <small>texto</small>					Observaciones: <small>Todos estos establecimientos quedan dentro del casco urbano.</small>						
<b>Alimentos y bebidas</b>		<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas	<b>Alimentos y bebidas</b>		<input checked="" type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas
Restaurantes	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Restaurantes	<input checked="" type="checkbox"/>	38	0	0		
Cafeterías	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Cafeterías	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Bares	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Bares	<input checked="" type="checkbox"/>	6	0	0		
Fuentes de soda	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Fuentes de soda	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Observaciones: <small>texto</small>					Observaciones: <small>Todos estos establecimientos quedan dentro del casco urbano.</small>						
<b>Agencias de Viaje</b>		<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados		<b>Agencias de Viaje</b>		<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados			
Mayoristas	<input type="checkbox"/>	0		Mayoristas	<input type="checkbox"/>	0					
Internacionales	<input type="checkbox"/>	0		Internacionales	<input type="checkbox"/>	0					
Operadoras	<input type="checkbox"/>	0		Operadoras	<input type="checkbox"/>	0					
Observaciones: <small>texto</small>					Observaciones: <small>texto</small>						
<b>Guía</b>	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	0	<b>Guía</b>	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	0
<input type="checkbox"/>	0	0	0	Aventura	0	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Aventura	0
Observaciones: <small>texto</small>					Observaciones: <small>texto</small>						
<b>5.2 Facilidades en el entorno al atractivo</b> <input type="checkbox"/>											
<b>Categoría (M)</b>	<b>Tipo (M)</b>		<b>Cantidad</b>	<b>Coordenadas</b>	<b>Administrador</b>	<b>Accesibilidad universal</b>	<b>Estado (U)</b>				
a. De apoyo a la gestión turística <input type="checkbox"/>	Punto de Información		<input type="checkbox"/>	0	0	<small>texto</small>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	I-Tur		<input type="checkbox"/>	0	0	<small>texto</small>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Centro de interpretación		<input type="checkbox"/>	0	0	<small>texto</small>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Centro de facilitación turística		<input type="checkbox"/>	0	0	<small>texto</small>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Centro de recepción de visitantes		<input type="checkbox"/>	0	0	<small>texto</small>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
b. De observación y vigilancia <input type="checkbox"/>	Garitas de guardiana		<input type="checkbox"/>	0	0	<small>texto</small>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Miradores		<input type="checkbox"/>	0	0	<small>texto</small>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Torres de avistamiento de aves		<input type="checkbox"/>	0	0	<small>texto</small>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Torres de vigilancia para salvavidas		<input type="checkbox"/>	0	0	<small>texto</small>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
c. De recomido y descanso <input type="checkbox"/>	Senderos		<input type="checkbox"/>	0	0	<small>texto</small>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Estaciones de sombra y descanso		<input type="checkbox"/>	0	0	<small>texto</small>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Áreas de acampar		<input type="checkbox"/>	0	0	<small>texto</small>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Refugio de alta montaña		<input type="checkbox"/>	0	0	<small>texto</small>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
d. De servicio <input type="checkbox"/>	Baterías sanitarias		<input type="checkbox"/>	0	0	<small>texto</small>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Estacionamientos		<input type="checkbox"/>	0	0	<small>texto</small>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
e. Otros	<input type="checkbox"/>		0	0	<small>texto</small>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		

Especifique: <i>texto</i>		Especifique: <b>ALCANTARILLADO PUBLICO</b>						
Disposición de desechos <input checked="" type="checkbox"/>		Disposición de desechos <input checked="" type="checkbox"/>						
Especifique: <b>Recolector Municipal</b>		Especifique: <b>RECOLECTOR MUNICIPAL</b>						
Observaciones: <i>texto</i>								
<b>7.2 Señalética en el atractivo</b> <input type="checkbox"/>								
7.2.1 Ambiente	7.2.2. Tipo	7.2.3. Materialidad				7.2.4. Estado		
		a. Madera	b. Aluminio	c. Otro	Especifique	B	R	M
En áreas urbanas <input type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de atractivos turísticos	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de sitio	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems direccionales	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
En áreas naturales <input type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Señales turísticas de aproximación	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Paneles de direccionamiento hacia atractivos	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de atractivos	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de direccionamiento hacia atractivos, servicios y actividades	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Mesas interpretativas	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tótem de sitio	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Tótem de direccionamiento	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Letreros informativos <input type="checkbox"/>	De información botánica	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Normativos de concienciación	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Señalética interna de seguridad <input type="checkbox"/>	Protocolo de los elementos del atractivo	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otros <input type="checkbox"/>	<i>texto</i>							
Observaciones: <i>texto</i>								
<b>7.3 Salud (más cercano) (M)</b> <input checked="" type="checkbox"/>								
a. En el atractivo <input type="checkbox"/>			b. En la ciudad o poblado más cercano <input type="checkbox"/>					
Hospital o Clínica <input type="checkbox"/>	Cantidad	0	Hospital o Clínica <input checked="" type="checkbox"/>	Cantidad	1			
Puesto / Centro de salud <input type="checkbox"/>		0	Puesto / Centro de salud <input type="checkbox"/>		0			
Dispensario médico <input type="checkbox"/>		0	Dispensario médico <input checked="" type="checkbox"/>		1			
Botiquín de primeros auxilios <input type="checkbox"/>		0	Botiquín de primeros auxilios <input type="checkbox"/>		0			
Otros <input type="checkbox"/>		0	Otros <input type="checkbox"/>		0			
Observaciones: <b>EL HOSPITAL Y EL DISPENSARIO MEDICO QUEDAN DENTRO DEL CASCO URBANO</b>								
<b>7.4 Seguridad (M)</b> <input checked="" type="checkbox"/>								
a. Privada <input type="checkbox"/>	<i>texto</i>							
b. Policía nacional <input checked="" type="checkbox"/>	<b>CUIDAN ESTOS LUGARES CON FRECUENCIA</b>							

c. Policía metropolitana / Municipal	<input type="checkbox"/>	City	texto
d. Otra	<input type="checkbox"/>		texto
Observaciones: texto			
<b>7.5 Servicio de comunicación de uso público (M)</b> <input checked="" type="checkbox"/>			
<b>a. En el atractivo</b> <input type="checkbox"/>		<b>b. En la ciudad o poblado mas cercano</b> <input checked="" type="checkbox"/>	
Telefonía (M) <input type="checkbox"/>		Conexión a internet (M) <input type="checkbox"/>	
Fija <input type="checkbox"/>	Línea telefónica <input type="checkbox"/>	Fibra óptica <input type="checkbox"/>	Fija <input checked="" type="checkbox"/>
Móvil <input type="checkbox"/>	Satélite <input type="checkbox"/>	Redes inalámbricas <input type="checkbox"/>	Móvil <input checked="" type="checkbox"/>
Satelital <input type="checkbox"/>	Telefonía móvil <input type="checkbox"/>		Satelital <input type="checkbox"/>
Observaciones: texto			
Radio portátil (U) <input type="checkbox"/>			
De uso exclusivo para el visitante <input type="checkbox"/>		De uso exclusivo para comunicación interna <input type="checkbox"/>	
De uso exclusivo en caso de emergencia <input type="checkbox"/>			
Observaciones: texto			
<b>7.6 Multiamenazas (M)</b> <input type="checkbox"/>			
Deslaves <input type="checkbox"/>		Sismos <input type="checkbox"/>	
Sequía <input type="checkbox"/>		Inundaciones <input type="checkbox"/>	
		Erupciones volcánicas <input type="checkbox"/>	
		Incendios forestales <input type="checkbox"/>	
¿Existe un plan de contingencia en caso de catástrofes? <input type="checkbox"/>		Institución que elaboró el documento: texto	Nombre del documento: texto
		Año de elaboración: de 0	
Observaciones: texto			
<b>8. POLÍTICAS Y REGULACIONES</b> SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input checked="" type="checkbox"/>			
a. ¿El GAD cuenta con el Plan de Desarrollo Turístico Territorial?		SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	Año de elaboración: 2016
b. ¿El atractivo se encuentra dentro de la planificación turística territorial (GAD'S)?		SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	Especifique: texto
c. ¿Existen normativas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?		SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	Especifique: texto
d. ¿Existen ordenanzas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?		SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	Especifique: texto
Observaciones: texto			
<b>9. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U)</b> SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>			
<b>9.1 ATRACTIVOS NATURALES (M)</b> <input type="checkbox"/>			
9.1.1 En el Agua (M) <input type="checkbox"/>			
a. Buceo <input type="checkbox"/>	b. Kayak de mar <input type="checkbox"/>	c. Kayak lacustre <input type="checkbox"/>	d. Kayak de Río <input type="checkbox"/>
e. Surf <input type="checkbox"/>	f. Kite surf <input type="checkbox"/>	g. Rafting <input type="checkbox"/>	h. Snorkel <input type="checkbox"/>
i. Tubing <input type="checkbox"/>	j. Regata <input type="checkbox"/>	k. Paseo en panga <input type="checkbox"/>	l. Paseo en bote <input type="checkbox"/>
m. Paseo en lancha <input type="checkbox"/>	n. Paseo en moto acuática <input type="checkbox"/>	o. Parasailing <input type="checkbox"/>	p. Esquí acuático <input type="checkbox"/>
q. Banana flotante <input type="checkbox"/>	r. Boya <input type="checkbox"/>	s. Pesa deportiva <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>
Observaciones: texto			
9.1.2 En el Aire (M) <input type="checkbox"/>			
a. Alas Delta <input type="checkbox"/>	b. Canopy <input type="checkbox"/>	c. Parapente <input type="checkbox"/>	d. Otro <input type="checkbox"/>
Observaciones: texto			
9.1.3 En Superficie Terrestre (M) <input type="checkbox"/>			
a. Montañismo <input type="checkbox"/>	b. Escalada <input type="checkbox"/>	c. Senderismo <input type="checkbox"/>	d. Cicloturismo <input type="checkbox"/>
e. Canyoning <input type="checkbox"/>	f. Exploración de cuevas <input type="checkbox"/>	g. Actividades Recreativas <input type="checkbox"/>	h. Cabalgata <input type="checkbox"/>
i. Caminata <input type="checkbox"/>	j. Camping <input type="checkbox"/>	k. Picnic <input type="checkbox"/>	l. Observación de flora y fauna <input type="checkbox"/>
m. Observación de astros <input type="checkbox"/>	n. Otro <input type="checkbox"/>	Observaciones: texto	
<b>9.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U)</b> <input checked="" type="checkbox"/>			



9.2.1 Tangibles e intangibles <input checked="" type="checkbox"/>			
a. Recorridos guiados	<input type="checkbox"/>	b. Recorrido autoguiados	<input type="checkbox"/>
c. Visita a talleres artísticos	<input checked="" type="checkbox"/>		
h. Participación en talleres artísticos	<input checked="" type="checkbox"/>	d. Visita a talleres artesanales	<input type="checkbox"/>
i. Participación en talleres artesanales	<input checked="" type="checkbox"/>		
e. Exposiciones temáticas permanentes, temporales y eventuales	<input type="checkbox"/>	f. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales.	<input checked="" type="checkbox"/>
i. Actividades vivenciales y/o lúdicas	<input type="checkbox"/>		
g. Presentaciones o representaciones en vivo	<input checked="" type="checkbox"/>	h. Muestras audiovisuales	<input type="checkbox"/>
g. Fotografía	<input checked="" type="checkbox"/>		
j. Degustación de platos tradicionales	<input checked="" type="checkbox"/>	l. Participación de la celebración	<input type="checkbox"/>
m. Compra de artesanías	<input type="checkbox"/>		
n. Convivencia	<input type="checkbox"/>	o. Medicina ancestral	<input type="checkbox"/>
Otro	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	
Observaciones: <input type="text"/>			
10. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO <span style="float: right;">SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input checked="" type="checkbox"/></span>			
10.1. Medios de Promoción del Atractivo (M)			
¿Existe un plan de promoción turística cantonal? <span style="float: right;">SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Especifique: <input type="text"/></span>			
¿El Atractivo se encuentra incluido en el plan de promoción turístico cantonal? <span style="float: right;">SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/></span>			
Medio Promocional	Dirección y nombre de los medios promocionales		Periodicidad de la promoción
a. Página WEB	<input type="checkbox"/>	URL: <input type="text"/>	Ninguna
b. Red Social	<input type="checkbox"/>	Nombre: <input type="text"/>	Ninguna
c. Revistas Especializadas	<input type="checkbox"/>	Nombre: <input type="text"/>	Ninguna
d. Material POP	<input type="checkbox"/>	Nombre: <input type="text"/>	Ninguna
e. Oficina de Información Turística	<input type="checkbox"/>	Nombre: <input type="text"/>	Ninguna
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa)	<input type="checkbox"/>	Nombre: <input type="text"/>	Ninguna
g. Asistencia a ferias turísticas	<input type="checkbox"/>	Nombre: <input type="text"/>	Ninguna
h. Otro	<input type="checkbox"/>	Nombre: <input type="text"/>	Ninguna
Observaciones: <input type="text"/>			
10.2. El atractivo forma parte de una oferta establecida (paquete turístico) <span style="float: right;">SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Especifique: <input type="text"/></span>			
Observaciones: <input type="text"/>			
11. REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA (M) <span style="float: right;">SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input checked="" type="checkbox"/></span>			
11.1. Frecuencia de visita según datos estadísticos <input type="checkbox"/>			
a. ¿Posee un sistema de registro de visitantes? <span style="float: right;">SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Tipo: Digital <input type="checkbox"/> Papel <input type="checkbox"/> Años de registro: 0</span>			
b. ¿Se genera reporte de estadísticas de visita al atractivo? <span style="float: right;">SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Frecuencia de los reportes: Ninguna</span>			
c. Temporalidad de visita al atractivo			
Alta (meses)	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	Número de visitantes: 0
Baja (meses)	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	Número de visitantes: 0
d. Llegada de turistas			
<input type="checkbox"/> Turista nacional	Llegadas mensuales	Total anual	<input type="checkbox"/> Turista extranjero
	<input type="text"/>	0	Llegadas mensuales
	0	0	Total Anual
Ciudades de origen	<input type="text"/>	0	Países de origen
	<input type="text"/>	0	<input type="text"/>
	<input type="text"/>	0	<input type="text"/>
Observaciones: <input type="text"/>			
11.2. Frecuencia de visita según informantes clave <input type="checkbox"/>			
Nombre del Informante Clave: <input type="text"/>		Contactos: <input type="text"/> (+593)	
Demanda según días de visita <input type="checkbox"/>		Demanda según frecuencia de visita <input type="checkbox"/>	
Lunes a viernes	0	Fines de semana	0
Días feriados	0	Permanente	<input type="checkbox"/>
		Estacional	<input type="checkbox"/>
		Esporádica	<input type="checkbox"/>
		Inexistente	<input type="checkbox"/>
Observaciones: <input type="text"/>			

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

**13. DESCRIPCION DEL ATRACTIVO (500 caracteres)**

Se encuentra ubicado en el Barrio central, en el pleno corazón de Macará, se trata de una plaza conmemorativa, su principal elemento lo constituye un monolito que representa a las Parroquias del Cantón y en el que se dispone la bandera del Ecuador, la bandera de Macará, de la Provincia de Loja y de las tres Parroquias; y, es un escenario propio para las manifestaciones cívico-culturales y públicas del pensamiento democrático en la frontera.

**14. ANEXOS**

a. Archivo Fotográfico (dos) (HD)




Fuente: texto

c. Ubicación gráfica del Atractivo



Fuente: GOOGLE EARTH

FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)					
ELABORADO POR:		VALIDADO POR:		APROBADO POR:	
Apellido y Nombre	MASACHE ADRIAN	Apellido y Nombre		Apellido y Nombre	
Institución	UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA	Institución		Institución	
Cargo	ESTUDIANTE	Cargo		Cargo	
Correo Electrónico	<a href="mailto:erickadrian9393@hotmail.com">erickadrian9393@hotmail.com</a>	Correo Electrónico		Correo Electrónico	
Teléfono	0993638878	Teléfono		Teléfono	
Firma		Firma		Firma	
Fecha	13/01/2018	Fecha		Fecha	

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																				
Código del atractivo:	1	1	0	8	0	2	M	C	0	1	0	8	0	2	0	0	1			
	Provincia			Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo				
<b>1. DATOS GENERALES</b>																				
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																				
PARQUE DE LA MADRE																				
1.2 Categoría					1.3 Tipo					1.4 Subtipo										
MANIFESTACIONES CULTURALES					ARQUITECTURA					ESPACIO PÚBLICO										
<b>2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO</b>																				
2.1 Provincia					2.2 Cantón					2.3 Parroquia										
LOJA					MACARA					MACARÁ (MANUEL ENRIQUE RENGEL SUQUILANDA)										
2.4 Barrio, Sector o Comuna					2.5 Calle Principal			2.6 Número		2.7 Transversal										
BARRIO VELASCO IBARRA					CARRETERA PANAMERICANA			S/N		JUVENAL JARAMILLO										
2.8 Latitud (grados decimales)					2.9 Longitud (grados decimales)					2.10 Altura (msnm)										
-4.373762*					-79.941138*					461										
2.11 Información del administrador																				
a. Tipo de Administrador: Municipal					b. Nombre de la Institución: texto															
c. Nombre del Administrador: Ing. Juan Carlos Carpio					d. Cargo que ocupa: Jefe departamental del gima															
e. Teléfono / Celular: (+593)					f. Correo Electrónico: texto															
Observaciones: texto																				
<b>3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO</b>																				
3.1 Características climatológicas <input checked="" type="checkbox"/>																				
a. Clima: SubTropical Seco					b. Temperatura(°C): 25					c. Precipitación Pluviométrica (mm): 500										
3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>																				
a. Cultura <input checked="" type="checkbox"/>					b. Naturaleza <input type="checkbox"/>					c. Aventura <input type="checkbox"/>										
3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico <input checked="" type="checkbox"/>																				
a. Prístino <input type="checkbox"/>				b. Primitivo <input type="checkbox"/>				c. Rústico Natural <input type="checkbox"/>				d. Rural <input type="checkbox"/>				e. Urbano <input checked="" type="checkbox"/>				
3.4 Ingreso al atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>																				
a. Tipo de Ingreso		b. Horario de Atención			c. Atención															
		Ingreso	Salida	Todos los días			Fines de semana y feriados			Solo días hábiles			Otro			Especificar				
Libre <input checked="" type="checkbox"/>		0:00	0:00	<input checked="" type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>			texto				
Restringido <input type="checkbox"/>		0:00	0:00	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>			texto				
Pagado <input type="checkbox"/>		0:00	0:00	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>			texto				
d. Maneja un sistema de reservas: <input type="checkbox"/>				f. Forma de Pago:		Efectivo <input type="checkbox"/>			Dinero Electrónico <input type="checkbox"/>			Depósito Bancario <input type="checkbox"/>			Tarjeta de Débito <input type="checkbox"/>					
e. Precio: Desde 0.00		Hasta 0.00				Tarjeta de Crédito <input type="checkbox"/>			Transferencia Bancaria <input type="checkbox"/>			Cheque <input type="checkbox"/>								
g. Meses recomendables de visita:					texto															
Observaciones: texto																				
<b>4. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO</b> SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>																				
a. Nombre de la ciudad o poblado más cercano (Que presente condiciones mínimas de servicios):										MACARÁ										
b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano:		0 km		c. Tiempo estimado de desplazamiento en auto: 0:00 h/min			d. Coordenadas (grados decimales):			Lat.: -4.373762*		Long.: -79.941138*								
Observaciones: El atractivo se encuentra dentro del casco urbano.																				
4.2 Vías de Acceso (M) <input checked="" type="checkbox"/>																				
a. Terrestre (M) <input type="checkbox"/>		Tipo de vía			Coordenada de inicio		Coordenada de fin		Distancia (km)		Tipo de material		Estado							
		a. Primer orden <input checked="" type="checkbox"/>			0		0		0		ASFALTO		BUENO							

b. Segundo orden		<input type="checkbox"/>	0	0	0	texto	
c. Tercer orden		<input type="checkbox"/>	0	0	0	texto	
Observaciones: El atractivo se encuentra dentro del casco urbano.							
b. Acuático (U)	Marítimo	<input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto	Estado	Puerto / Muelle de Llegada	texto
	Lacustre	<input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto		Puerto / Muelle de Llegada	texto
	Fluvial	<input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto		Puerto / Muelle de Llegada	texto
Observaciones: texto							
c. Aéreo (U)		<input type="checkbox"/>	Nacional: <input type="checkbox"/>		Internacional: <input type="checkbox"/>		
Observaciones: texto							
4.3 Servicio de transporte (M) <input checked="" type="checkbox"/>							
a. Bus	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Buseta	<input checked="" type="checkbox"/>	c. Transporte 4x4	<input checked="" type="checkbox"/>	d. Taxi	<input checked="" type="checkbox"/>
e. Moto taxi	<input type="checkbox"/>	f. Teleférico	<input type="checkbox"/>	g. Lancha	<input type="checkbox"/>	h. Bote	<input type="checkbox"/>
i. Barco	<input type="checkbox"/>	j. Canoa	<input type="checkbox"/>	k. Avión	<input type="checkbox"/>	l. Avioneta	<input type="checkbox"/>
m. Helicóptero	<input type="checkbox"/>	n. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique			
Observaciones: texto							
4.3.1 Detalle de transporte hacia el atractivo (M) <input type="checkbox"/>							
a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio	b. Estación / terminal	c. Frecuencia			d. Detalle (Traslado origen / destino)		
texto	texto	Día/a	Semana/l	Men/sua/l	Eventua/l	texto	
texto	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto	
texto	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto	
texto	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto	
texto	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto	
texto	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto	
4.4 Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad (M) <input type="checkbox"/>							
General	<input type="checkbox"/>	Discapacidad Física	<input checked="" type="checkbox"/>	Discapacidad Visual	<input type="checkbox"/>	Discapacidad Auditiva	<input type="checkbox"/>
Discapacidad Intelectual o Psicosocial		<input type="checkbox"/>	d. No es accesible		<input type="checkbox"/>		
Observaciones: Si cuenta con la accesibilidad para personas con discapacidad física.							
4.5 Señalización <input type="checkbox"/>							
a. Señalización de aproximación al atractivo	<input type="checkbox"/>	Estado (U)	Bueno	<input type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	Malo
Observaciones: texto							
5. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS <span style="float: right;">SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/></span>							
5.1 Planta turística (M) <input checked="" type="checkbox"/>							
a. En el Atractivo <input type="checkbox"/>				b. En la ciudad o poblado cercano <input checked="" type="checkbox"/>			
Alojamiento	<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas	Alojamiento	<input type="checkbox"/>	Establecimiento s registrados
		Número de Habitaciones	Número de Plazas			Número de Habitaciones	Número de Plazas

Hotel	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hotel	<input checked="" type="checkbox"/>	6	123	21		
Hostal	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hostal	<input checked="" type="checkbox"/>	7	114	20		
Hostería	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hostería	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Hacienda Turística	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hacienda Turística	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Lodge	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Lodge	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Resort	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Resort	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Refugio	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Refugio	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Campamento Turístico	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Campamento Turístico	<input checked="" type="checkbox"/>	2	0	0		
Casa de Huéspedes	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Casa de Huéspedes	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Observaciones: <small>texto</small>					Observaciones: <small>Todos estos establecimientos quedan dentro del casco urbano.</small>						
<b>Alimentos y bebidas</b>	<input type="checkbox"/>	<b>Establecimientos registrados</b>	<b>Número de Mesas</b>	<b>Número de Plazas</b>	<b>Alimentos y bebidas</b>	<input checked="" type="checkbox"/>	<b>Establecimientos registrados</b>	<b>Número de Mesas</b>	<b>Número de Plazas</b>		
Restaurantes	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Restaurantes	<input checked="" type="checkbox"/>	38	0	0		
Cafeterías	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Cafeterías	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Bares	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Bares	<input checked="" type="checkbox"/>	6	0	0		
Fuentes de soda	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Fuentes de soda	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Observaciones: <small>texto</small>					Observaciones: <small>Todos estos establecimientos quedan dentro del casco urbano.</small>						
<b>Agencias de Viaje</b>		<input type="checkbox"/>	<b>Establecimientos registrados</b>		<b>Agencias de Viaje</b>		<input type="checkbox"/>	<b>Establecimientos registrados</b>			
Mayoristas		<input type="checkbox"/>	0		Mayoristas		<input type="checkbox"/>	0			
Internacionales		<input type="checkbox"/>	0		Internacionales		<input type="checkbox"/>	0			
Operadoras		<input type="checkbox"/>	0		Operadoras		<input type="checkbox"/>	0			
Observaciones: <small>texto</small>					Observaciones: <small>texto</small>						
<b>Guía</b>	<input type="checkbox"/>	<b>Local</b>	<b>Nacional</b>	<b>Nacional Especializado</b>	<b>Cultura</b>	<input type="checkbox"/>	<b>Local</b>	<b>Nacional</b>	<b>Nacional Especializado</b>	<b>Cultura</b>	0
		0	0	0	Aventura		0	0	0	Aventura	0
Observaciones: <small>texto</small>					Observaciones: <small>texto</small>						
<b>5.2 Facilidades en el entorno al atractivo</b> <input type="checkbox"/>											
<b>Categoría (M)</b>	<b>Tipo (M)</b>		<b>Cantidad</b>	<b>Coordenadas</b>	<b>Administrador</b>	<b>Accesibilidad universal</b>	<b>Estado (U)</b>				
a. De apoyo a la gestión turística <input type="checkbox"/>	Punto de Información		<input type="checkbox"/>	0	0	<small>texto</small>	<input type="checkbox"/>	B	R	M	<input type="checkbox"/>
	I-Tur		<input type="checkbox"/>	0	0	<small>texto</small>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de interpretación		<input type="checkbox"/>	0	0	<small>texto</small>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de facilitación turística		<input type="checkbox"/>	0	0	<small>texto</small>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de recepción de visitantes		<input type="checkbox"/>	0	0	<small>texto</small>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. De observación y vigilancia <input type="checkbox"/>	Garitas de guardianía		<input type="checkbox"/>	0	0	<small>texto</small>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Miradores		<input type="checkbox"/>	0	0	<small>texto</small>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Torres de avistamiento de aves		<input type="checkbox"/>	0	0	<small>texto</small>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Torres de vigilancia para salvavidas		<input type="checkbox"/>	0	0	<small>texto</small>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. De recorrido y descanso <input type="checkbox"/>	Senderos		<input type="checkbox"/>	0	0	<small>texto</small>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Estaciones de sombra y descanso		<input type="checkbox"/>	0	0	<small>texto</small>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Áreas de acampar		<input type="checkbox"/>	0	0	<small>texto</small>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. De servicio <input type="checkbox"/>	Refugio de alta montaña		<input type="checkbox"/>	0	0	<small>texto</small>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Baterías sanitarias		<input type="checkbox"/>	0	0	<small>texto</small>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. Otros <input type="checkbox"/>	Estacionamientos		<input type="checkbox"/>	0	0	<small>texto</small>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
			<input type="checkbox"/>	0	0	<small>texto</small>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Observaciones: <a href="#">texto</a>	
<b>5.3 Complementarios a la actividad turística (M)</b> <input checked="" type="checkbox"/>	
<b>a. En el Atractivo</b> <input type="checkbox"/>	<b>b. En la ciudad o poblado cercano</b> <input checked="" type="checkbox"/>
Alquiler y venta de equipo especializado <input type="checkbox"/> Venta de merchandising artesanías y <input type="checkbox"/>	Alquiler y venta de equipo especializado <input type="checkbox"/> Venta de merchandising artesanías y <input type="checkbox"/>
Casa de cambio <input type="checkbox"/> Cajero automático <input type="checkbox"/> Otro <input type="checkbox"/>	Casa de cambio <input type="checkbox"/> Cajero automático <input checked="" type="checkbox"/> Otro <input type="checkbox"/>
Especifique: <a href="#">texto</a>	Especifique: <a href="#">texto</a>
Observaciones: <a href="#">texto</a>	
<b>6. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO</b> <span style="float: right;">SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/></span>	
<b>6.1 Atractivo (U)</b> <input checked="" type="checkbox"/>	
a. Conservado <input checked="" type="checkbox"/>	b. Alterado <input type="checkbox"/> c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/> d. Deteriorado <input type="checkbox"/>
Observaciones: <a href="#">texto</a>	
<b>6.1.1 Factores de alteración y deterioro (M)</b>	
<b>6.1.1.1 Naturales (M)</b>	<b>6.1.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)</b>
a. Erosión <input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas <input type="checkbox"/> b. Actividades forestales <input type="checkbox"/> c. Actividades extractivas / minería <input type="checkbox"/>
b. Humedad <input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales <input type="checkbox"/> e. Negligencia / abandono <input type="checkbox"/> f. Huaquearía <input type="checkbox"/>
c. Desastres naturales <input type="checkbox"/>	g. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/> h. Condiciones de uso y exposición <input type="checkbox"/> i. Falta de mantenimiento <input type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna <input type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente <input type="checkbox"/> k. Generación de residuos <input type="checkbox"/> l. Expansión urbana <input type="checkbox"/>
e. Clima <input type="checkbox"/>	m. Conflicto político / social <input type="checkbox"/> n. Desarrollo industrial / comercial <input type="checkbox"/> o. Vandalismo <input type="checkbox"/>
Otro <input type="checkbox"/>	Especifique: <a href="#">texto</a>
Observaciones: <a href="#">texto</a>	
<b>6.2 Entorno (U)</b> <input checked="" type="checkbox"/>	
a. Conservado <input checked="" type="checkbox"/>	b. Alterado <input type="checkbox"/> c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/> d. Deteriorado <input type="checkbox"/>
Observaciones: <a href="#">texto</a>	
<b>6.2.1 Factores de alteración y deterioro (M)</b>	
<b>6.2.1.1 Naturales (M)</b>	<b>6.2.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)</b>
a. Erosión <input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas <input type="checkbox"/> b. Actividades forestales <input type="checkbox"/> c. Actividades extractivas / minería <input type="checkbox"/>
b. Humedad <input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales <input type="checkbox"/> e. Negligencia / abandono <input type="checkbox"/> f. Huaquearía <input type="checkbox"/>
c. Desastres naturales <input type="checkbox"/>	g. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/> h. Condiciones de uso y exposición <input type="checkbox"/> i. Falta de mantenimiento <input type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna <input type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente <input type="checkbox"/> k. Generación de residuos <input type="checkbox"/> l. Expansión urbana <input type="checkbox"/>
e. Clima <input type="checkbox"/>	m. Conflicto político / social <input type="checkbox"/> n. Desarrollo industrial / comercial <input type="checkbox"/> o. Vandalismo <input type="checkbox"/>
Otro <input type="checkbox"/>	Especifique: <a href="#">texto</a>
Observaciones: <a href="#">texto</a>	
<b>6.3. Declaratoria del espacio turístico asociado al atractivo</b> <input type="checkbox"/>	
a. Declarante: <a href="#">texto</a>	b. Denominación: <a href="#">texto</a> c. Fecha de declaración: <a href="#">texto</a> d. Alcance: <a href="#">texto</a>
Observaciones: <a href="#">texto</a>	
<b>7. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA</b> <span style="float: right;">SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/></span>	
<b>7.1 Servicios Básicos</b> <input type="checkbox"/>	
<b>a. En el atractivo</b> <input type="checkbox"/>	<b>b. En la ciudad o poblado mas cercano</b> <input type="checkbox"/>
Agua: <input type="checkbox"/>	Agua <input checked="" type="checkbox"/>
Especifique: <a href="#">texto</a>	Especifique: <a href="#">POTABLE</a>
Energía eléctrica: <input type="checkbox"/>	Energía eléctrica <input checked="" type="checkbox"/>
Especifique: <a href="#">texto</a>	Especifique: <a href="#">EERSSA</a>
Saneamiento: <input type="checkbox"/>	Saneamiento: <input checked="" type="checkbox"/>

Especifique: <a href="#">texto</a>		Especifique: <a href="#">ALCANTARILLADO PUBLICO</a>						
Disposición de desechos <input type="checkbox"/>		Disposición de desechos <input checked="" type="checkbox"/>						
Especifique: <a href="#">texto</a>		Especifique: <a href="#">RECOLECTOR MUNICIPAL</a>						
Observaciones: <a href="#">texto</a>								
7.2 Señalética en el atractivo <input type="checkbox"/>								
7.2.1 Ambiente	7.2.2. Tipo	7.2.3. Materialidad				7.2.4. Estado		
		a. Madera	b. Aluminio	c. Otro	Especifique	B	R	M
En áreas urbanas <input type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	0	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de atractivos turísticos	0	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de sitio	0	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems direccionales	0	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
En áreas naturales <input type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	0	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Señales turísticas de aproximación	0	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Paneles de direccionamiento hacia atractivos	0	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de atractivos	0	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de direccionamiento hacia atractivos, servicios y actividades	0	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Mesas interpretativas	0	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Letreros informativos <input type="checkbox"/>	De información botánica	0	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Normativos de concienciación	0	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Señalética interna de seguridad <input type="checkbox"/>	Protección de los elementos del atractivo	0	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otros <input type="checkbox"/>	<a href="#">texto</a>							
Observaciones: <a href="#">texto</a>								
7.3 Salud (más cercano) (M) <input checked="" type="checkbox"/>								
a. En el atractivo <input type="checkbox"/>			b. En la ciudad o poblado mas cercano <input checked="" type="checkbox"/>					
Hospital o Clínica <input type="checkbox"/>	Cantidad	0	Hospital o Clínica <input checked="" type="checkbox"/>	Cantidad	1			
Puesto / Centro de salud <input type="checkbox"/>		0	Puesto / Centro de salud <input type="checkbox"/>		0			
Dispensario médico <input type="checkbox"/>		0	Dispensario médico <input checked="" type="checkbox"/>		1			
Botiquín de primeros auxilios <input type="checkbox"/>		0	Botiquín de primeros auxilios <input type="checkbox"/>		0			
Otros <input type="checkbox"/>		0	Otros <input type="checkbox"/>		0			
Observaciones: <a href="#">EL HOSPITAL Y EL DISPENSARIO QUEDAN DENTRO DEL CASCO URBANO</a>								
7.4 Seguridad (M) <input checked="" type="checkbox"/>								
a. Privada <input type="checkbox"/>	Calle	<a href="#">texto</a>						
b. Policía nacional <input checked="" type="checkbox"/>		<a href="#">CUIDAN ESTE LUGAR CON FRECUENCIA</a>						

c. Policía metropolitana / Municipal <input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		texto	
d. Otra <input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		texto	
Observaciones: texto					
<b>7.5 Servicio de comunicación de uso público (M)</b> <input checked="" type="checkbox"/>					
a. En el atractivo <input type="checkbox"/>			b. En la ciudad o poblado mas cercano <input checked="" type="checkbox"/>		
Telefonía (M) <input checked="" type="checkbox"/>		Conexión a internet (M) <input checked="" type="checkbox"/>		Telefonía (M) <input checked="" type="checkbox"/>	
Fija <input type="checkbox"/>		Línea telefónica <input type="checkbox"/>		Fija <input checked="" type="checkbox"/>	
Móvil <input checked="" type="checkbox"/>		Satélite <input type="checkbox"/>		Móvil <input checked="" type="checkbox"/>	
Satelital <input type="checkbox"/>		Redes inalámbricas <input type="checkbox"/>		Satélite <input type="checkbox"/>	
		Telefonía móvil <input checked="" type="checkbox"/>		Telefonía móvil <input type="checkbox"/>	
Observaciones: texto					
Radio portátil (U) <input type="checkbox"/>					
De uso exclusivo para el visitante <input type="checkbox"/>		De uso exclusivo para comunicación interna <input type="checkbox"/>		De uso exclusivo en caso de emergencia <input type="checkbox"/>	
Observaciones: texto					
<b>7.6 Multiamenazas (M)</b> <input type="checkbox"/>					
Deslaves <input type="checkbox"/>		Sismos <input type="checkbox"/>		Erupciones volcánicas <input type="checkbox"/>	
Sequía <input type="checkbox"/>		Inundaciones <input type="checkbox"/>		Aguajes <input type="checkbox"/>	
				Incendios forestales <input type="checkbox"/>	
Tsunami <input type="checkbox"/>					
¿Existe un plan de contingencia en caso de catástrofes? <input type="checkbox"/>		Institución que elaboró el documento. texto		Nombre del documento: texto	
				Año de elaboración: de 0	
Observaciones: texto					
<b>8. POLÍTICAS Y REGULACIONES</b> SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input checked="" type="checkbox"/>					
a. ¿El GAD cuenta con el Plan de Desarrollo Turístico Territorial?		SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>		Año de elaboración: 2016	
b. ¿El atractivo se encuentra dentro de la planificación turística territorial (GAD'S)?		SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>		Especifique:	
texto					
c. ¿Existen normativas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?		SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>		Especifique:	
texto					
d. ¿Existen ordenanzas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?		SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>		Especifique:	
texto					
Observaciones: texto					
<b>9. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U)</b> SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>					
<b>9.1 ATRACTIVOS NATURALES (M)</b> <input type="checkbox"/>					
<b>9.1.1 En el Agua (M)</b> <input type="checkbox"/>					
a. Buceo <input type="checkbox"/>		b. Kayak de mar <input type="checkbox"/>		c. Kayak lacustre <input type="checkbox"/>	
d. Kayak de Río <input type="checkbox"/>		e. Surf <input type="checkbox"/>			
f. Kite surf <input type="checkbox"/>		g. Rafting <input type="checkbox"/>		h. Snorkel <input type="checkbox"/>	
i. Tubing <input type="checkbox"/>		j. Regata <input type="checkbox"/>			
k. Paseo en panga <input type="checkbox"/>		l. Paseo en bote <input type="checkbox"/>		m. Paseo en lancha <input type="checkbox"/>	
n. Paseo en moto acuática <input type="checkbox"/>		o. Parasailing <input type="checkbox"/>			
p. Esquí acuático <input type="checkbox"/>		q. Banana flotante <input type="checkbox"/>		r. Boya <input type="checkbox"/>	
s. Pesa deportiva <input type="checkbox"/>		Otro <input type="checkbox"/>		texto	
Observaciones: texto					
<b>9.1.2 En el Aire (M)</b> <input type="checkbox"/>					
a. Alas Delta <input type="checkbox"/>		b. Canopy <input type="checkbox"/>		c. Parapente <input type="checkbox"/>	
d. Otro <input type="checkbox"/>		texto			
Observaciones: texto					
<b>9.1.3 En Superficie Terrestre (M)</b> <input type="checkbox"/>					
a. Montañismo <input type="checkbox"/>		b. Escalada <input type="checkbox"/>		c. Senderismo <input type="checkbox"/>	
d. Cicloturismo <input type="checkbox"/>		e. Canyoning <input type="checkbox"/>			
f. Exploración de cuevas <input type="checkbox"/>		g. Actividades Recreativas <input type="checkbox"/>		h. Cabalgata <input type="checkbox"/>	
i. Caminata <input type="checkbox"/>		j. Camping <input type="checkbox"/>			
k. Picnic <input type="checkbox"/>		l. Observación de flora y fauna <input type="checkbox"/>		m. Observación de astros <input type="checkbox"/>	
n. Otro <input type="checkbox"/>		texto			
Observaciones: texto					
<b>9.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U)</b> <input checked="" type="checkbox"/>					



9.2.1 Tangibles e intangibles <input checked="" type="checkbox"/>			
a. Recorridos guiados <input type="checkbox"/>	b. Recorrido autoguiados <input type="checkbox"/>	c. Visita a talleres artísticos <input type="checkbox"/>	
h. Participación en talleres artísticos <input type="checkbox"/>	d. Visita a talleres artesanales <input type="checkbox"/>	i. Participación en talleres artesanales <input type="checkbox"/>	
e. Exposiciones temáticas permanentes, temporales y eventuales <input type="checkbox"/>	f. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales. <input type="checkbox"/>	i. Actividades vivenciales y/o lúdicas <input type="checkbox"/>	
g. Presentaciones o representaciones en vivo <input type="checkbox"/>	h. Muestras audiovisuales <input type="checkbox"/>	g. Fotografía <input checked="" type="checkbox"/>	
j. Degustación de platos tradicionales <input type="checkbox"/>	l. Participación de la celebración <input type="checkbox"/>	m. Compra de artesanías <input type="checkbox"/>	
n. Convivencia <input checked="" type="checkbox"/>	o. Medicina ancestral <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>	texto
Observaciones: texto			
10. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO <span style="float: right;">SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input checked="" type="checkbox"/></span>			
10.1. Medios de Promoción del Atractivo (M)			
¿Existe un plan de promoción turística cantonal? <span style="float: right;">SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Especifique: texto</span>			
¿El Atractivo se encuentra incluido en el plan de promoción turístico cantonal? <span style="float: right;">SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/></span>			
Medio Promocional	Dirección y nombre de los medios promocionales		Periodicidad de la promoción
a. Página WEB <input type="checkbox"/>	URL: texto		Ninguna
b. Red Social <input type="checkbox"/>	Nombre: texto		Ninguna
c. Revistas Especializadas <input type="checkbox"/>	Nombre: texto		Ninguna
d. Material POP <input type="checkbox"/>	Nombre: texto		Ninguna
e. Oficina de Información Turística <input type="checkbox"/>	Nombre: texto		Ninguna
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa) <input type="checkbox"/>	Nombre: texto		Ninguna
g. Asistencia a ferias turísticas <input type="checkbox"/>	Nombre: texto		Ninguna
h. Otro <input type="checkbox"/>	Nombre: texto		Ninguna
Observaciones: texto			
10.2. El atractivo forma parte de una oferta establecida (paquete turístico) <span style="float: right;">SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Especifique: texto</span>			
Observaciones: texto			
11. REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA (M) <span style="float: right;">SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/></span>			
11.1. Frecuencia de visita según datos estadísticos <input type="checkbox"/>			
a. ¿Posee un sistema de registro de visitantes? <span style="float: right;">SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/></span>	Tipo: Digital <input type="checkbox"/>	Papel <input type="checkbox"/>	Años de registro: 0
b. ¿Se genera reporte de estadísticas de visita al atractivo? <span style="float: right;">SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/></span>	Frecuencia de los reportes: Ninguna		
c. Temporalidad de visita al atractivo			
Alta (meses) <input type="checkbox"/>	Especifique	texto	Número de visitantes
Baja (meses) <input type="checkbox"/>		texto	
d. Llegada de turistas			
<input type="checkbox"/> Turista nacional	Llegadas mensuales	Total anual	<input type="checkbox"/> Turista extranjero
Ciudades de origen	texto	0	0
	texto	0	0
	texto	0	0
Países de origen			
texto		0	0
Observaciones: texto			
11.2. Frecuencia de visita según informantes clave <input type="checkbox"/>			
Nombre del Informante Clave: texto	Contactos: (+593)		
Demanda según días de visita <input type="checkbox"/>		Demanda según frecuencia de visita <input type="checkbox"/>	
Lunes a viernes 0	Fines de semana 0	Días feriados 0	Permanente <input type="checkbox"/> Estacional <input type="checkbox"/> Esporádica <input type="checkbox"/> Inexistente <input type="checkbox"/>
Observaciones: texto			

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

**13. DESCRIPCION DEL ATRACTIVO (500 caracteres)**

Se encuentra ubicado al ingreso de Macará, en la vía panamericana y Juvenal Jaramillo, resalta en el mismo la espiga de arroz y el monumento a la Madre, cuenta con una pileta de agua, áreas verdes, con su respectivo mobiliario e iluminación ornamental

**14. ANEXOS**



Fuente: texto



Fuente: GOOGLE EARTH

FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)					
ELABORADO POR:		VALIDADO POR:		APROBADO POR:	
Apellido y Nombre	MASACHE ADRIAN	Apellido y Nombre		Apellido y Nombre	
Institución	UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA	Institución		Institución	
Cargo	ESTUDIANTE	Cargo		Cargo	
Correo Electrónico	erickadrian9393@hotmail.com	Correo Electrónico		Correo Electrónico	
Teléfono	0993938878	Teléfono		Teléfono	
Firma		Firma		Firma	
Fecha		Fecha		Fecha	

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRATIVOS TURÍSTICOS																	
Código del atractivo:	1	1	0	8	0	1	M	C	0	1	0	8	0	2	0	0	1
	Provincia		Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo		
<b>1. DATOS GENERALES</b>																	
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																	
AEROPUERTO JOSE MARIA VELASCO IBARRA																	
1.2 Categoría				1.3 Tipo				1.4 Subtipo									
MANIFESTACIONES_CULTURALES				ARQUITECTURA				ESPACIO PÚBLICO									
<b>2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO</b>																	
2.1 Provincia				2.2 Cantón				2.3 Parroquia									
LOJA				MACARA				GENERAL ELOY ALFARO (SAN SEBASTIÁN)									
2.4 Barrio, Sector o Comuna				2.5 Calle Principal		2.6 Número		2.7 Transversal									
SAN SEBASTIAN				AV. JAIME ROLDOS		511		CALLE AMAZONAS									
2.8 Latitud (grados decimales)				2.9 Longitud (grados decimales)				2.10 Altura (msnm)									
-4.379193°				-79.941482°				453									
2.11 Información del administrador																	
a. Tipo de Administrador:				texto				b. Nombre de la Institución:				texto					
c. Nombre del Administrador:				texto				d. Cargo que ocupa:				texto					
e. Teléfono / Celular:				(+593)				f. Correo Electrónico:				texto					
Observaciones: texto																	
<b>3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO</b>																	
3.1 Características climatológicas <input type="checkbox"/>																	
a. Clima:				SubTropical Seco				b. Temperatura(°C):				25					
c. Precipitación Pluviométrica (mm): 500																	
3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>																	
a. Cultura <input checked="" type="checkbox"/>				b. Naturaleza <input checked="" type="checkbox"/>				c. Aventura <input type="checkbox"/>									
3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico <input checked="" type="checkbox"/>																	
a. Prístino <input type="checkbox"/>				b. Primitivo <input type="checkbox"/>				c. Rústico Natural <input type="checkbox"/>				d. Rural <input type="checkbox"/>					
e. Urbano <input checked="" type="checkbox"/>																	
3.4 Ingreso al atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>																	
a. Tipo de Ingreso		b. Horario de Atención				c. Atención											
		Ingreso	Salida		Todos los días		Fines de semana y feriados		Solo días hábiles		Otro		Especificar				
Libre <input checked="" type="checkbox"/>		8:00		17:00		<input checked="" type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		texto			
Restringido <input type="checkbox"/>		0:00		0:00		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		texto			
Pagado <input type="checkbox"/>		0:00		0:00		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		texto			
d. Maneja un sistema de reservas: <input type="checkbox"/>				f. Forma de Pago:		Efectivo <input type="checkbox"/>		Dinero Electrónico <input type="checkbox"/>		Depósito Bancario <input type="checkbox"/>		Tarjeta de Débito <input type="checkbox"/>					
e. Precio:		Desde 0:00				Hasta 0:00		Tarjeta de Crédito <input type="checkbox"/>		Transferencia Bancaria <input type="checkbox"/>		Cheque <input type="checkbox"/>					
g. Meses recomendables de visita: texto																	
Observaciones: texto																	
<b>4. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO</b> SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>																	
a. Nombre de la ciudad o poblado más cercano (Que presente condiciones mínimas de servicios): MACARÁ																	
b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano:		0:00 km		c. Tiempo estimado de desplazamiento en auto: 0:00 h/min		d. Coordenadas (grados decimales):		Lat.: -4.379193°		Long.: -79.941482°							
Observaciones: El atractivo se encuentra dentro del casco urbano.																	
4.2 Vías de Acceso (M) <input checked="" type="checkbox"/>																	
a. Terrestre (M) <input type="checkbox"/>		Tipo de vía		Coordenada de inicio		Coordenada de fin		Distancia (km)		Tipo de material		Estado					
		a. Primer orden <input checked="" type="checkbox"/>		0		0		0		ASFALTO		BUENO					

b. Segundo orden <input type="checkbox"/>		0	0	0	texto		
c. Tercer orden <input type="checkbox"/>		0	0	0	texto		
Observaciones: texto							
b. Acuático (U) <input type="checkbox"/>	Marítimo <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto	Estado	Puerto / Muelle de Llegada	texto	
	Lacustre <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto		Puerto / Muelle de Llegada	texto	
	Fluvial <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto		Puerto / Muelle de Llegada	texto	
Observaciones: texto							
c. Aéreo (U) <input type="checkbox"/>	Nacional: <input type="checkbox"/>		Internacional: <input type="checkbox"/>				
Observaciones: texto							
<b>4.3 Servicio de transporte (M) <input checked="" type="checkbox"/></b>							
a. Bus <input checked="" type="checkbox"/>	b. Buseta <input checked="" type="checkbox"/>	c. Transporte 4x4 <input checked="" type="checkbox"/>	d. Taxi <input checked="" type="checkbox"/>	e. Moto taxi <input type="checkbox"/>	f. Teleférico <input type="checkbox"/>		
g. Lancha <input type="checkbox"/>	h. Bote <input type="checkbox"/>	i. Barco <input type="checkbox"/>	j. Canoa <input type="checkbox"/>	k. Avión <input type="checkbox"/>	l. Avioneta <input type="checkbox"/>		
m. Helicóptero <input type="checkbox"/>	n. Otro <input type="checkbox"/>	Especifique					
Observaciones: texto							
<b>4.3.1 Detalle de transporte hacia el atractivo (M) <input type="checkbox"/></b>							
a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio	b. Estación / terminal	c. Frecuencia				d. Detalle (Traslado origen / destino)	
		Diaria	Semanal	Mensual	Eventual		
texto	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto	
texto	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto	
texto	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto	
texto	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto	
<b>4.4 Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad (M) <input checked="" type="checkbox"/></b>							
General <input type="checkbox"/>	Discapacidad Física <input checked="" type="checkbox"/>	Discapacidad Visual <input type="checkbox"/>	Discapacidad Auditiva <input type="checkbox"/>	Discapacidad Intelectual o Psicosocial <input type="checkbox"/>	d. No es accesible <input type="checkbox"/>		
Observaciones: El atractivo cuenta con accesibilidad para personas con discapacidad física.							
<b>4.5 Señalización <input type="checkbox"/></b>							
a. Señalización de aproximación al atractivo <input type="checkbox"/>	Estado (U)	Bueno <input type="checkbox"/>	Regular <input type="checkbox"/>	Malo <input type="checkbox"/>			
Observaciones: texto							
<b>5. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS <input checked="" type="checkbox"/></b> SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>							
<b>5.1 Planta turística (M) <input type="checkbox"/></b>							
a. En el Atractivo <input type="checkbox"/>				b. En la ciudad o poblado cercano <input checked="" type="checkbox"/>			
Alojamiento <input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas	Alojamiento <input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	
						Número de Plazas	

Hotel	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hotel	<input checked="" type="checkbox"/>	6	123	21		
Hostal	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hostal	<input checked="" type="checkbox"/>	7	114	20		
Hostería	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hostería	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Hacienda Turística	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hacienda Turística	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Lodge	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Lodge	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Resort	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Resort	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Refugio	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Refugio	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Campamento Turístico	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Campamento Turístico	<input checked="" type="checkbox"/>	2	0	0		
Casa de Huéspedes	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Casa de Huéspedes	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Observaciones: <input type="text"/>					Observaciones: Todos estos establecimientos quedan dentro del casco urbano.						
Alimentos y bebidas	<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas	Alimentos y bebidas	<input checked="" type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas		
Restaurantes	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Restaurantes	<input checked="" type="checkbox"/>	38	0	0		
Cafeterías	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Cafeterías	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Bares	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Bares	<input checked="" type="checkbox"/>	6	0	0		
Fuentes de soda	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Fuentes de soda	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Observaciones: <input type="text"/>					Observaciones: Todos estos establecimientos quedan dentro del casco urbano.						
Agencias de Viaje	<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados			Agencias de Viaje	<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados				
Mayoristas	<input type="checkbox"/>	0			Mayoristas	<input type="checkbox"/>	0				
Internacionales	<input type="checkbox"/>	0			Internacionales	<input type="checkbox"/>	0				
Operadoras	<input type="checkbox"/>	0			Operadoras	<input type="checkbox"/>	0				
Observaciones: <input type="text"/>					Observaciones: <input type="text"/>						
Guía	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	0	Guía	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	0
<input type="checkbox"/>	0	0	0	Aventura	0	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Aventura	0
Observaciones: <input type="text"/>					Observaciones: <input type="text"/>						
5.2 Facilidades en el entorno al atractivo <input type="checkbox"/>											
Categoría (M)	Tipo (M)		Cantidad	Coordenadas	Administrador	Accesibilidad universal	Estado (U)				
a. De apoyo a la gestión turística <input type="checkbox"/>	Punto de Información		<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	I-Tur		<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Centro de interpretación		<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Centro de facilitación turística		<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Centro de recepción de visitantes		<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
b. De observación y vigilancia <input type="checkbox"/>	Garitas de guardianía		<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Miradores		<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Torres de avistamiento de aves		<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
c. De recorrido y descanso <input type="checkbox"/>	Torres de vigilancia para salvavidas		<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Senderos		<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Estaciones de sombra y descanso		<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Áreas de acampar		<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
d. De servicio <input type="checkbox"/>	Refugio de alta montaña		<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Baterías sanitarias		<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
e. Otros <input type="checkbox"/>	Estacionamientos		<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
			<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

Observaciones: <a href="#">texto</a>	
<b>5.3 Complementarios a la actividad turística (M)</b> <input checked="" type="checkbox"/>	
<b>a. En el Atractivo</b> <input type="checkbox"/>	<b>b. En la ciudad o poblado cercano</b> <input checked="" type="checkbox"/>
Alquiler y venta de equipo especializado <input type="checkbox"/> Venta de artesanías y merchandising <input type="checkbox"/>	Alquiler y venta de equipo especializado <input type="checkbox"/> Venta de artesanías y merchandising <input type="checkbox"/>
Casa de cambio <input type="checkbox"/> Cajero automático <input type="checkbox"/> Otro <input type="checkbox"/>	Casa de cambio <input type="checkbox"/> Cajero automático <input checked="" type="checkbox"/> Otro <input type="checkbox"/>
Especifique: <a href="#">texto</a>	Especifique: <a href="#">texto</a>
Observaciones: <a href="#">texto</a>	
<b>6. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO</b> <span style="float: right;">SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/></span>	
<b>6.1 Atractivo (U)</b> <input type="checkbox"/>	
a. Conservado <input checked="" type="checkbox"/> b. Alterado <input type="checkbox"/> c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/> d. Deteriorado <input type="checkbox"/>	
Observaciones: <a href="#">texto</a>	
<b>6.1.1 Factores de alteración y deterioro (M)</b>	
<b>6.1.1.1 Naturales (M)</b>	<b>6.1.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)</b>
a. Erosión <input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas <input type="checkbox"/> b. Actividades forestales <input type="checkbox"/> c. Actividades extractivas / minería <input type="checkbox"/>
b. Humedad <input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales <input type="checkbox"/> e. Negligencia / abandono <input type="checkbox"/> f. Huaquearía <input type="checkbox"/>
c. Desastres naturales <input type="checkbox"/>	g. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/> h. Condiciones de uso y exposición <input type="checkbox"/> i. Falta de mantenimiento <input type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna <input type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente <input type="checkbox"/> k. Generación de residuos <input type="checkbox"/> l. Expansión urbana <input type="checkbox"/>
e. Clima <input type="checkbox"/>	m. Conflicto político / social <input type="checkbox"/> n. Desarrollo industrial / comercial <input type="checkbox"/> o. Vandalismo <input type="checkbox"/>
Otro <input type="checkbox"/>	Especifique: <a href="#">texto</a>
Observaciones: <a href="#">texto</a>	
<b>6.2 Entorno (U)</b> <input checked="" type="checkbox"/>	
a. Conservado <input checked="" type="checkbox"/> b. Alterado <input type="checkbox"/> c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/> d. Deteriorado <input type="checkbox"/>	
Observaciones: <a href="#">texto</a>	
<b>6.2.1 Factores de alteración y deterioro (M)</b>	
<b>6.2.1.1 Naturales (M)</b>	<b>6.2.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)</b>
a. Erosión <input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas <input type="checkbox"/> b. Actividades forestales <input type="checkbox"/> c. Actividades extractivas / minería <input type="checkbox"/>
b. Humedad <input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales <input type="checkbox"/> e. Negligencia / abandono <input type="checkbox"/> f. Huaquearía <input type="checkbox"/>
c. Desastres naturales <input type="checkbox"/>	g. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/> h. Condiciones de uso y exposición <input type="checkbox"/> i. Falta de mantenimiento <input type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna <input type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente <input type="checkbox"/> k. Generación de residuos <input type="checkbox"/> l. Expansión urbana <input type="checkbox"/>
e. Clima <input type="checkbox"/>	m. Conflicto político / social <input type="checkbox"/> n. Desarrollo industrial / comercial <input type="checkbox"/> o. Vandalismo <input type="checkbox"/>
Otro <input type="checkbox"/>	Especifique: <a href="#">texto</a>
Observaciones: <a href="#">texto</a>	
<b>6.3. Declaratoria del espacio turístico asociado al atractivo</b> <input type="checkbox"/>	
a. Declarante: <a href="#">texto</a>	b. Denominación: <a href="#">texto</a> b. Fecha de declaración: <a href="#">texto</a> c. Alcance: <a href="#">texto</a>
Observaciones: <a href="#">texto</a>	
<b>7. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA</b> <span style="float: right;">SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/></span>	
<b>7.1 Servicios Básicos</b> <input checked="" type="checkbox"/>	
<b>a. En el atractivo</b> <input type="checkbox"/>	<b>b. En la ciudad o poblado mas cercano</b> <input checked="" type="checkbox"/>
Agua: <input type="checkbox"/>	Agua: <input checked="" type="checkbox"/>
Especifique: <a href="#">texto</a>	Especifique: <a href="#">POTABLE</a>
Energía eléctrica: <input type="checkbox"/>	Energía eléctrica: <input checked="" type="checkbox"/>
Especifique: <a href="#">texto</a>	Especifique: <a href="#">EERSSA</a>
Saneamiento: <input type="checkbox"/>	Saneamiento: <input checked="" type="checkbox"/>

Especifique: <a href="#">texto</a>		Especifique: <a href="#">ALCANTARILLADO PUBLICO</a>						
Disposición de desechos <input type="checkbox"/>		Disposición de desechos <input checked="" type="checkbox"/>						
Especifique: <a href="#">texto</a>		Especifique: <a href="#">RECOLECTOR MUNICIPAL</a>						
Observaciones: <a href="#">texto</a>								
7.2 Señalética en el atractivo <input type="checkbox"/>								
7.2.1 Ambiente	7.2.2. Tipo	7.2.3. Materialidad				7.2.4. Estado		
		a. Madera	b. Aluminio	c. Otro	Especifique	B	R	M
En áreas urbanas <input type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	0	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de atractivos turísticos	0	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de sitio	0	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems direccionales	0	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
En áreas naturales <input type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	0	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Señales turísticas de aproximación	0	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Paneles de direccionamiento hacia atractivos	0	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de atractivos	0	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de direccionamiento hacia atractivos, servicios y actividades	0	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Mesas interpretativas	0	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótem de sitio	0	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tótem de direccionamiento	0	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Letreros informativos <input type="checkbox"/>	De información botánica	0	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Normativos de concienciación	0	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Señalética interna de seguridad <input type="checkbox"/>	Protección de los elementos del atractivo	0	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otros <input type="checkbox"/>	<a href="#">texto</a>							
Observaciones: <a href="#">texto</a>								
7.3 Salud (más cercano) (M) <input checked="" type="checkbox"/>								
a. En el atractivo <input type="checkbox"/>			b. En la ciudad o poblado mas cercano <input checked="" type="checkbox"/>					
Hospital o Clínica <input type="checkbox"/>	Cantidad	0	Hospital o Clínica <input checked="" type="checkbox"/>	Cantidad	1			
Puesto / Centro de salud <input type="checkbox"/>		0	Puesto / Centro de salud <input type="checkbox"/>		0			
Dispensario médico <input type="checkbox"/>		0	Dispensario médico <input checked="" type="checkbox"/>		1			
Botiquín de primeros auxilios <input type="checkbox"/>		0	Botiquín de primeros auxilios <input type="checkbox"/>		0			
Otros <input type="checkbox"/>		0	Otros <input type="checkbox"/>		0			
Observaciones: <a href="#">EL HOSPITAL Y EL DISPENSARIO MEDICO QUEDAN DENTRO DEL CASCO URBANO.</a>								
7.4 Seguridad (M) <input type="checkbox"/>								
a. Privada <input type="checkbox"/>	sitio	<a href="#">texto</a>						
b. Policía nacional <input checked="" type="checkbox"/>		<a href="#">MANTIENEN UN RIGUROSO CONTROL A ESTE ATRACTIVO</a>						

c. Policía metropolitana / Municipal <input type="checkbox"/>		Det	texto	
d. Otra <input type="checkbox"/>			texto	
Observaciones: texto				
<b>7.5 Servicio de comunicación de uso público (M)</b> <input checked="" type="checkbox"/>				
a. En el atractivo <input type="checkbox"/>			b. En la ciudad o poblado mas cercano <input checked="" type="checkbox"/>	
Telefonía (M) <input type="checkbox"/>		Conexión a internet (M) <input type="checkbox"/>		Telefonía (M) <input checked="" type="checkbox"/>
Fija <input type="checkbox"/>		Línea telefónica <input type="checkbox"/>	Fibra óptica <input type="checkbox"/>	Fija <input checked="" type="checkbox"/>
Móvil <input type="checkbox"/>	Satélite <input type="checkbox"/>	Redes inalámbricas <input type="checkbox"/>	Móvil <input checked="" type="checkbox"/>	Satélite <input type="checkbox"/>
Satelital <input type="checkbox"/>	Telefonía móvil <input type="checkbox"/>		Satelital <input type="checkbox"/>	Telefonía móvil <input type="checkbox"/>
Observaciones: texto				
Radio portátil (U) <input type="checkbox"/>				
De uso exclusivo para el visitante <input type="checkbox"/>		De uso exclusivo para comunicación interna <input type="checkbox"/>		De uso exclusivo en caso de emergencia <input type="checkbox"/>
Observaciones: texto				
<b>7.6 Multiamenazas (M)</b> <input type="checkbox"/>				
Deslaves <input type="checkbox"/>		Sismos <input type="checkbox"/>		Erupciones volcánicas <input type="checkbox"/>
Sequia <input type="checkbox"/>		Inundaciones <input type="checkbox"/>		Agujes <input type="checkbox"/>
Tsunami <input type="checkbox"/>				
¿Existe un plan de contingencia en caso de catástrofes? <input type="checkbox"/>		Institución que elaboró el documento. texto	Nombre del documento: texto	Año de elaboración: de 0
Observaciones: texto				
<b>8. POLÍTICAS Y REGULACIONES</b> SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input checked="" type="checkbox"/>				
a. ¿El GAD cuenta con el Plan de Desarrollo Turístico Territorial?		SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	Año de elaboración: 2016
b. ¿El atractivo se encuentra dentro de la planificación turística territorial (GAD'S)?		SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	Especifique:
texto				
c. ¿Existen normativas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?		SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	Especifique:
texto				
d. ¿Existen ordenanzas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?		SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	Especifique:
texto				
Observaciones: texto				
<b>9. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U)</b> SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>				
<b>9.1 ATRACTIVOS NATURALES (M)</b> <input type="checkbox"/>				
<b>9.1.1 En el Agua (M)</b> <input type="checkbox"/>				
a. Buceo <input type="checkbox"/>	b. Kayak de mar <input type="checkbox"/>	c. Kayak lacustre <input type="checkbox"/>	d. Kayak de Río <input type="checkbox"/>	e. Surf <input type="checkbox"/>
f. Kite surf <input type="checkbox"/>	g. Rafting <input type="checkbox"/>	h. Snorkel <input type="checkbox"/>	i. Tubing <input type="checkbox"/>	j. Regata <input type="checkbox"/>
k. Paseo en panga <input type="checkbox"/>	l. Paseo en bote <input type="checkbox"/>	m. Paseo en lancha <input type="checkbox"/>	n. Paseo en moto acuática <input type="checkbox"/>	o. Parasailing <input type="checkbox"/>
p. Esquí acuático <input type="checkbox"/>	q. Banana flotante <input type="checkbox"/>	r. Boya <input type="checkbox"/>	s. Pesa deportiva <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/> texto
Observaciones: texto				
<b>9.1.2 En el Aire (M)</b> <input checked="" type="checkbox"/>				
a. Alas Delta <input type="checkbox"/>	b. Canopy <input type="checkbox"/>	c. Parapente <input checked="" type="checkbox"/>	d. Otro <input type="checkbox"/>	texto
Observaciones: SE PRACTICA PARAPENTE EN EL MES DE AGOSTO POR LA FIESTAS DE FERIA FRONTERIZA.				
<b>9.1.3 En Superficie Terrestre (M)</b> <input type="checkbox"/>				
a. Montañismo <input type="checkbox"/>	b. Escalada <input type="checkbox"/>	c. Senderismo <input type="checkbox"/>	d. Cicloturismo <input type="checkbox"/>	e. Canyoning <input type="checkbox"/>
f. Exploración de cuevas <input type="checkbox"/>	g. Actividades Recreativas <input type="checkbox"/>	h. Cabalgata <input type="checkbox"/>	i. Caminata <input type="checkbox"/>	j. Camping <input type="checkbox"/>
k. Picnic <input type="checkbox"/>	l. Observación de flora y fauna <input type="checkbox"/>	m. Observación de astros <input type="checkbox"/>	n. Otro <input type="checkbox"/>	texto
Observaciones: texto				
<b>9.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U)</b> <input checked="" type="checkbox"/>				



9.2.1 Tangibles e intangibles <input checked="" type="checkbox"/>							
a. Recorridos guiados <input type="checkbox"/>	b. Recorrido autoguiados <input type="checkbox"/>	c. Visita a talleres artísticos <input type="checkbox"/>					
h. Participación en talleres artísticos <input type="checkbox"/>	d. Visita a talleres artesanales <input type="checkbox"/>	i. Participación en talleres artesanales <input type="checkbox"/>					
e. Exposiciones temáticas permanentes, temporales y eventuales <input type="checkbox"/>	f. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales. <input type="checkbox"/>	i. Actividades vivenciales y/o lúdicas <input type="checkbox"/>					
g. Presentaciones o representaciones en vivo <input type="checkbox"/>	h. Muestras audiovisuales <input type="checkbox"/>	g. Fotografía <input checked="" type="checkbox"/>					
j. Degustación de platos tradicionales <input type="checkbox"/>	l. Participación de la celebración <input type="checkbox"/>	m. Compra de artesanías <input type="checkbox"/>					
n. Convivencia <input type="checkbox"/>	o. Medicina ancestral <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/> <a href="#">texto</a>					
Observaciones: <a href="#">texto</a>							
<b>10. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO</b> SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input checked="" type="checkbox"/>							
10.1. Medios de Promoción del Atractivo (M)							
¿Existe un plan de promoción turística cantonal? SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Especifique: <a href="#">texto</a>							
¿El Atractivo se encuentra incluido en el plan de promoción turístico cantonal? SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>							
Medio Promocional	Dirección y nombre de los medios promocionales	Periodicidad de la promoción					
a. Página WEB <input type="checkbox"/>	URL: <a href="#">texto</a>	Ninguna					
b. Red Social <input type="checkbox"/>	Nombre: <a href="#">texto</a>	Ninguna					
c. Revistas Especializadas <input type="checkbox"/>	Nombre: <a href="#">texto</a>	Ninguna					
d. Material POP <input type="checkbox"/>	Nombre: <a href="#">texto</a>	Ninguna					
e. Oficina de Información Turística <input type="checkbox"/>	Nombre: <a href="#">texto</a>	Ninguna					
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa) <input type="checkbox"/>	Nombre: <a href="#">texto</a>	Ninguna					
g. Asistencia a ferias turísticas <input type="checkbox"/>	Nombre: <a href="#">texto</a>	Ninguna					
h. Otro <input type="checkbox"/>	Nombre: <a href="#">texto</a>	Ninguna					
Observaciones: <a href="#">texto</a>							
10.2. El atractivo forma parte de una oferta establecida (paquete turístico) SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Especifique: <a href="#">texto</a>							
Observaciones: <a href="#">texto</a>							
<b>11. REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA (M)</b> SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>							
11.1. Frecuencia de visita según datos estadísticos <input type="checkbox"/>							
a. ¿Posee un sistema de registro de visitantes? SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	Tipo: Digital <input type="checkbox"/> Papel <input type="checkbox"/>	Años de registro: 0					
b. ¿Se genera reporte de estadísticas de visita al atractivo? SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	Frecuencia de los reportes:	Ninguna					
c. Temporalidad de visita al atractivo							
Alta (meses) <input type="checkbox"/>	<a href="#">texto</a>	Número de visitantes: 0					
Baja (meses) <input type="checkbox"/>	<a href="#">texto</a>	Número de visitantes: 0					
d. Llegada de turistas							
<input type="checkbox"/> Turista nacional	Llegadas mensuales	Total anual	<input type="checkbox"/> Turista extranjero	Llegadas mensuales	Total Anual		
Ciudades de origen	<a href="#">texto</a>	0	0	Países de origen	<a href="#">texto</a>	0	0
	<a href="#">texto</a>	0	0		<a href="#">texto</a>	0	0
	<a href="#">texto</a>	0	0		<a href="#">texto</a>	0	0
Observaciones: <a href="#">texto</a>							
11.2. Frecuencia de visita según informantes clave <input type="checkbox"/>							
Nombre del Informante Clave: <a href="#">texto</a>			Contactos: (+593) <a href="#">texto</a>				
Demanda según días de visita <input type="checkbox"/>			Demanda según frecuencia de visita <input type="checkbox"/>				
Lunes a viernes 0	Fines de semana 0	Días feriados 0	Permanente <input type="checkbox"/>	Estacional <input type="checkbox"/>	Esporádica <input type="checkbox"/>	Inexistente <input type="checkbox"/>	
Observaciones: <a href="#">texto</a>							

12. RECURSO HUMANO										SI	NO	S/I
a. Número de personas a cargo de la administración y operación del atractivo					d. Número de personas especializadas en turismo							
e. Número de personas con nivel de instrucción (M).			f. Número de personas capacitadas por temática (M)			g. Número de personas que manejan algún de idiomas (M)						
Primaria	0	Secundaria	0	Primeros Auxilios	0	Hospitalidad	0	Inglés	0	Alemán	0	
Tercer Nivel	0	Cuarto Nivel	0	Atención al Cliente	0	Gulanza	0	Francoés	0	Italiano	0	
Otro	texto			Sensibilización de discapacidades	de	Otro	texto		Chino	0	Otro	texto
Observaciones: texto												
13. DESCRIPCION DEL ATRACTIVO (500 caracteres)												
El Aeropuerto José María Velasco Ibarra es un aeropuerto que sirve a la ciudad de Macará, Loja. Fue nombrado en honor de José María Velasco Ibarra, el presidente del Ecuador en cinco ocasiones, al día de hoy ya no se encuentra en funcionamiento.												
14. ANEXOS												
a. Archivo Fotográfico (dos) (HD)												
Fuente: texto												
c. Ubicación gráfica del Atractivo												
Fuente: GOOGLE EARTH												
FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)												
ELABORADO POR:				VALIDADO POR:				APROBADO POR:				
Apellido y Nombre		MASACHE ADRIAN		Apellido y Nombre				Apellido y Nombre				
Institución		UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA		Institución				Institución				
Cargo		ESTUDIANTE		Cargo				Cargo				
Correo Electrónico		erickadrian9392@hotmail.com		Correo Electrónico				Correo Electrónico				
Teléfono		0993638878		Teléfono				Teléfono				
Firma				Firma				Firma				
Fecha				Fecha				Fecha				

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																	
Código del atractivo:	1	1	0	8	5	1	A	N	0	4	0	4	0	0	0	0	1
	Provincia	Cantón		Parroquia		Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía			Atractivo					
<b>1. DATOS GENERALES</b>																	
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																	
EL RESBALONCITO																	
1.2 Categoría				1.3 Tipo				1.4 Subtipo									
ATRATIVOS_NATURALES				RÍOS				CASCADA									
<b>2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO</b>																	
2.1 Provincia				2.2 Cantón				2.3 Parroquia									
LOJA				MACARA				LARAMA									
2.4 Barrio, Sector o Comuna				2.5 Calle Principal		2.6 Número		2.7 Transversal									
LA MANDALÁ				CARRETERA PANAMERICANA 35		S/I		S/I									
2.8 Latitud (grados decimales)				2.9 Longitud (grados decimales)				2.10 Altura (msnm)									
-4.338915°				-79.924313°				764									
2.11 Información del administrador																	
a. Tipo de Administrador:				S/I				b. Nombre de la Institución:									
c. Nombre del Administrador:				d. Cargo que ocupa:													
e. Teléfono / Celular:				(+593)				f. Correo Electrónico:									
								texto									
Observaciones: texto																	
<b>3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO</b>																	
3.1 Características climatológicas <input type="checkbox"/>																	
a. Clima:				SubTropical Seco				b. Temperatura(°C):		25		c. Precipitación Pluviométrica (mm):					
												500					
3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>																	
a. Cultura				<input type="checkbox"/>				b. Naturaleza				<input checked="" type="checkbox"/>					
												c. Aventura					
												<input type="checkbox"/>					
3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico <input checked="" type="checkbox"/>																	
a. Prístino				<input type="checkbox"/>				b. Primitivo				<input type="checkbox"/>					
								c. Rústico Natural				<input type="checkbox"/>					
								d. Rural				<input checked="" type="checkbox"/>					
												e. Urbano					
												<input type="checkbox"/>					
3.4 Ingreso al atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>																	
a. Tipo de Ingreso		b. Horario de Atención				c. Atención											
		Ingreso		Salida		Todos los días		Fines de semana y feriados		Solo días hábiles		Otro		Especificar			
Libre		<input checked="" type="checkbox"/>		0:00		0:00		<input checked="" type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>			
Restringido		<input type="checkbox"/>		0:00		0:00		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>			
Pagado		<input type="checkbox"/>		0:00		0:00		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>			
d. Maneja un sistema de reservas:				<input type="checkbox"/>				f. Forma de Pago:									
								Efectivo		<input type="checkbox"/>		Dinero Electrónico		<input type="checkbox"/>			
												Depósito Bancario		<input type="checkbox"/>			
														Tarjeta de Débito			
														<input type="checkbox"/>			
e. Precio:		Desde		0,00		Hasta		0,00									
g. Meses recomendables de visita:								texto									
Observaciones: texto																	
<b>4. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO</b>																	
SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>																	
a. Nombre de la ciudad o poblado más cercano (Que presente condiciones mínimas de servicios):												MACARÁ					
b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano:		5.5		km		c. Tiempo estimado de desplazamiento en auto:		0:10		h/min		d. Coordenadas (grados decimales):					
												Lat.: -4.338915°		Long.: -79.924313°			
Observaciones: texto																	
4.2 Vías de Acceso (M) <input checked="" type="checkbox"/>																	
		Tipo de vía		Coordenada de inicio		Coordenada de fin		Distancia (km)		Tipo de material		Estado					
a. Terrestre (M)		<input checked="" type="checkbox"/>		-4.371672° -79.936248°		-4.338915° -79.924313°		5.5		ASFALTO		BUENO					

b. Segundo orden <input type="checkbox"/>		0	0	0	texto		
c. Tercer orden <input type="checkbox"/>		0	0	0	texto		
Observaciones: <a href="#">texto</a>							
b. Acuático (U) <input type="checkbox"/>	Marítimo <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto	Estado	Puerto / Muelle de Llegada	texto	
	Lacustre <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto		Puerto / Muelle de Llegada	texto	
	Fluvial <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto		Puerto / Muelle de Llegada	texto	
Observaciones: <a href="#">texto</a>							
c. Aéreo (U) <input type="checkbox"/>	Nacional: <input type="checkbox"/>		Internacional: <input type="checkbox"/>				
Observaciones: <a href="#">texto</a>							
4.3 Servicio de transporte (M) <input checked="" type="checkbox"/>							
a. Bus <input checked="" type="checkbox"/>	b. Buseta <input checked="" type="checkbox"/>	c. Transporte 4x4 <input checked="" type="checkbox"/>	d. Taxi <input checked="" type="checkbox"/>	e. Moto taxi <input type="checkbox"/>	f. Teleférico <input type="checkbox"/>		
g. Lancha <input type="checkbox"/>	h. Bote <input type="checkbox"/>	i. Barco <input type="checkbox"/>	j. Canoa <input type="checkbox"/>	k. Avión <input type="checkbox"/>	l. Avioneta <input type="checkbox"/>		
m. Helicóptero <input type="checkbox"/>	n. Otro <input type="checkbox"/>	Especifique					
Observaciones: <a href="#">texto</a>							
4.3.1 Detalle de transporte hacia el atractivo (M) <input type="checkbox"/>							
a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio	b. Estación / terminal	c. Frecuencia				d. Detalle (Traslado origen / destino)	
		Diana	Semanal	Mensual	Evtual		
<a href="#">texto</a>	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<a href="#">texto</a>	
<a href="#">texto</a>	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<a href="#">texto</a>	
<a href="#">texto</a>	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<a href="#">texto</a>	
<a href="#">texto</a>	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<a href="#">texto</a>	
<a href="#">texto</a>	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<a href="#">texto</a>	
4.4 Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad (M) <input checked="" type="checkbox"/>							
General <input type="checkbox"/>	Discapacidad Física <input type="checkbox"/>	Discapacidad Visual <input type="checkbox"/>	Discapacidad Auditiva <input type="checkbox"/>	Discapacidad Intelectual o Psicosocial <input type="checkbox"/>	d. No es accesible <input checked="" type="checkbox"/>		
Observaciones: <a href="#">texto</a>							
4.5 Señalización <input type="checkbox"/>							
a. Señalización de aproximación al atractivo <input type="checkbox"/>	Estado (U)	Bueno <input type="checkbox"/>	Regular <input type="checkbox"/>	Malo <input type="checkbox"/>			
Observaciones: <a href="#">texto</a>							
5. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS					SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	SI <input type="checkbox"/>
5.1 Planta turística (M) <input type="checkbox"/>							
a. En el Atractivo <input type="checkbox"/>				b. En la ciudad o poblado cercano <input checked="" type="checkbox"/>			
Alojamiento <input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas	Alojamiento <input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas

Hotel	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hotel	<input checked="" type="checkbox"/>	6	123	21		
Hostal	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hostal	<input checked="" type="checkbox"/>	7	114	20		
Hostería	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hostería	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Hacienda Turística	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hacienda Turística	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Lodge	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Lodge	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Resort	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Resort	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Refugio	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Refugio	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Campamento Turístico	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Campamento Turístico	<input checked="" type="checkbox"/>	2	0	0		
Casa de Huéspedes	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Casa de Huéspedes	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Observaciones: <a href="#">texto</a>					Observaciones: <a href="#">texto</a>						
<b>Alimentos y bebidas</b>	<input type="checkbox"/>	<b>Establecimientos registrados</b>	<b>Número de Mesas</b>	<b>Número de Plazas</b>	<b>Alimentos y bebidas</b>	<input checked="" type="checkbox"/>	<b>Establecimientos registrados</b>	<b>Número de Mesas</b>	<b>Número de Plazas</b>		
Restaurantes	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Restaurantes	<input checked="" type="checkbox"/>	38	0	0		
Cafeterías	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Cafeterías	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Bares	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Bares	<input checked="" type="checkbox"/>	6	0	0		
Fuentes de soda	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Fuentes de soda	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Observaciones: <a href="#">texto</a>					Observaciones: <a href="#">texto</a>						
<b>Agencias de Viaje</b>	<input type="checkbox"/>	<b>Establecimientos registrados</b>			<b>Agencias de Viaje</b>	<input type="checkbox"/>	<b>Establecimientos registrados</b>				
Mayoristas	<input type="checkbox"/>	0			Mayoristas	<input type="checkbox"/>	0				
Internacionales	<input type="checkbox"/>	0			Internacionales	<input type="checkbox"/>	0				
Operadoras	<input type="checkbox"/>	0			Operadoras	<input type="checkbox"/>	0				
Observaciones: <a href="#">texto</a>					Observaciones: <a href="#">texto</a>						
<b>Guía</b>	<input type="checkbox"/>	<b>Local</b>	<b>Nacional</b>	<b>Nacional Especializado</b>	<b>Cultura</b>	<input type="checkbox"/>	<b>Local</b>	<b>Nacional</b>	<b>Nacional Especializado</b>	<b>Cultura</b>	<input type="checkbox"/>
		0	0	0	Aventura		0	0	0	Aventura	0
Observaciones: <a href="#">texto</a>					Observaciones: <a href="#">texto</a>						
<b>5.2 Facilidades en el entorno al atractivo</b> <input type="checkbox"/>											
<b>Categoría (M)</b>	<b>Tipo (M)</b>			<b>Cantidad</b>	<b>Coordenadas</b>	<b>Administrador</b>	<b>Accesibilidad universal</b>	<b>Estado (U)</b>			
a. De apoyo a la gestión turística <input type="checkbox"/>	Punto de Información	<input type="checkbox"/>	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	I-Tur	<input type="checkbox"/>	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Centro de interpretación	<input type="checkbox"/>	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Centro de facilitación turística	<input type="checkbox"/>	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Centro de recepción de visitantes	<input type="checkbox"/>	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
b. De observación y vigilancia <input type="checkbox"/>	Garitas de guardianía	<input type="checkbox"/>	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Miradores	<input type="checkbox"/>	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Torres de avistamiento de aves	<input type="checkbox"/>	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Torres de vigilancia para salvavidas	<input type="checkbox"/>	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
c. De recorrido y descanso <input type="checkbox"/>	Senderos	<input type="checkbox"/>	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Estaciones de sombra y descanso	<input type="checkbox"/>	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Áreas de acampar	<input type="checkbox"/>	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Refugio de alta montaña	<input type="checkbox"/>	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
d. De servicio <input type="checkbox"/>	Baterías sanitarias	<input type="checkbox"/>	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Estacionamientos	<input type="checkbox"/>	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
e. Otros <input type="checkbox"/>			0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

Observaciones: <a href="#">texto</a>			
<b>5.3 Complementarios a la actividad turística (M)</b> <input type="checkbox"/>			
<b>a. En el Atractivo</b> <input type="checkbox"/>		<b>b. En la ciudad o poblado cercano</b> <input checked="" type="checkbox"/>	
Alquiler y venta de equipo especializado <input type="checkbox"/>	Venta de artesanías y merchandising <input type="checkbox"/>	Alquiler y venta de equipo especializado <input type="checkbox"/>	Venta de artesanías y merchandising <input type="checkbox"/>
Cajero automático <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>	Cajero automático <input checked="" type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>
Especifique: <a href="#">texto</a>		Especifique: <a href="#">texto</a>	
Observaciones: <a href="#">texto</a>			
<b>6. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO</b> <span style="float: right;">SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/></span>			
<b>6.1 Atractivo (U)</b> <input checked="" type="checkbox"/>			
a. Conservado <input checked="" type="checkbox"/>	b. Alterado <input type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/>	d. Deteriorado <input type="checkbox"/>
Observaciones: <a href="#">texto</a>			
<b>6.1.1 Factores de alteración y deterioro (M)</b>			
<b>6.1.1.1 Naturales (M)</b>		<b>6.1.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)</b>	
a. Erosión <input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas <input type="checkbox"/>	b. Actividades forestales <input type="checkbox"/>	c. Actividades extractivas / minería <input type="checkbox"/>
b. Humedad <input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales <input type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono <input type="checkbox"/>	f. Huaquearía <input type="checkbox"/>
c. Desastres naturales <input type="checkbox"/>	g. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/>	h. Condiciones de uso y exposición <input type="checkbox"/>	i. Falta de mantenimiento <input type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna <input type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente <input type="checkbox"/>	k. Generación de residuos <input type="checkbox"/>	l. Expansión urbana <input type="checkbox"/>
e. Clima <input type="checkbox"/>	m. Conflicto político / social <input type="checkbox"/>	n. Desarrollo industrial / comercial <input type="checkbox"/>	o. Vandalismo <input type="checkbox"/>
Otro <input type="checkbox"/>	Especifique: <a href="#">texto</a>		
Observaciones: <a href="#">texto</a>			
<b>6.2 Entorno (U)</b> <input checked="" type="checkbox"/>			
a. Conservado <input checked="" type="checkbox"/>	b. Alterado <input type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/>	d. Deteriorado <input type="checkbox"/>
Observaciones: <a href="#">texto</a>			
<b>6.2.1 Factores de alteración y deterioro (M)</b>			
<b>6.2.1.1 Naturales (M)</b>		<b>6.2.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)</b>	
a. Erosión <input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas <input type="checkbox"/>	b. Actividades forestales <input type="checkbox"/>	c. Actividades extractivas / minería <input type="checkbox"/>
b. Humedad <input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales <input type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono <input type="checkbox"/>	f. Huaquearía <input type="checkbox"/>
c. Desastres naturales <input type="checkbox"/>	g. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/>	h. Condiciones de uso y exposición <input type="checkbox"/>	i. Falta de mantenimiento <input type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna <input type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente <input type="checkbox"/>	k. Generación de residuos <input type="checkbox"/>	l. Expansión urbana <input type="checkbox"/>
e. Clima <input type="checkbox"/>	m. Conflicto político / social <input type="checkbox"/>	n. Desarrollo industrial / comercial <input type="checkbox"/>	o. Vandalismo <input type="checkbox"/>
Otro <input type="checkbox"/>	Especifique: <a href="#">texto</a>		
Observaciones: <a href="#">texto</a>			
<b>6.3. Declaratoria del espacio turístico asociado al atractivo</b> <input type="checkbox"/>			
a. Declarante: <a href="#">texto</a>	b. Denominación: <a href="#">texto</a>	b. Fecha de declaración: <a href="#">texto</a>	c. Alcance: <a href="#">texto</a>
Observaciones: <a href="#">texto</a>			
<b>7. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA</b> <span style="float: right;">SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/></span>			
<b>7.1 Servicios Básicos</b> <input type="checkbox"/>			
<b>a. En el atractivo</b> <input type="checkbox"/>		<b>b. En la ciudad o poblado mas cercano</b> <input type="checkbox"/>	
Agua: <input type="checkbox"/>	Agua <input checked="" type="checkbox"/>		
Especifique: <a href="#">texto</a>	Especifique: <a href="#">AGUA POTABLE</a>		
Energía eléctrica: <input type="checkbox"/>	Energía eléctrica <input checked="" type="checkbox"/>		
Especifique: <a href="#">texto</a>	Especifique: <a href="#">EERSSA</a>		
Saneamiento: <input checked="" type="checkbox"/>	Saneamiento: <input checked="" type="checkbox"/>		

Especifique: RECOLECTOR MUNICIPAL		Especifique: ALCANTARILLADO PUBLICO						
Disposición de desechos <input type="checkbox"/>		Disposición de desechos <input checked="" type="checkbox"/>						
Especifique: texto		Especifique: RECOLECTOR MUNICIPAL						
Observaciones: texto								
<b>7.2 Señalética en el atractivo</b> <input type="checkbox"/>								
7.2.1 Ambiente	7.2.2. Tipo	7.2.3. Materialidad				7.2.4. Estado		
		a. Madera	b. Aluminio	c. Otro	Especifique	B	R	M
En áreas urbanas <input type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de atractivos turísticos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de sitio	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems direccionales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
En áreas naturales <input type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Señales turísticas de aproximación	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Paneles de direccionamiento hacia atractivos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de atractivos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de direccionamiento hacia atractivos, servicios y actividades	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Mesas interpretativas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótem de sitio	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tótem de direccionamiento	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Letreros informativos <input type="checkbox"/>	De información botánica	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Normativos de conciliación	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Señalética interna de seguridad <input type="checkbox"/>	Protección de los elementos del atractivo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otros <input type="checkbox"/>	texto							
Observaciones: texto								
<b>7.3 Salud (más cercano) (M)</b> <input checked="" type="checkbox"/>								
a. En el atractivo <input type="checkbox"/>		b. En la ciudad o poblado mas cercano <input checked="" type="checkbox"/>						
Hospital o Clínica <input type="checkbox"/>	Cantidad	0	Hospital o Clínica <input checked="" type="checkbox"/>	Cantidad	1			
Puesto / Centro de salud <input type="checkbox"/>		0	Puesto / Centro de salud <input type="checkbox"/>		0			
Dispensario médico <input type="checkbox"/>		0	Dispensario médico <input checked="" type="checkbox"/>		1			
Botiquín de primeros auxilios <input type="checkbox"/>		0	Botiquín de primeros auxilios <input type="checkbox"/>		0			
Otros <input type="checkbox"/>		0	Otros <input type="checkbox"/>		0			
Observaciones: EL HOSPITAL Y EL DISPENSARIO MEDICO QUEDAN DENTRO DEL CASCO URBANO.								
<b>7.4 Seguridad (M)</b> <input checked="" type="checkbox"/>								
a. Privada <input type="checkbox"/>	texto							
b. Policía nacional <input checked="" type="checkbox"/>	salto	LA POLICIA NACIONAL RECORRE ESTE SECTOR A MENUDO, DANDO ASI MAYOR SEGURIDAD A LOS TURISTAS Y GENTE DE LA LOCALIDAD.						

9.2.1 Tangibles e intangibles <input checked="" type="checkbox"/>			
a. Recorridos guiados	<input type="checkbox"/>	b. Recorrido autoguiados	<input type="checkbox"/>
c. Visita a talleres artísticos	<input type="checkbox"/>		
h. Participación en talleres artísticos	<input type="checkbox"/>	d. Visita a talleres artesanales	<input type="checkbox"/>
i. Participación en talleres artesanales	<input type="checkbox"/>		
e. Exposiciones temáticas permanentes, temporales y eventuales	<input type="checkbox"/>	f. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales.	<input type="checkbox"/>
i. Actividades vivenciales y/o lúdicas	<input type="checkbox"/>		
g. Presentaciones o representaciones en vivo	<input type="checkbox"/>	h. Muestras audiovisuales	<input type="checkbox"/>
g. Fotografía	<input checked="" type="checkbox"/>		
j. Degustación de platos tradicionales	<input type="checkbox"/>	l. Participación de la celebración	<input type="checkbox"/>
m. Compra de artesanías	<input type="checkbox"/>		
n. Convivencia	<input checked="" type="checkbox"/>	o. Medicina ancestral	<input type="checkbox"/>
Otro	<input type="checkbox"/>	texto	
Observaciones: texto			
10. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO <span style="float: right;">SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input checked="" type="checkbox"/></span>			
10.1. Medios de Promoción del Atractivo (M)			
¿Existe un plan de promoción turística cantonal? SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Especifique: texto			
¿El Atractivo se encuentra incluido en el plan de promoción turístico cantonal? SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>			
Medio Promocional	Dirección y nombre de los medios promocionales		Periodicidad de la promoción
a. Página WEB	<input type="checkbox"/>	URL: texto	Ninguna
b. Red Social	<input type="checkbox"/>	Nombre: texto	Ninguna
c. Revistas Especializadas	<input type="checkbox"/>	Nombre: texto	Ninguna
d. Material POP	<input type="checkbox"/>	Nombre: texto	Ninguna
e. Oficina de Información Turística	<input type="checkbox"/>	Nombre: texto	Ninguna
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa)	<input type="checkbox"/>	Nombre: texto	Ninguna
g. Asistencia a ferias turísticas	<input type="checkbox"/>	Nombre: texto	Ninguna
h. Otro	<input type="checkbox"/>	Nombre: texto	Ninguna
Observaciones: texto			
10.2. El atractivo forma parte de una oferta establecida (paquete turístico) SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Especifique: texto			
Observaciones: texto			
11. REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA (M) <span style="float: right;">SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input checked="" type="checkbox"/></span>			
11.1. Frecuencia de visita según datos estadísticos <input type="checkbox"/>			
a. ¿Posee un sistema de registro de visitantes?	SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	Tipo: Digital <input type="checkbox"/> Papel <input type="checkbox"/>	Años de registro: 0
b. ¿Se genera reporte de estadísticas de visita al atractivo?	SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	Frecuencia de los reportes: Ninguna	
c. Temporalidad de visita al atractivo			
Alta (meses)	<input type="checkbox"/>	Especifique: texto	Número de visitantes: 0
Baja (meses)	<input type="checkbox"/>	texto	0
d. Llegada de turistas			
<input type="checkbox"/> Turista nacional	Llegadas mensuales	Total anual	<input type="checkbox"/> Turista extranjero
	Llegadas mensuales	Total Anual	
Ciudades de origen	texto	0	0
	texto	0	0
	texto	0	0
Países de origen	texto	0	0
	texto	0	0
	texto	0	0
Observaciones: texto			
11.2. Frecuencia de visita según informantes clave <input type="checkbox"/>			
Nombre del Informante Clave: texto		Contactos: (+593)	
Demanda según días de visita <input type="checkbox"/>		Demanda según frecuencia de visita <input type="checkbox"/>	
Lunes a viernes	0	Fines de semana	0
Días feriados	0	Permanente	<input type="checkbox"/>
		Estacional	<input type="checkbox"/>
		Esporádica	<input type="checkbox"/>
		Inexistente	<input type="checkbox"/>
Observaciones: texto			



12. RECURSO HUMANO				SI	NO	S/I
a. Número de personas a cargo de la administración y operación del atractivo		d. Número de personas especializadas en turismo		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. Número de personas con nivel de instrucción (M):		f. Número de personas capacitadas por temática (M)		g. Número de personas que manejan algún de idiomas (M)		
Primaria	Secundaria	Primeros Auxilios	Hospitalidad	Inglés	Alemán	
Tercer Nivel	Cuarto Nivel	Atención al Cliente	Guianza	Francés	Italiano	
Otro	de	Sensibilización discapacidades	Otro	Chino	Otro	
Observaciones:						
13. DESCRIPCION DEL ATRACTIVO (500 caracteres)						
Se encuentra ubicado en la vía Panamericana a 5.5 Km de la ciudad de Macará vía a Catacocha, este sector se caracteriza por presentar o simular un resbalón con agua el mismo que es de piedra sólida y que brinda a quienes gustan disfrutar de lo natural una experiencia única.						
14. ANEXOS						
a. Archivo Fotográfico (dos) (HD)						
Fuente:						
c. Ubicación gráfica del Atractivo						
Fuente:						
FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)						
ELABORADO POR:		VALIDADO POR:		APROBADO POR:		
Apellido y Nombre	MASACHE ADRIAN	Apellido y Nombre		Apellido y Nombre		
Institución	UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA	Institución		Institución		
Cargo	ESTUDIANTE	Cargo		Cargo		
Correo Electrónico	erickadrian9393@hotmail.com	Correo Electrónico		Correo Electrónico		
Teléfono	0093838878	Teléfono		Teléfono		
Firma		Firma		Firma		
Fecha	13/01/2018	Fecha		Fecha		

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																									
Código del atractivo:	1	1	0	8	0	1	A	N	0	1	0	1	0	1	0	0	1								
	Provincia	Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo											
<b>1. DATOS GENERALES</b>																									
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																									
CERRO CHUQUI																									
1.2 Categoría				1.3 Tipo				1.4 Subtipo																	
ATRATIVOS_NATURALES				MONTAÑAS				ALTA MONTAÑA																	
<b>2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO</b>																									
2.1 Provincia				2.2 Cantón				2.3 Parroquia																	
LOJA				MACARA				GENERAL ELOY ALFARO (SAN SEBASTIÁN)																	
2.4 Barrio, Sector o Comuna				2.5 Calle Principal				2.6 Número		2.7 Transversal															
BARRIO CHUQUI				S/I				S/I		S/I															
2.8 Latitud (grados decimales)				2.9 Longitud (grados decimales)				click		2.10 Altura (msnm)															
-4.315451*				-79.892952*						1.952															
2.11 Información del administrador																									
a. Tipo de Administrador:				S/I				b. Nombre de la Institución:				texto													
c. Nombre del Administrador:				texto				d. Cargo que ocupa:				texto													
e. Teléfono / Celular:				(+593)				f. Correo Electrónico:				texto													
Observaciones: Donde queda el cerro son lugares que es ocupado por personas del barrio chuqui para pastizales de animale.																									
<b>3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO</b>																									
3.1 Características climatológicas <input checked="" type="checkbox"/>																									
a. Clima:				Calido, Humedo				b. Temperatura(°C):		25		c. Precipitación Pluviométrica (mm):													
500																									
3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>																									
a. Cultura				<input type="checkbox"/>				b. Naturaleza				<input checked="" type="checkbox"/>		c. Aventura											
<input type="checkbox"/>																									
3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico <input checked="" type="checkbox"/>																									
a. Prístino				<input type="checkbox"/>				b. Primitivo				<input type="checkbox"/>		c. Rústico Natural		<input type="checkbox"/>		d. Rural		<input checked="" type="checkbox"/>		e. Urbano		<input type="checkbox"/>	
3.4 Ingreso al atractivo (U) <input type="checkbox"/>																									
a. Tipo de Ingreso		b. Horario de Atención				c. Atención																			
		Ingreso		Salida		Todos los días		Fines de semana y feriados		Solo días hábiles		Otro		Especificar											
Libre		<input checked="" type="checkbox"/>		0:00		0:00		<input checked="" type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		texto									
Restringido		<input type="checkbox"/>		0:00		0:00		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		texto									
Pagado		<input type="checkbox"/>		0:00		0:00		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		texto									
d. Maneja un sistema de reservas:				<input type="checkbox"/>				f. Forma de Pago:		Efectivo		<input type="checkbox"/>		Dinero Electrónico		<input type="checkbox"/>		Depósito Bancario		<input type="checkbox"/>		Tarjeta de Débito		<input type="checkbox"/>	
e. Precio:		Desde		0.00		Hasta		0.00		Tarjeta de Crédito		<input type="checkbox"/>		Transferencia Bancaria		<input type="checkbox"/>		Cheque		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>			
g. Meses recomendables de visita:				Meses que sean Verano desde Agosto hasta Enero de cada año.																					
Observaciones: texto																									
<b>4. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO</b> SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>																									
a. Nombre de la ciudad o poblado más cercano (Que presente condiciones mínimas de servicios):												MACARÁ													
b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano:		19 km		c. Tiempo estimado de desplazamiento en auto:		0:45 h/min		d. Coordenadas (grados decimales):		Lat.:		-4.315451*		Long.:		-79.892952*									
Observaciones: En temporada invernal el trayecto para llegar al cerro es mas demorado por el mal estado de la via.																									
4.2 Vías de Acceso (M) <input checked="" type="checkbox"/>																									
		Tipo de vía		Coordenada de inicio		Coordenada de fin		Distancia (km)		Tipo de material		Estado													
a. Terrestre (M)		<input type="checkbox"/>		a. Primer orden		<input type="checkbox"/>		0		0		0		texto											

b. Segundo orden <input checked="" type="checkbox"/>		-4.336961 -79.924678*	-4.315451 -79.892952*	19	TIERRA	Regular
c. Tercer orden <input type="checkbox"/>		0	0	0	texto	
Observaciones: En invierno es difícil llegar al cerro, por que la vía se daña, por eso es recomendable visitar en meses de verano.						
b. Acuático (U) <input type="checkbox"/>	Marítimo <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto	Estado	Puerto / Muelle de Llegada	texto
	Lacustre <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto		Puerto / Muelle de Llegada	texto
	Fluvial <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto		Puerto / Muelle de Llegada	texto
Observaciones: texto						
c. Aéreo (U) <input type="checkbox"/>		Nacional: <input type="checkbox"/>	Internacional: <input type="checkbox"/>			
Observaciones: texto						
4.3 Servicio de transporte (M) <input type="checkbox"/>						
a. Bus <input type="checkbox"/>	b. Buseta <input type="checkbox"/>	c. Transporte 4x4 <input checked="" type="checkbox"/>	d. Taxi <input type="checkbox"/>	e. Moto taxi <input type="checkbox"/>	f. Teleférico <input type="checkbox"/>	
g. Lancha <input type="checkbox"/>	h. Bote <input type="checkbox"/>	i. Barco <input type="checkbox"/>	j. Canoa <input type="checkbox"/>	k. Avión <input type="checkbox"/>	l. Avioneta <input type="checkbox"/>	
m. Helicóptero <input type="checkbox"/>	n. Otro <input type="checkbox"/>	Especifique				
Observaciones: Es preferible ir al atractivo en vehículo 4 por 4 por que hay lugares en la vía de bastante piedra, lo que a un carro pequeño le causaría molestias.. Tambien se puede llegar en moto.						
4.3.1 Detalle de transporte hacia el atractivo (M) <input type="checkbox"/>						
a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio	b. Estación / terminal	c. Frecuencia				d. Detalle (Traslado origen / destino)
		Día	Semana	Mensual	Eventual	
Personas Particulares.	Mercado Municipal	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Desde la cabecera cantonal hasta el Barrio Chuqui.
Coperativa de Camionetas Macara.	Parque Otamendi	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Desde la cabecera cantonal hasta el Barrio Chuqui.
texto	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto
texto	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto
texto	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto
4.4 Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad (M) <input type="checkbox"/>						
General <input type="checkbox"/>	Discapacidad Física <input type="checkbox"/>	Discapacidad Visual <input type="checkbox"/>	Discapacidad Auditiva <input type="checkbox"/>	Discapacidad Intelectual o Psicosocial <input type="checkbox"/>	d. No es accesible <input checked="" type="checkbox"/>	
Observaciones: texto						
4.5 Señalización <input type="checkbox"/>						
a. Señalización de aproximación al atractivo <input type="checkbox"/>	Estado (U)	Bueno <input type="checkbox"/>	Regular <input type="checkbox"/>	Malo <input type="checkbox"/>		
Observaciones: texto						
5. PLANTA TURISTICA / COMPLEMENTARIOS				SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	S/I <input type="checkbox"/>
5.1 Planta turística (M) <input type="checkbox"/>						
a. En el Atractivo <input type="checkbox"/>			b. En la ciudad o poblado cercano <input checked="" type="checkbox"/>			
Alojamiento <input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas	Alojamiento <input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones
						Número de Plazas

Hotel	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hotel	<input checked="" type="checkbox"/>	6	123	21	
Hostal	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hostal	<input checked="" type="checkbox"/>	7	114	20	
Hostería	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hostería	<input type="checkbox"/>	0	0	0	
Hacienda Turística	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hacienda Turística	<input type="checkbox"/>	0	0	0	
Lodge	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Lodge	<input type="checkbox"/>	0	0	0	
Resort	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Resort	<input type="checkbox"/>	0	0	0	
Refugio	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Refugio	<input type="checkbox"/>	0	0	0	
Campamento Turístico	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Campamento Turístico	<input checked="" type="checkbox"/>	2	0	0	
Casa de Huéspedes	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Casa de Huéspedes	<input type="checkbox"/>	0	0	0	
Observaciones: <input type="text"/>					Observaciones: Todos estos establecimientos quedan dentro del casco urbano.					
<b>Alimentos y bebidas</b>	<input type="checkbox"/>	<b>Establecimientos registrados</b>	<b>Número de Mesas</b>	<b>Número de Plazas</b>	<b>Alimentos y bebidas</b>	<input checked="" type="checkbox"/>	<b>Establecimientos registrados</b>	<b>Número de Mesas</b>	<b>Número de Plazas</b>	
Restaurantes	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Restaurantes	<input checked="" type="checkbox"/>	38	0	0	
Cafeterías	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Cafeterías	<input type="checkbox"/>	0	0	0	
Bares	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Bares	<input checked="" type="checkbox"/>	0	0	0	
Fuentes de soda	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Fuentes de soda	<input type="checkbox"/>	0	0	0	
Observaciones: <input type="text"/>					Observaciones: Todos estos establecimientos quedan dentro del casco urbano.					
<b>Agencias de Viaje</b>	<input type="checkbox"/>	<b>Establecimientos registrados</b>			<b>Agencias de Viaje</b>	<input type="checkbox"/>	<b>Establecimientos registrados</b>			
Mayoristas	<input type="checkbox"/>	0			Mayoristas	<input type="checkbox"/>	0			
Internacionales	<input type="checkbox"/>	0			Internacionales	<input type="checkbox"/>	0			
Operadoras	<input type="checkbox"/>	0			Operadoras	<input type="checkbox"/>	0			
Observaciones: <input type="text"/>					Observaciones: <input type="text"/>					
<b>Guía</b>	<b>Local</b>	<b>Nacional</b>	<b>Nacional Especializado</b>	<b>Cultura</b>	<b>Guía</b>	<b>Local</b>	<b>Nacional</b>	<b>Nacional Especializado</b>	<b>Cultura</b>	
<input type="checkbox"/>	0	0	0	Aventura	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Aventura	
Observaciones: <input type="text"/>					Observaciones: <input type="text"/>					
<b>5.2 Facilidades en el entorno al atractivo</b>					<input checked="" type="checkbox"/>					
<b>Categoría (M)</b>	<b>Tipo (M)</b>			<b>Cantidad</b>	<b>Coordenadas</b>	<b>Administrador</b>	<b>Accesibilidad universal</b>	<b>Estado (U)</b>		
a. De apoyo a la gestión turística <input checked="" type="checkbox"/>	Punto de información			<input checked="" type="checkbox"/>	1	-4.37821° -79.943125°	Ing. Diego Villareal	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	I-Tur			<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de interpretación			<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de facilitación turística			<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de recepción de visitantes			<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. De observación y vigilancia <input type="checkbox"/>	Garitas de guardiana			<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Miradores			<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Torres de avistamiento de aves			<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Torres de vigilancia para salvavidas			<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. De recorrido y descanso <input type="checkbox"/>	Senderos			<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Estaciones de sombra y descanso			<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Áreas de acampar			<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Refugio de alta montaña			<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. De servicio <input type="checkbox"/>	Baterías sanitarias			<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Estacionamientos			<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. Otros	<input type="checkbox"/>			0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

Observaciones: <a href="#">texto</a>			
<b>5.3 Complementarios a la actividad turística (M)</b> <input checked="" type="checkbox"/>			
<b>a. En el Atractivo</b> <input type="checkbox"/>		<b>b. En la ciudad o poblado cercano</b> <input checked="" type="checkbox"/>	
Alquiler y venta de equipo especializado <input type="checkbox"/>	Venta de merchandising artesanías y <input type="checkbox"/>	Alquiler y venta de equipo especializado <input type="checkbox"/>	Venta de merchandising artesanías y <input type="checkbox"/>
Casa de cambio <input type="checkbox"/>	Cajero automático <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>	Casa de cambio <input type="checkbox"/>
Especifique: <a href="#">texto</a>		Especifique: <a href="#">texto</a>	
Observaciones: <a href="#">texto</a>			
<b>6. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO</b> <span style="float: right;">SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/></span>			
<b>6.1 Atractivo (U)</b> <input checked="" type="checkbox"/>			
a. Conservado <input checked="" type="checkbox"/>	b. Alterado <input type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/>	d. Deteriorado <input type="checkbox"/>
Observaciones:			
<b>6.1.1 Factores de alteración y deterioro (M)</b>			
<b>6.1.1.1 Naturales (M)</b>		<b>6.1.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)</b>	
a. Erosión <input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas <input type="checkbox"/>	b. Actividades forestales <input type="checkbox"/>	c. Actividades extractivas / minería <input type="checkbox"/>
b. Humedad <input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales <input type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono <input type="checkbox"/>	f. Huaquearía <input type="checkbox"/>
c. Desastres naturales <input type="checkbox"/>	g. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/>	h. Condiciones de uso y exposición <input type="checkbox"/>	i. Falta de mantenimiento <input type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna <input type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente <input type="checkbox"/>	k. Generación de residuos <input type="checkbox"/>	l. Expansión urbana <input type="checkbox"/>
e. Clima <input type="checkbox"/>	m. Conflicto político / social <input type="checkbox"/>	n. Desarrollo industrial / comercial <input type="checkbox"/>	o. Vandalismo <input type="checkbox"/>
Otro <input type="checkbox"/>	Especifique: <a href="#">texto</a>		
Observaciones: <a href="#">En épocas invernales no se puede acceder al atractivo por daños en la vía que conduce hacia el.</a>			
<b>6.2 Entorno (U)</b> <input type="checkbox"/>			
a. Conservado <input type="checkbox"/>	b. Alterado <input checked="" type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/>	d. Deteriorado <input type="checkbox"/>
Observaciones: <a href="#">En épocas invernales no se puede acceder al atractivo por daños en la vía que conduce hacia el.</a>			
<b>6.2.1 Factores de alteración y deterioro (M)</b>			
<b>6.2.1.1 Naturales (M)</b>		<b>6.2.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)</b>	
a. Erosión <input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas <input type="checkbox"/>	b. Actividades forestales <input type="checkbox"/>	c. Actividades extractivas / minería <input type="checkbox"/>
b. Humedad <input checked="" type="checkbox"/>	d. Actividades industriales <input type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono <input type="checkbox"/>	f. Huaquearía <input type="checkbox"/>
c. Desastres naturales <input type="checkbox"/>	g. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/>	h. Condiciones de uso y exposición <input type="checkbox"/>	i. Falta de mantenimiento <input type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna <input type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente <input type="checkbox"/>	k. Generación de residuos <input type="checkbox"/>	l. Expansión urbana <input type="checkbox"/>
e. Clima <input checked="" type="checkbox"/>	m. Conflicto político / social <input type="checkbox"/>	n. Desarrollo industrial / comercial <input type="checkbox"/>	o. Vandalismo <input type="checkbox"/>
Otro <input checked="" type="checkbox"/>	Especifique: <a href="#">Daños en la vía principal hacia el cerro.</a>		
Observaciones: <a href="#">texto</a>			
<b>6.3. Declaratoria del espacio turístico asociado al atractivo</b> <input type="checkbox"/>			
a. Declarante: <a href="#">texto</a>	b. Denominación: <a href="#">texto</a>	b. Fecha de declaración: <a href="#">texto</a>	c. Alcance: <a href="#">texto</a>
Observaciones: <a href="#">texto</a>			
<b>7. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA</b> <span style="float: right;">SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/></span>			
<b>7.1 Servicios Básicos</b> <input type="checkbox"/>			
<b>a. En el atractivo</b> <input type="checkbox"/>		<b>b. En la ciudad o poblado mas cercano</b> <input checked="" type="checkbox"/>	
Agua: <input type="checkbox"/>	Agua <input checked="" type="checkbox"/>		
Especifique: <a href="#">texto</a>	Especifique: <a href="#">POTABLE</a>		
Energía eléctrica: <input type="checkbox"/>	Energía eléctrica <input checked="" type="checkbox"/>		
Especifique: <a href="#">texto</a>	Especifique: <a href="#">EERSSA</a>		
Saneamiento: <input type="checkbox"/>	Saneamiento: <input checked="" type="checkbox"/>		

Especifique: <i>texto</i>		Especifique: ALCANTARILLADO PUBLICO						
Disposición de desechos <input type="checkbox"/>		Disposición de desechos <input checked="" type="checkbox"/>						
Especifique: <i>texto</i>		Especifique: RECOLECTOR MUNICIPAL						
Observaciones: <i>texto</i>								
7.2 Señalética en el atractivo <input type="checkbox"/>								
7.2.1 Ambiente	7.2.2. Tipo	7.2.3. Materialidad				7.2.4. Estado		
		a. Madera	b. Aluminio	c. Otro	Especifique	B	R	M
En áreas urbanas <input type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de atractivos turísticos	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de sitio	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems direccionales	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
En áreas naturales <input type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Señales turísticas de aproximación	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Paneles de direccionamiento hacia atractivos	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de atractivos	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de direccionamiento hacia atractivos, servicios y actividades	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Mesas interpretativas	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tótem de sitio	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Tótem de direccionamiento	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Letreros informativos <input type="checkbox"/>	De información botánica	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Normativos de concienciación	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Señalética interna de seguridad <input type="checkbox"/>	Protección de los elementos del atractivo	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otros <input type="checkbox"/>	<i>texto</i>							
Observaciones: <i>texto</i>								
7.3 Salud (más cercano) (M) <input checked="" type="checkbox"/>								
a. En el atractivo <input type="checkbox"/>		b. En la ciudad o poblado más cercano <input type="checkbox"/>						
Hospital o Clínica <input type="checkbox"/>	Cantidad	0	Hospital o Clínica <input checked="" type="checkbox"/>	Cantidad	1			
Puesto / Centro de salud <input type="checkbox"/>		0	Puesto / Centro de salud <input type="checkbox"/>		0			
Dispensario médico <input type="checkbox"/>		0	Dispensario médico <input checked="" type="checkbox"/>		1			
Botiquín de primeros auxilios <input type="checkbox"/>		0	Botiquín de primeros auxilios <input type="checkbox"/>		0			
Otros <input type="checkbox"/>		0	Otros <input type="checkbox"/>		0			
Observaciones: EL HOSPITAL Y EL DISPENSARIO MEDICO QUEDAN DENTRO DEL CASCO URBANO.								
7.4 Seguridad (M) <input checked="" type="checkbox"/>								
a. Privada <input type="checkbox"/>	<i>texto</i>							
b. Policía nacional <input checked="" type="checkbox"/>	TIENEN DIAS ESPECIFICOS DE VISITAR Y VIGILAR ESTE BARRIO.							

c. Policía metropolitana / Municipal	<input type="checkbox"/>	Det	texto
d. Otra	<input type="checkbox"/>		texto
Observaciones: texto			
<b>7.5 Servicio de comunicación de uso público (M)</b> <input checked="" type="checkbox"/>			
<b>a. En el atractivo</b> <input type="checkbox"/>		<b>b. En la ciudad o poblado mas cercano</b> <input checked="" type="checkbox"/>	
Telefonía (M) <input type="checkbox"/>	Conexión a internet (M) <input type="checkbox"/>		Telefonía (M) <input checked="" type="checkbox"/>
Fija <input type="checkbox"/>	Línea telefónica <input type="checkbox"/>	Fibra óptica <input type="checkbox"/>	Fija <input checked="" type="checkbox"/>
Móvil <input type="checkbox"/>	Satélite <input type="checkbox"/>	Redes inalámbricas <input type="checkbox"/>	Móvil <input checked="" type="checkbox"/>
Satelital <input type="checkbox"/>	Telefonía móvil <input type="checkbox"/>		Satelital <input type="checkbox"/>
Observaciones: En la cabecera cantonal de macara si se puede encontrar con telefonía y servicios de internet.			
<b>Radio portátil (U)</b> <input type="checkbox"/>			
De uso exclusivo para el visitante <input type="checkbox"/>		De uso exclusivo para comunicación interna <input type="checkbox"/>	
De uso exclusivo en caso de emergencia <input type="checkbox"/>			
Observaciones: texto			
<b>7.6 Multiamenazas (M)</b> <input type="checkbox"/>			
Deslaves <input type="checkbox"/>		Sismos <input type="checkbox"/>	
Erupciones volcánicas <input type="checkbox"/>		Incendios forestales <input type="checkbox"/>	
Sequía <input type="checkbox"/>		Inundaciones <input type="checkbox"/>	
Aguajes <input type="checkbox"/>		Tsunami <input type="checkbox"/>	
¿Existe un plan de contingencia en caso de catástrofes?	<input type="checkbox"/>	Institución que elaboró el documento: texto	Nombre del documento: texto
Año de elaboración: de		0	
Observaciones: texto			
<b>8. POLÍTICAS Y REGULACIONES</b> SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input checked="" type="checkbox"/>			
a. ¿El GAD cuenta con el Plan de Desarrollo Turístico Territorial?		SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
Año de elaboración:		2016	
b. ¿El atractivo se encuentra dentro de la planificación turística territorial (GAD'S)?		SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
Especifique: texto			
c. ¿Existen normativas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?		SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
Especifique: texto			
d. ¿Existen ordenanzas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?		SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
Especifique: texto			
Observaciones: texto			
<b>9. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U)</b> SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>			
<b>9.1 ATRACTIVOS NATURALES (M)</b> <input checked="" type="checkbox"/>			
<b>9.1.1 En el Agua (M)</b> <input type="checkbox"/>			
a. Buceo <input type="checkbox"/>	b. Kayak de mar <input type="checkbox"/>	c. Kayak lacustre <input type="checkbox"/>	d. Kayak de Río <input type="checkbox"/>
e. Surf <input type="checkbox"/>	f. Kite surf <input type="checkbox"/>	g. Rafting <input type="checkbox"/>	h. Snorkel <input type="checkbox"/>
i. Tubing <input type="checkbox"/>	j. Regata <input type="checkbox"/>	k. Paseo en panga <input type="checkbox"/>	l. Paseo en bote <input type="checkbox"/>
m. Paseo en lancha <input type="checkbox"/>	n. Paseo en moto acuática <input type="checkbox"/>	o. Parasailing <input type="checkbox"/>	p. Esquí acuático <input type="checkbox"/>
q. Banana flotante <input type="checkbox"/>	r. Boya <input type="checkbox"/>	s. Pesa deportiva <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>
texto			
Observaciones: texto			
<b>9.1.2 En el Aire (M)</b> <input checked="" type="checkbox"/>			
a. Alas Delta <input type="checkbox"/>	b. Canopy <input type="checkbox"/>	c. Parapente <input checked="" type="checkbox"/>	d. Otro <input type="checkbox"/>
texto			
Observaciones: Desde este cerro es donde se lanzan los parapentistas hacia Macará parte centrica.			
<b>9.1.3 En Superficie Terrestre (M)</b> <input type="checkbox"/>			
a. Montañismo <input type="checkbox"/>	b. Escalada <input type="checkbox"/>	c. Senderismo <input type="checkbox"/>	d. Cicloturismo <input type="checkbox"/>
e. Canyoning <input type="checkbox"/>	f. Exploración de cuevas <input type="checkbox"/>	g. Actividades Recreativas <input type="checkbox"/>	h. Cabalgata <input type="checkbox"/>
i. Caminata <input type="checkbox"/>	j. Camping <input type="checkbox"/>	k. Picnic <input type="checkbox"/>	l. Observación de flora y fauna <input type="checkbox"/>
m. Observación de astros <input type="checkbox"/>	n. Otro <input type="checkbox"/>	texto	
Observaciones: texto			
<b>9.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U)</b> <input type="checkbox"/>			

9.2.1 Tangibles e intangibles <input type="checkbox"/>			
a. Recorridos guiados <input type="checkbox"/>	b. Recorrido autoguiados <input type="checkbox"/>	c. Visita a talleres artísticos <input type="checkbox"/>	
h. Participación en talleres artísticos <input type="checkbox"/>	d. Visita a talleres artesanales <input type="checkbox"/>	i. Participación en talleres artesanales <input type="checkbox"/>	
e. Exposiciones temáticas permanentes, temporales y eventuales <input type="checkbox"/>	f. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales. <input type="checkbox"/>	i. Actividades vivenciales y/o lúdicas <input type="checkbox"/>	
g. Presentaciones o representaciones en vivo <input type="checkbox"/>	h. Muestras audiovisuales <input type="checkbox"/>	g. Fotografía <input type="checkbox"/>	
j. Degustación de platos tradicionales <input type="checkbox"/>	l. Participación de la celebración <input type="checkbox"/>	m. Compra de artesanías <input type="checkbox"/>	
n. Convivencia <input type="checkbox"/>	o. Medicina ancestral <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>	texto
Observaciones: texto			
10. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO <span style="float: right;">SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input checked="" type="checkbox"/></span>			
10.1. Medios de Promoción del Atractivo (M)			
¿Existe un plan de promoción turística cantonal? <span style="float: right;">SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Especifique: texto</span>			
¿El Atractivo se encuentra incluido en el plan de promoción turístico cantonal? <span style="float: right;">SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/></span>			
Medio Promocional	Dirección y nombre de los medios promocionales		Periodicidad de la promoción
a. Página WEB <input type="checkbox"/>	URL: texto		Ninguna
b. Red Social <input type="checkbox"/>	Nombre: texto		Ninguna
c. Revistas Especializadas <input type="checkbox"/>	Nombre: texto		Ninguna
d. Material POP <input type="checkbox"/>	Nombre: texto		Ninguna
e. Oficina de Información Turística <input type="checkbox"/>	Nombre: texto		Ninguna
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa) <input type="checkbox"/>	Nombre: texto		Ninguna
g. Asistencia a ferias turísticas <input type="checkbox"/>	Nombre: texto		Ninguna
h. Otro <input type="checkbox"/>	Nombre: texto		Ninguna
Observaciones: Aun no existe un plan de promoción turística para este deporte de aventura en el canton Macará.			
10.2. El atractivo forma parte de una oferta establecida (paquete turístico) <span style="float: right;">SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> Especifique: texto</span>			
Observaciones: Aun no existe en ningún paquete turístico.			
11. REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA (M) <span style="float: right;">SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input checked="" type="checkbox"/></span>			
11.1. Frecuencia de visita según datos estadísticos <input type="checkbox"/>			
a. ¿Posee un sistema de registro de visitantes? <span style="float: right;">SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Tipo: Digital <input type="checkbox"/> Papel <input type="checkbox"/> Años de registro 0</span>			
b. ¿Se genera reporte de estadísticas de visita al atractivo? <span style="float: right;">SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Frecuencia de los reportes: Ninguna</span>			
c. Temporalidad de visita al atractivo			
Alta (meses) <input type="checkbox"/>	Especifique	texto	Número de visitantes 0
Baja (meses) <input type="checkbox"/>		texto	0
d. Llegada de turistas			
<input type="checkbox"/> Turista nacional	Llegadas mensuales	Total anual	<input type="checkbox"/> Turista extranjero
Ciudades de origen	texto	0	0
	texto	0	0
	texto	0	0
Países de origen	texto	0	0
	texto	0	0
	texto	0	0
Observaciones: texto			
11.2. Frecuencia de visita según informantes clave <input type="checkbox"/>			
Nombre del Informante Clave: texto		Contactos: (+593)	
Demanda según días de visita <input type="checkbox"/>		Demanda según frecuencia de visita <input type="checkbox"/>	
Lunes a viernes 0	Fines de semana 0	Días feriados 0	Permanente <input type="checkbox"/> Estacional <input type="checkbox"/> Esporádica <input type="checkbox"/> Inexistente <input type="checkbox"/>
Observaciones: texto			



12. RECURSO HUMANO				SI	NO	S/I
a. Número de personas a cargo de la administración y operación del atractivo		d. Número de personas especializadas en turismo		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
e. Número de personas con nivel de instrucción (M):		f. Número de personas capacitadas por temática (M)		g. Número de personas que manejan algún de idiomas (M)		
Primaria	Secundaria	Primeros Auxilios	Hospitalidad	Inglés	Alemán	
Tercer Nivel	Cuarto Nivel	Atención al Cliente	Guianza	Francés	Italiano	
Otro	Sensibilización de discapacidades	Otro	Chino	Otro		
Observaciones:						
13. DESCRIPCION DEL ATRACTIVO (500 caracteres)						
<p>texto</p>						
14. ANEXOS						
a. Archivo Fotográfico (dos) (HD)						
Fuente: texto						
c. Ubicación gráfica del Atractivo						
Fuente: texto						
FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)						
ELABORADO POR:		VALIDADO POR:		APROBADO POR:		
Apellido y Nombre	MASACHE GUALAN	Apellido y Nombre		Apellido y Nombre		
Institución	UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA	Institución		Institución		
Cargo	ESTUDIANTE	Cargo		Cargo		
Correo Electrónico	erickdrian9393@hotmail.com	Correo Electrónico		Correo Electrónico		
Teléfono	0993638878	Teléfono		Teléfono		
Firma		Firma		Firma		
Fecha		Fecha		Fecha		

## INDICE GENERAL

CARATULA.....	1
CERTIFICACIÓN .....	II
AUTORIA.....	III
CARTA DE AUTORIZACION TESIS POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA, REPRODUCCION PARCIAL O TOTAL Y PUBLICACION ELECTRONICA DEL TEXTO COMPLETO. ....	IV
DEDICATORIA .....	IV
AGRADECIMIENTO .....	VI
1. TITULO.....	1
2. RESUMEN.....	2
ABSTRACT .....	4
3. INTRODUCCIÓN.....	6
4. REVISION DE LA LITERATURA.....	9
4.1 MARCO CONCEPTUAL.....	9
4.1.1 Turismo .....	9
4.1.2 Tipos de Turismo.....	9
4.1.3 Turismo de Aventura .....	10
4.1.3.1 Tipos de Turismo de Aventura.....	10
4.1.4 Turismo Comunitario .....	11
4.1.5 Turismo Rural.....	12
4.1.6 Visitante .....	12
4.1.7 Turista .....	13
4.1.8 Turista Excursionista .....	13
4.1.9 Turista Deportista .....	13

4.1.10	Sistema Turístico .....	13
4.1.11	Atractivos Turísticos.....	14
4.1.12	Clasificación de los atractivos turísticos.....	14
4.1.13	Guía Turística .....	16
4.1.14	Guías de Turismo .....	16
4.1.14.1	Clasificación de los guías de turismo.....	17
4.1.15	Diagnostico Turístico .....	17
4.1.15.1	Propósitos del Diagnostico Turístico.....	17
4.1.16	Fases del Diagnostico Turístico .....	18
4.1.17	Producto Turístico.....	19
4.1.17.1	Condiciones del Producto Turístico .....	20
4.1.17.2	Niveles del Producto Turístico .....	20
4.1.17.3	Clasificación de los Productos Turísticos.....	21
4.1.17.4	Líneas de Producto Turístico .....	22
4.1.18	Promoción.....	22
4.1.18.1	Instrumentos de Promoción .....	22
4.1.18.2	Promoción Turística .....	23
4.1.18.3	Objetivos de Promoción Turística .....	23
4.1.18.4	Que se debe tomar en cuenta para la Promoción Turística	23
4.1.19	Deportes Extremos .....	24
4.1.19.1	Tipos de Deportes Extremos.....	24
4.1.20	Parapente .....	25
4.1.20.1	Historia del Parapente.....	25
4.1.20.2	Partes de un Parapente .....	26

4.1.20.3	Características de un Parapente.....	27
4.1.20.4	Tipos de Vuelo .....	27
4.1.21	Señalética Turística .....	31
4.1.21.1	Tipos de Señalética Turística.....	32
4.1.22	Componentes Gráficos .....	33
4.2	Marco Referencial.....	35
4.2.1	Catón Macará.....	37
4.2.1.1	Datos Generales.....	37
4.2.1.2	Reseña Histórica .....	38
4.2.1.3	Gastronomía .....	38
4.2.1.4	Festividades.....	39
4.2.1.5	Atractivos Turísticos .....	39
4.2.1.6	Cerro Chuqui .....	40
5	MATERIALES Y METODOS.....	41
5.1	Materiales .....	41
5.2	Métodos.....	41
5.2.1	Método Analítico.....	42
5.2.2	Método Científico: .....	42
5.2.3	Método Inductivo:.....	42
5.2.4	Método Deductivo: .....	42
5.2.5	Método Descriptivo:.....	42
5.3	Técnicas .....	43
5.3.1	Observación Directa:.....	43
5.3.2	Entrevista: .....	43

5.3.3	Encuesta: .....	43
5.3.4	Técnica de MARRP: .....	43
5.4	Metodología por Objetivos .....	44
6.	RESULTADOS.....	46
6.1	Cumplimiento del primer objetivo: .....	46
6.1.1	Datos Generales.....	46
6.1.2	Población del Cantón Macará.....	46
6.1.3	Oferta de Servicios .....	48
6.1.4	Infraestructura de servicios básicos.....	57
6.1.5	Gobernanza .....	65
6.1.6	Comunidad Receptora.....	81
6.1.7	Análisis de la Encuesta.....	86
6.1.8	Análisis de la Entrevista.....	99
6.1.9	Fichas de Resumen de Atractivos Turísticos.....	102
6.2	Cumplimiento del segundo objetivo: Elaborar la propuesta de turismo de aventura deporte extremo parapente en el cerro Chuqui Sector la Mandalá del Cantón Macará Provincia de Loja.....	111
6.1	Cumplimiento del tercer objetivo: Socializar la propuesta de turismo de aventura deporte extremo parapente en el cerro chuqui sector la Mandalá del cantón Macará Provincia de Loja. ....	156
6.	DISCUSIÓN.....	161
7.	CONCLUSIONES.....	162
8.	RECOMENDACIONES.....	163
9.	BIBLOGRAFIA.....	165
10.	ANEXOS .....	167

INDICE GENERAL..... 244

## INDICE DE GRAFICOS

Grafico N.- 1 Mapa de la Ciudad de Loja .....	35
Grafico N.- 2 Mapa del Cantón Macará .....	37
Grafico N.- 3 Población del cantón Macará según sexo y grupo de edad ....	48
Grafico N.- 4 Género.....	87
Grafico N.- 5 Nacionalidad.....	88
Grafico N.- 6 Actividades realizadas en tiempo libre.....	88
Grafico N.- 7 Conoce que es el deporte extremo.....	89
Grafico N.- 8 Le gustaría practicar algún tipo de deporte extremo.....	90
Grafico N.- 9 Conocimiento acerca del deporte extremo parapente .....	91
Grafico N.- 10 Deporte extremo practicado .....	91
Grafico N.- 11 Tiempo que dedica a practicar el deporte extremo.....	92
Grafico N.- 12 Realizaría el deporte extremo parapente.....	93
Grafico N.- 13 Razón por la que le gustaría que se implemente este deporte .....	94
Grafico N.- 14 Nivel de ingreso.....	95
Grafico N.- 15 Valor dispuesto a pagar.....	96
Grafico N.- 16 Medio de comunicación donde le gustaría que se dé a conocer este deporte.....	97
Grafico N.- 17 Aspectos a considerar para la implementación del deporte extremo parapente.....	98
Grafico N. 18 Trayecto Parapente Macará .....	115
Grafico N.- 19 Parapente .....	117
Grafico N.-20 Casco .....	118
Grafico N.- 21 Paracaídas De Seguridad.....	118

Grafico N.- 22 Emisor .....	118
Grafico N.- 23 GPS/Altímetro.....	119
Grafico N. 24 Cámara Gopro .....	119
Grafico N. 25 Arnés .....	119
Grafico N.- 26 Red Social Facebook.....	124
Grafico N.- 27 Red Social Instagram .....	124
Grafico N.- 28 Logo Camiseta.....	125
Grafico N.- 29 Logo Gorra .....	126
Grafico N.- 30 Logo Toma Todo .....	126



## INDICE DE CUADROS

CUADRO N. 1 MATERIALES .....	¡Error! Marcador no definido.
CUADRO N.- 2 HABITANTES DEL CANTON MACARÁ.....	47
CUADRO N. 3 ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO.....	50
CUADRO N.- 4 ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTACION.....	53
CUADRO N.- 5 ESTABLECIMIENTOS DE ESPARCIMIENTO .....	55
CUADRO N.- 6 BANCOS Y CAJEROS .....	56
CUADRO N.- 7 INSTALACIONES DEPORTIVAS .....	57
CUADRO N.- 8 MEDIOS DE TRANSPORTE UTILIZADOS EN LA CABECERA CANTONAL MACARA .....	58
CUADRO N.- 9 TERMINALES QUE SE ENCUENTRAN EN LA CABECERA CANTONAL DE MACARÁ .....	59
CUADRO N.- 10 DESCRIPCIÓN DE COBERTURA Y ACCESO A SERVICIOS EN TELECOMUNICACIONES.....	60
CUADRO N.- 11 CENTROS DE ATENCIÓN DE SALUD DE LA CABECERA CANTONAL MACARÁ.....	61
CUADRO N. – 12 PORCENTAJE PROMEDIO DE COBERTURA DE SERVICIOS BÁSICOS EN LA CABECERA CANTONAL MACARÁ.....	61
CUADRO. – 13 PROCEDENCIA DEL AGUA PARA CONSUMO HUMANO	63
CUADRO N.- 14 COBERTURA DE SERVICIO DE ALUMBRADO PÚBLICO .....	64
CUADRO N.- 15 ELIMINACIÓN DE BASURA ÁREA URBANA .....	65
CUADRO N.- 16 INSTITUCIONES NACIONALES .....	66
CUADRO. – 17 INSTITUCIONES NACIONALES.....	69
CUADRO. – 18 TIPOS DE ORGANIZACIONES .....	82

CUADRO N.- 19 PRINCIPALES ACTIVIDADES ECONÓMICAS.....	84
CUADRO N. 20 GÉNERO .....	87
CUADRO N. 21 NACIONALIDAD .....	87
CUADRO N. 22 ACTIVIDADES REALIZADAS EN TIEMPO LIBRE .....	88
CUADRO N. 23 CONOCE QUE ES UN DEPORTE EXTREMO.....	89
CUADRO N. 24 LE GUSTARIA PRACTICAR ALGUN TIPO DE DEPORTE EXTREMO .....	90
CUADRO N. 25 CONOCIMIENTO ACERCA DEL DEPORTE EXTREMO PARAPENTE .....	90
CUADRO N. 26 DEPORTE EXTREMO PRACTICADO .....	91
CUADRO N. 27 TIEMPO QUE DEDICA A PRACTICAR EL DEPORTE EXTREMO .....	92
CUADRO N. 28 REALIZARIA EL DEPORTE EXTREMO PARAPENTE .....	93
CADRO N. 29 RAZÓN POR LA QUE LE GUSTARIA QUE SE IMPLEMENTE ESTE DEPORTE .....	94
CUADRO N. 30 NIVEL DE INGRESO .....	95
CUADRO N. 31 VALOR DISPUESTO A PAGAR .....	96
CUADRO N. 32 MEDIO DE COMUNICACIÓN DONDE LE GUSTARIA QUE SE DE A CONOCER ESTE DEPORTE .....	97
CUADRO N. 33 ASPECTOS A CONSIDERAR PARA LA IMPLEMENTACION DEL DEPORTE EXTREMO PARAPENTE .....	98
CUADRO N. 34 ATRACTIVO IGLESIA MATRIZ .....	102
CUADRO N. 35 ATRACTIVO PARQUE ALTAR PATRIO .....	103
CUADRO N.- 36 ATRACTIVO PARQUE DE LA MADRE .....	104
CUADRO N.- 37 ATRACTIVO AEROPUERTO JOSÉ MARÍA VELASCO IBARRA .....	105

CUADRO N.- 38 ATRACTIVO EL RESBALONCITO.....	106
CUADRO N.- 39 ATRACTIVO CERRO CHUQUI .....	107
CUADRO N. 40 Matriz FODA .....	108
CUADRO N. 41 Matriz de Estrategias .....	109
CUADRO N. 42 DETERMINACIÓN DE PRECIOS Y GASTOS DE OPERACIÓN .....	121
CUADRO N. 43 PRESUPUESTO REFERENCIAL DE PROMOCIÓN .....	127
CUADRO Nº 44 PANEL INFORMATIVO PARAPENTE MACARÁ.....	134
CUADRO Nº 45 DISEÑO Y PROPUESTA PANEL INFORMATIVO PARAPENTE MACARÁ.....	135
CUADRO Nº 46 PICTOGRAMA DE LA IGLESIA MACARÁ.....	136
CUADRO Nº 47 DISEÑO Y PROPUESTA DEL PICTOGRAMA IGLESIA MACARÁ .....	137
CUADRO Nº 48 PICTOGRAMA DEL PARQUE DE LA MADRE .....	138
CUADRO Nº 49 DISEÑO Y PROPUESTA DEL PICTOGRAMA PARQUE DE LA MADRE.....	139
CUADRO Nº 50 SEÑAL DIRECCIONAMIENTO CASCADA HACIA EL BALNEARIO EL RESBALONCITO .....	140
CUADRO Nº 51 DISEÑO Y PROPUESTA DE SEÑAL DE DIRECCIONAMIENTO AL BALNEARIO EL RESBALONCITO .....	141
CUADRO Nº 52 PICTOGRAMA DEL BALNEARIO EL RESBALONCITO..	142
CUADRO Nº 53 DISEÑO Y PROPUESTA DEL PICTOGRAMA BALNEARIO EL RESBALONCITO .....	143
CUADRO Nº 54 SEÑAL DIRECCIONAMIENTO HACIA EL CERRO CHUQUI .....	144

CUADRO N° 55 DISEÑO Y PROPUESTA SEÑAL DE DIRECCIONAMIENTO HACIA EL CERRO CHUQUI.....	145
CUADRO N° 56 SEÑAL DIRECCIONAMIENTO HACIA EL CERRO CHUQUI .....	146
CUADRO N° 57 DISEÑO Y PROPUESTA SEÑAL DE DIRECCIONAMIENTO HACIA EL CERRO CHUQUI.....	147
CUADRO N° 58 SEÑAL DIRECCIONAMIENTO HACIA EL CERRO CHUQUI .....	148
CUADRO N° 59 DISEÑO Y PROPUESTA SEÑAL DE DIRECCIONAMIENTO HACIA EL CERRO CHUQUI.....	149
CUADRO N° 60 SEÑAL DIRECCIONAMIENTO HACIA EL CERRO CHUQUI .....	150
CUADRO N° 61 DISEÑO Y PROPUESTA SEÑAL DE DIRECCIONAMIENTO HACIA EL CERRO CHUQUI.....	151
CUADRO N° 62 PANEL INFORMATIVO CERRO CHUQUI .....	152
CUADRO N° 63 DISEÑO Y PROPUESTA PANEL INFORMATIVO CERRO CHUQUI.....	153
CUADRO N° 64 PANEL INFORMATIVO LLEGADA AL CERRO CHUQUI	154
CUADRO N° 65 DISEÑO Y PROPUESTA PANEL INFORMATIVO LLEGADA AL CERRO CHUQUI .....	155