



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

TÍTULO:

“Propuesta de actividades ecoturísticas para el
Centro Binacional de Formación Técnica
Zapotepamba”

TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN
DEL GRADO DE INGENIERA EN
ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA

AUTORA:

Paola Elizabeth Delgado Loayza

DIRECTORA:

Ing. Gladys Alexandra Suárez Mg. Sc.

1859

LOJA – ECUADOR
2018

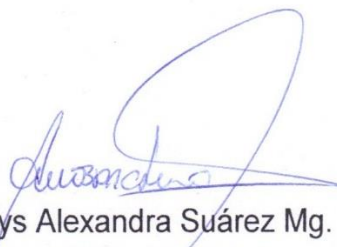
CERTIFICACION

ING. GLADYS ALEXANDRA SUÁREZ DOCENTE DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA DE LA FACULTAD JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

CERTIFICA:

Que el presente trabajo de tesis, previo a la obtención del título de Ingeniera de Administración Turística con el tema **“PROPUESTA DE ACTIVIDADES ECOTURÍSTICAS PARA EL CENTRO BINACIONAL DE FORMACIÓN TÉCNICA DE ZAPOTEPAMBA”**, realizado por la estudiante **Paola Elizabeth Delgado Loayza** ha sido orientada, y dirigida y revisado bajo mi dirección por tal motivo autorizo su presentación, sustentación y defensa de grado.

Loja Septiembre del 2018




Ing. Gladys Alexandra Suárez Mg. Sc
DIRECTORA DE TESIS

AUTORÍA

Yo, **Paola Elizabeth Delgado Loayza**, declaro ser autor del presente trabajo de Titulación y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales por el contenido de la misma.

Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja, la publicación de mi trabajo de Titulación en el repositorio institucional-biblioteca Virtual.

Firma:.....

Autor: Paola Elizabeth Delgado Loayza

Cedula: 1105993651

Fecha: Loja, Septiembre de 2018

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

Yo, Paola Elizabeth Delgado Loayza, declaro ser autora de la tesis titulada: **“PROPUESTA DE ACTIVIDADES ECOTURÍSTICAS PARA EL CENTRO BINACIONAL DE FORMACIÓN TÉCNICA DE ZAPOTEPAMBA”**, como requisito para optar al grado de Ingeniera en Administración Turística, autorizo al sistema bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de 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 del exterior, con las cuales tenga convenio la Universidad.

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

Para constancia de esta autorización, en la Ciudad de Loja, a los 19 días del mes de diciembre del 2018, firma la autora.

Firma:
Autora: Paola Elizabeth Delgado Loayza
Cédula: 1105993651
Dirección: Loja, Cdla. Daniel Álvarez (Hernán Cortes y Porfirio Díaz)
Correo electrónico: pao24-edl@hotmail.com
Teléfono: 0986862840

DATOS COMPLEMENTARIOS

Ing Gladys Alexandra Suarez Jaramillo Mg, Sc	Directora de tesis
TRIBUNAL DE GRADO	
Dr. Carlos Escudero Sánchez Ph. D.	Presidente del Tribunal
Lic. Yomar Pardo Villalta Mg. Sc.	Miembro del Tribunal
Ing. David Cartuche Paqui Mg. Sc.	Miembro del Tribunal

DEDICATORIA

Dedico mi sacrificio plasmado en este trabajo primeramente a Dios por toda la sabiduría brindada y permitirme estar en el lugar que me encuentro ahora y dándome fortaleza para continuar y cumplir cada paso que me eh propuesto en la vida.

A mi padre que se encuentra en el cielo, por ser mi inspiración para seguir luchando en mis metas, a mi madre, quien a lo largo de mi vida ha velado por mi bienestar y educación siendo mi apoyo en cada momento que depositó su entera confianza en cada reto que se me presentaba sin dudar ni un solo momento en mi inteligencia y mi capacidad es por ello que soy lo que soy ahora.

A mi hermano y de manera especial a mi hermana por ser la persona fundamental en mi vida, por brindarme todo su apoyo en cada momento de mi carrera universitaria.

A mi tía que se encuentra en el cielo que formó parte en mi vida y en mi corazón que ha sido una de las personas por quienes seguiré adelante frente a todas las dificultades que se me presenten.

A mi familia por apoyarme y darme aliento en seguir adelante.

A todos quienes fueron parte de mi formación universitaria

Paola Elizabeth Delgado Loayza

AGRADECIMIENTO

Agradezco a la Universidad Nacional de Loja, a la Carrera de Administración Turística de la Facultad Jurídica Social y Administrativa, por los conocimientos y valores impartidos durante mi formación universitaria como también a sus directores y docentes, que han sabido guiarme e impartir sus conocimientos a través de todos estos años de estudio.

Mis sinceros agradecimientos a mi tutora de tesis la Ing. Alexandra Suárez quien con sus conocimientos brindo los aportes necesarios para poder llegar a realizar el presente trabajo de investigación.

A mis amigos y compañeros que hemos compartido grandes momentos y siempre me han estado apoyando.

Así mismo agradezco al presidente de la parroquia Casanga y director del Centro Binacional de Formación Técnica Zapotepamba, quienes facilitaron la información y aplicación de los diferentes instrumentos investigativos necesarios para el logro de los objetivos propuestos en el tema de tesis de la misma manera a quienes de una u otra manera colaboraron para la culminación de la misma.

Paola Elizabeth Delgado Loayza

1. TÍTULO

**“PROPUESTA DE ACTIVIDADES ECOTURÍSTICAS PARA EL CENTRO
BINACIONAL DE FORMACIÓN TÉCNICA DE ZAPOTEPAMBA”**

2. RESUMEN

El Centro Binacional de Formación Técnica (CBFTZ), sede ecuatoriana de Zapotepamba está ubicado en el sector de Zapotepamba, perteneciente a la Parroquia Casanga, cantón Paltas, provincia de Loja, contribuye al desarrollo social, económico, político y ambiental de la región sur del Ecuador y norte del Perú. El CBFTZ cuenta con diferentes programas agrícolas en el que el turista puede realizar diferentes actividades ecoturísticas.

El presente proyecto de tesis denominado “**PROPUESTA DE ACTIVIDADES ECOTURÍSTICAS PARA EL CENTRO BINACIONAL DE FORMACIÓN TÉCNICA DE ZAPOTEPAMBA**”, se elaboró como requisito previo a la obtención del título de ingeniera en administración Turística de la Universidad Nacional de Loja.

Como objetivo principal se planteó **Desarrollar una propuesta de actividades ecoturísticas en el Centro de Binacional de Formación Técnica Zapotepamba CBFTZ.**

Para del desarrollo del objetivo general se planteó tres objetivos específicos, para efecto, se aplicaron diversos métodos y técnicas, herramientas necesarias para la obtención de resultados, en el primer objetivo se hace necesario el uso de fuentes bibliográficas, observación directa, entrevistas y la metodología de Carla Ricaurte (2009) y para el levantamiento de Información de atractivos turísticos se utilizó las fichas del MINTUR (Ministerio de Turismo 2017): **Realizar un diagnóstico turístico en el centro Binacional de Zapotepamba**, se logró conocer la situación actual de la zona externa e interna del Centro Binacional, se identificaron los atractivos más relevantes de la localidad. Se desarrolló la MATRIZ FODA en el que se pudo conocer las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del CBFTZ, de la misma manera se desarrollaron estrategias con el fin de mejorar algunas actividades en el ámbito turístico. Se realizó entrevistas al presidente de la parroquia Casanga, al director del CBFTZ, técnicos del centro binacional y estudiantes que realizaban sus prácticas dentro del CBFTZ.

Para el segundo objetivo, **Diseñar la propuesta de actividades ecoturísticas para el Centro Binacional de Formación Técnica Zapotepamba** se utilizaron instrumentos como un sistema de georreferenciación (GPS), para hacer el levantamiento de coordenadas, altitud tiempo de recorrido y distancias, cámara fotográfica para soporte digital, para lo cual se diseñó la propuesta en la realización de un mapa que comprende: la ruta por los diferentes programas agrícolas y las actividades ecoturísticas. La elaboración de la ficha donde se propone la señalética para los programas agrícolas y actividades ecoturísticas de acuerdo al manual del Ministerio de Turismo del Ecuador, necesarios para alcanzar con éxito las metas del proyecto, además se diseñó la marca y se planteó el slogan para la promoción de actividades

ecoturísticas. También se elaboró un guion e itinerario para el recorrido siguiendo el orden establecido en la misma.

Para el tercer objetivo: **Socializar de la propuesta de actividades ecoturísticas para el Centro Binacional de Formación Técnica Zapotepamba** se utilizó la técnica de MARPP la misma que se desarrolló en tres fases. La primera fase se realizó mediante una convocatoria e invitación a las autoridades del Centro Binacional; la segunda fase se presentaron los resultados del trabajo investigativo; y la tercera fase se desarrolló un foro abierto en el que los asistentes brindaron las conclusiones y recomendaciones de la propuesta presentada.

Finalmente se plantearon conclusiones y recomendaciones que indican la importancia de ejecutar este proyecto brindando un aporte para la mejora turística del Centro Binacional de Formación Técnica de Zapotepamba.

Como conclusiones se estableció que el CBFTZ cuenta con áreas para desarrollar en camping y diversas actividades ecoturísticas, servirá de apoyo para futuras investigaciones que enfoquen un principio para involucrarse en el mundo del turismo.

De esta manera se recomendó al director del Centro que de énfasis al desarrollo de la propuesta de actividades ecoturísticas, de la misma manera la promoción de sus diferentes programas y mejorar la señalética para brindar una mejor experiencia a los visitantes y presentar una mejor imagen ante los mismos, la misma que generará beneficios dentro de la economía local destinados para el Centro Binacional de Formación Técnica de Zapotepamba.

ABSTRACT

The Binational Center of Technical Training Zapotepamba (CBFTZ), Ecuadorian headquarters of Zapotepamba, is located in the sector of Zapotepamba, belonging to the Casanga Parish, Paltas canton, province of Loja, contributes to the social, economic, political and environmental development of the southern region of Ecuador and north of Peru. The CBFTZ has different agricultural programs in which tourists can perform different ecotourism activities.

The current thesis project named “**PROPOSAL OF ECO-TOURIST ACTIVITIES FOR THE BINATIONAL CENTER OF TECHNICAL TRAINING OF ZAPOTEPAMBA**”, was carried out as a pre-requisite for getting the Degree of Engineer in Tourist Administration of the Universidad Nacional de Loja.

As main goal it was set: To develop a proposal of eco-tourist activities in the Binational Center of Technical Training Zapotepamba CBFTZ. For the development of the general goal it was set three specific objectives, for this purpose, it was applied different methods and techniques, necessary tools for the use of bibliographical sources, direct observation, interviews and methodology of Carla Ricaurte (2009) and for the raising of the information of the tourist attractions it was used index cards of the MINTUR (Ministry of Tourism 2017). **To develop a tourist diagnostic in the Binational Center of Zapotepamba**, it was possible to know the current situation of the external e internal zones of the Binational Center, it was identified the most relevant attractive places of the locality. It was developing the FODA Matrix where it was possible to identify the strengths, opportunities, weaknesses and threats of the CBTFZ; likewise, it was developed the strategies with the purpose of improving some activities in the tourist field. Interviews were carried out with the president of the Casanga parish, the director of the CBFTZ, technicians of the binational center and students who carried out their internships within the CBFTZ.

For the second objective, **To design the proposal of eco-tourist activities for the Binational Center of Technical Training of Zapotepamba** it was used instruments as a system of geo-referencing (GPS), in order to make the drawing up of the coordinates, elevation, time of journey and distances, camera for digital support, for this, it was designed a proposal for the elaboration of a map that includes: the route of the different agricultural programs and eco-tourist activities. The elaboration of the index card was the signing for the agricultural programs and eco-tourist activities according to the manual of Ministry of Tourism of Ecuador, which is necessary for reaching the project's goals successfully, besides it was designed the brand and it was set the slogan for the promotion of the eco-tourist activities. Besides, it was made the script and the itinerary for the journey following the order set in the same one.

For the third objective: **To socialize the proposal of the eco-tourist activities for the Binational Center of Technical Training Zapotepamba** it was used the MARPP technique which was developed in three stages. The first one was done through an announcement and invitation for the authorities of Binational Center; in the second stage it was presented the results of the research work; and in the third stage it was developed an open forum in which the presents brought the conclusions and recommendations of the proposal.

Finally, it was set the conclusions and recommendations of the thesis work that indicate the importance of developing the project to bring support for the improvement of tourism in the Binational Center of Technical Training of Zapotepamba.

As conclusions, it was established that the CBFTZ has areas to develop in camping and various ecotourism activities, it will support future research that focus on a principle to get involved in the world of tourism.

In this way, the director of the Center was recommended to emphasize the development of the proposed ecotourism activities, in the same way to promote their different programs and improve signage to provide a better experience to visitors and present a better image to the visitors. same, which will generate benefits within the local economy destined for the Binational Technical Training Center of Zapotepamba.

3. INTRODUCCIÓN

El turismo es actualmente una de las actividades económicas y culturales más importante con las que puede contar un país o una región. Principalmente su importancia reside en los pilares principales. El primero es aquel que tiene que ver con el movimiento y la reactivación económica que genera en la región específica en la que se realiza, y el segundo el factor sociocultural. El turismo es, sin lugar a dudas, un eje fundamental para la generación de empleo, la inversión local y extranjera y el desarrollo de los pueblos.

En el Ecuador la actividad turística se ha incrementado notablemente debido a las múltiples campañas que se han lanzado con el afán de posicionarlo como destino turístico. Esto gracias a los maravillosos parajes, paisajes, actividades variadas e infraestructura que posee actualmente el país. Sin duda la actividad turística en el país contribuye a que las pequeñas ciudades y pueblos aledaños activen su economía mediante pequeños negocios, permitiéndolos crear un ingreso muy necesario para su desarrollo.

La provincia de Loja, ubicada al sur del país, es una de las más extensas del callejón interandino. Con una geografía y paisajes tan singulares como diferentes a los del resto del país; con abundantes montañas y pronunciados, pequeños y fértiles valles. Ir a la provincia de Loja es disfrutar del valle de la longevidad Vilcabamba, del Parque Nacional Podocarpus, está llena de riqueza, cultura y tradición en cada uno de sus 16 cantones, en los cuales se realizan diversas modalidades de turismo.

El cantón Paltas al ser parte de la provincia de Loja no podía ser la excepción, ya que muestra un magnifico potencial turístico marcado en cada una de sus 9 parroquias, tal es el caso de la parroquia rural Casanga, ubicada al suroeste del cantón Paltas, a 26 Km. de la cabecera cantonal Catacocha, cuenta con una extensión territorial de 52 Km², con un gran potencial turístico que no ha sido desarrollado en su totalidad, debido a la falta de conocimiento de la

importancia del desarrollo turístico por parte de la comunidad involucrada, tal es el caso del objeto del presente estudio, del Centro Binacional de Formación Técnica de Zapotepamba que existen alternativas para realizar actividades turísticas, pero sin duda esto conlleva un proceso que permitirá superar algunas debilidades.

El presente trabajo investigativo denominado PROPUESTA DE ACTIVIDADES ECOTURÍSTICAS PARA EL CENTRO BINACIONAL DE FORMACIÓN TÉCNICA DE ZAPOTEPAMBA, se plantea una iniciativa de mejoramiento e implementación de actividades ecoturísticas para el Centro Binacional de Formación Técnica de Zapotepamba, cuyos resultados puedan ser considerados por las autoridades del centro y de la Universidad Nacional de Loja, facilitando el acceso a los diferentes programas agrícolas para que sean visitados y llamen la atención del turista, generando recursos económicos para las comunidades, todo esto con responsabilidad ambiental procurando en lo más mínimo afectar los ecosistemas.

Con el desarrollo de este proyecto de tesis se pretende retribuir a la sociedad todo el esfuerzo realizado para brindar aportes que generen oportunidades de desarrollo con base a las actividades que promuevan la conservación, con un bajo impacto ambiental y cultural que propicie un involucramiento activo y socioeconómicamente benéfico de las poblaciones locales.

Se dará impulso al turismo en este sector del cantón Paltas, - Patrimonio cultural de la Humanidad- y tendrá grandes beneficios como la afluencia de turistas, y la oportunidad de compartir con la comunidad de Zapotepamba realizando las actividades turísticas que se realizaran en el lugar.

Para cumplir con las fases de la propuesta, se planteó como objetivo principal: “Desarrollar una propuesta de actividades ecoturísticas en el Centro Binacional de Formación Técnica de Zapotepamba (CBFTZ)”, seguido por tres objetivos específicos, teniendo como primer objetivo “Realizar un diagnóstico

turístico en el centro Binacional de Zapotepamba” por medio del cual se determinó la situación actual del Centro Binacional de Formación Técnica de Zapotepamba y de los atractivos turísticos, tomando como referencia la metodología de Carla Ricaurte (2009) para el levantamiento de información turística, se identificó los atractivos tanto naturales como culturales del (CBFTZ), de forma individual, esto nos sirvió de base para el desarrollo del trabajo de investigación, como segundo objetivo se planteó “Diseñar la propuesta de actividades ecoturísticas para el Centro Binacional de Formación Técnica Zapotepamba”, se elaboró la propuesta de actividades ecoturísticas para el CBFTZ, definiendo las áreas idóneas donde se realizaran las actividades, reconociendo de los diferentes programas agrícolas mediante el Sistema de Posicionamiento Global (GPS) se tomaron datos geográficos precisos de los sitios de estudio, proponiendo la promoción y la respectiva señalética para los distintos programas agrícolas y actividades ecoturísticas. Como último objetivo se determina “Socializar de la propuesta de actividades ecoturísticas para el Centro Binacional de Formación Técnica Zapotepamba” se realizó una discusión abierta entre los asistentes, y de esta forma se obtuvo opiniones, sugerencias y recomendaciones en beneficio del proyecto.

Se lograron alcances como acercamiento con la comunidad del CBFTZ, propiciar una nueva alternativa turística al centro, determinación de la oferta, infraestructura, servicios básicos, inventario de los atractivos turísticos, el desarrollo de la señalética turística, la misma que se llevó a cabo basándose en el manual de señalética del Ministerio de Turismo, en el cual se especifica el material y diseño a utilizar en el tipo de señales; se logró proponer nuevas actividades en el ámbito ecoturístico.

Una de las limitaciones que se presentaron fueron la falta de transporte para el traslado a los diferentes atractivos de la parroquia Casanga, poca información de los diferentes programas agrícolas que cuenta el CBFTZ para desarrollar el diagnóstico turístico.

Seguidamente se presenta la bibliografía de donde se obtuvo la información útil para el proyecto, los anexos que ayudan a sustentar el trabajo de investigación y finalmente el índice que detalla el contenido del proyecto de forma ordenada.

Para el desarrollo de esta investigación se desglosaron en cuatro temas, el cual este trabajo de investigación es complemento de los siguientes tres temas de investigación:

1. Diseño de una Ruta Turística Agroalimentaria para las parroquias Casanga y Catacocha del cantón Paltas de la Provincia de Loja
2. Diseño de Ciclo Ruta turística para el centro binacional de Formación Técnica Zapotepamba
3. Propuesta de Agroturismo para el Centro Binacional de Formación Técnica Zapotepamba de la parroquia Casanga de la Provincia de Loja

4. REVISIÓN LITERARIA

4.1 Marco Conceptual

4.1.1 Turismo

“El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y por otros motivos turísticos, siempre y cuando no sea desarrollar una actividad remunerada en el lugar visitado”.

El turismo es fascinante debido a su versátil ámbito de comprensión y desarrollo. Es dinámico por sus múltiples ópticas, sus formas de tratamiento y porque se desarrolla en un marco de interacción siempre cambiante.

A su vez es complejo también, porque además de la diversidad de áreas y disciplinas que lo componen, es interesante notar la forma en que se generan, su vinculación entre sí y en su disposición de servicio hacia los turistas. (González & Mendoza, 2014: 47)

4.1.2 Tipos de Turismo

Viajar es una de las actividades más gratificantes para el ser humano, está íntimamente relacionado al placer y a la calidad de vida, es además un punto de encuentro entre diferentes culturas que permiten el desarrollo de valores morales, intelectuales y emocionales.

Sin olvidarnos de la influencia que tiene en la economía de las regiones donde se desarrolla esta actividad, representa también un interesante fenómeno social que moviliza a gran parte de la población mundial, el cual se ha visto en constante crecimiento desde que el hombre tiene medios de transporte que le permiten dicho desplazamiento. (QUESADA CASTRO, 2007: 101-107)

4.1.3 Turismo de Reuniones

Consiste en el desplazamiento de viajeros fuera de su entorno habitual con fines lucrativos. Normalmente son empresas las que envían a sus trabajadores a juntas, conferencias, reuniones o exposiciones; estos van con los gastos pagados y en cierta manera están recibiendo un sueldo por este viaje. Las condiciones del destino visitado son más enfocadas a satisfacer las necesidades de un viajero que demanda los mejores servicios posibles. (QUESADA CASTRO, 2007: 105)

El turismo de reuniones está experimentando un crecimiento importante no sólo a nivel europeo, sino más allá de nuestras fronteras. Un crecimiento que se está haciendo patente en los últimos años en nuestro país con un significativo aumento de las principales reuniones. De esta manera, la mayor profesionalidad de los partícipes debe imperar en el mercado de reuniones con objeto de seguir confirmando estas expectativas favorables, para lo cual se debe definir y posteriormente llevar a la práctica, lo que denominamos el plan de negocio. (Bosque & Gutiérrez, 2001: 19)

4.1.4 Turismo de Naturaleza

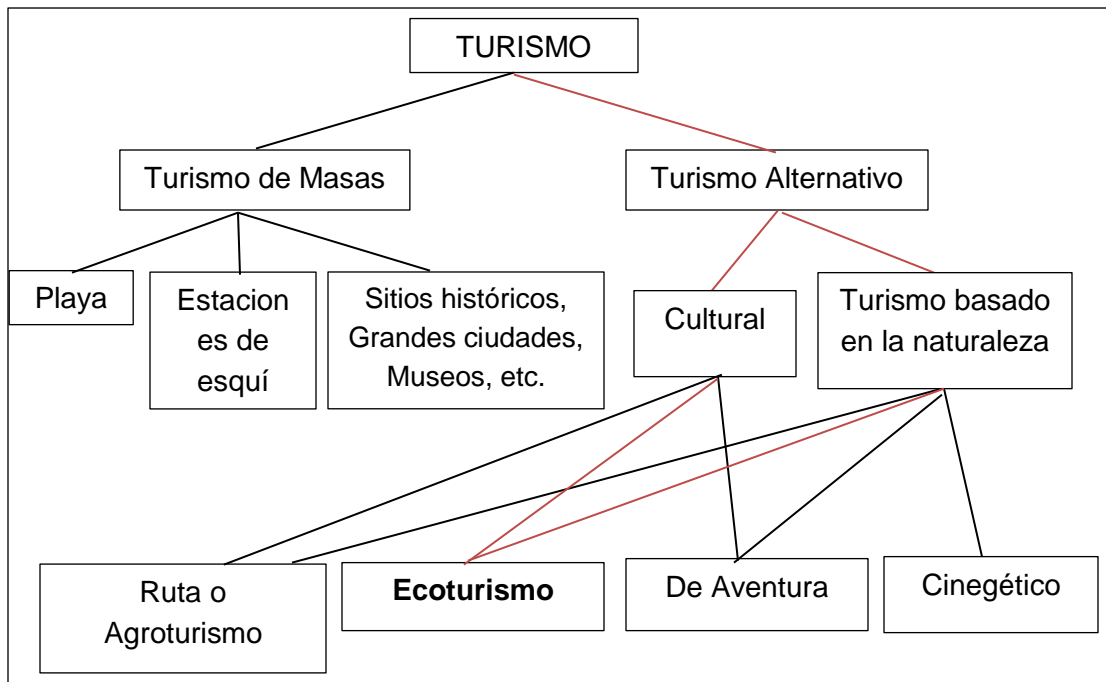
La primera labor antes de diseñar acciones a favor del turismo de naturaleza consistió en establecer una definición del término, con el fin de precisar los ámbitos de intervención y los problemas con los que se enfrenta tanto el sector privado como las administraciones públicas con competencias en su ordenación y promoción. (Portillo, 2006: 32)

Busca delimitar a un tipo de viajero más exigente, cuya principal motivación es estar en contacto con la naturaleza. Principalmente desarrollado por turistas jóvenes con inquietudes por el deterioro del medio ambiente y preocupados por temas como el calentamiento global, el desarrollo social y el enriquecimiento cultural.

Este tipo de turismo tiene 2 grandes derivaciones:

- **El Ecoturismo** que se desarrolla en áreas naturales y que tiene como fin la apreciación y conocimiento de la naturaleza;
- **El Turismo de aventura**, tiene como principal motivo, realizar actividades recreativas que representen un esfuerzo emocional y físico; y turismo rural donde se busca la convivencia e interacción con la gente propia del lugar, conociendo su cultura y formas de vida.
- **Turismo Rural**; donde se busca la convivencia e interacción con la gente propia del lugar, conociendo su cultura y formas de vida. (QUESADA CASTRO, 2007: 107)

Figura N° 1 Vertientes del Turismo



Fuente: Nora L Bringas

Elaboración: Paola Elizabeth Delgado Loayza

4.1.5 El ecoturismo como impulsor del Desarrollo Sustentable

En definitiva, la puesta en marcha del ecoturismo a través del turismo comunitario fomenta el desarrollo socioeconómico de la población local, y la

conservación de la cultura y naturaleza y funciona como una herramienta de lucha contra la pobreza. El turismo comunitario es una de las formas más adecuadas de planificar el ecoturismo en un destino, y en los últimos años, son muchos los países en vía de desarrollo los que están adoptando esta forma para explotar el turismo.

4.1.6 Ecoturismo

La Unión Mundial para la Naturaleza –UICN- define el ecoturismo como “aquella modalidad turística ambientalmente responsable, consistente en viajar o visitar áreas naturales relativamente sin disturbar con el fin de disfrutar, apreciar y estudiar los atractivos naturales (paisaje, flora y fauna silvestres) de dichas áreas, así como cualquier manifestación cultural (del presente y del pasado) que puedan encontrarse ahí, a través de un proceso que promueve la conservación, tiene bajo impacto ambiental y cultural y propicia un involucramiento activo y socioeconómicamente benéfico de las poblaciones locales” (Bulla, 2013: 3)

En 2002 hubo dos grandes acontecimientos que dieron reconocimiento científico y académico al ecoturismo. El año 2002 fue el Año Internacional del Ecoturismo promovido por Naciones Unidas, finalizando con la Declaración de Quebec sobre el Ecoturismo y la creación de la revista *Journal of Ecoturismo*, revista científica que “trata de avanzar en el campo mediante el examen de los aspectos sociales, económicos y ecológicos del ecoturismo en una serie de escalas, incluyendo las regiones de todo el mundo”. El ecoturismo es una forma de turismo inspirado por la historia natural de un área, incluyendo sus culturas indígenas. (Láinez, 2011)

El ecoturista visita áreas relativamente poco desarrolladas en un espíritu de agradecimiento, participación y sensibilidad. El ecoturista practica un uso no consumista de la fauna y los recursos naturales y contribuye a la zona visitada a través de medios de trabajo o financieros destinados a beneficiar

directamente a la conservación del sitio y el bienestar económico de los residentes locales (Láinez, 2011)

El ecoturismo surgió como una opción para promover la conservación ambiental y generar beneficios económicos, incluso algunos teóricos lo identifican como la alternativa más próxima al desarrollo sustentable del turismo. No obstante, también existen posturas que manifiestan que el ecoturismo debe contar con una adecuada planificación y estrategias definidas para avanzar a la sustentabilidad, debido a que, por su carácter de actividad terciaria, lleva implícito la competencia y el beneficio económico, aspectos que ponen en duda la apropiación del territorio y los recursos.

Hay que señalar que el concepto de ecoturismo ha sido definido por numerosos autores e investigadores, en ese orden de ideas ha identificado más de 85 definiciones de este concepto hasta el año 2001. Entre todas las definiciones de ecoturismo, una de las definiciones más completas, bajo nuestro punto de vista, es la de Jalani (2012) que considera que el ecoturismo hace referencia a aquel tipo de turismo que se desarrolla en áreas naturales y tiene como objetivo la conservación de las zonas naturales y el desarrollo de las comunidades locales. (Agüera, Francisco, Morales, & Pablo, 2015: 31)

4.1.7 El Ecoturismo en el Mundo

En Centro y Sudamérica, el ecoturismo muestra una dinámica creciente en los mercados, algunos países se han posicionado como destinos ecoturísticos ofreciendo una oportunidad de desarrollo, ya que se presenta como un importante instrumento de protección y cuidado de las áreas con esta vocación, una gran oportunidad de crecimiento de la conciencia hacia una sostenibilidad en el uso de los recursos naturales, así como la apertura de nuevas posibilidades económicas que contribuyan al mejoramiento de la calidad de vida. (Bulla, 2013: 4)

El turismo y el ecoturismo bien proyectados, con criterios y principios de sostenibilidad social, cultural, biológica, comercial y económica, además de generar desarrollo a todos los niveles, pueden ser una herramienta muy eficiente y poderosa para incentivar la conservación y el uso sostenible de muchos ecosistemas del país (Ilizaliturri, 2007: 19)

El objetivo de este estudio es analizar las similitudes y/o diferencias en estas definiciones y poder ofrecer una serie de características que identifiquen al ecoturismo. Este resultado sirve para destacar un conjunto de principios fundamentales que pueden ser considerados la esencia de la definición contemporánea del término y que puede servir como base para establecer una política de ecoturismo que una estos principios con normativas y políticas mundiales y/o regionales.

Puede ser considerada como la esencia de la definición de ecoturismo, y como tal, se presenta como principios clave del ecoturismo en la literatura académica. De hecho, en la Declaración de Québec, que forma parte del Informe final de la Cumbre Mundial del Ecoturismo (2002), se sugieren los mismos principios para definir el concepto de ecoturismo.

Estos criterios incluyen: “incrementar los beneficios económicos y sociales para las comunidades anfitrionas, contribuyendo activamente a la conservación de los recursos naturales y a la integridad cultural de las comunidades anfitrionas e incrementando la sensibilización de los viajeros respecto a la conservación del patrimonio natural y cultural”. (Agüera, Francisco, Morales, & Pablo, 2015: 35)

4.1.8 Ecoturismo en Ecuador

El Ecoturismo de la naturaleza ofrece muchas opciones y por ello muchas perspectivas de convertirse en un importante medio de incentivar al país y a quienes desarrollan actividades vinculadas, para proteger las riquezas

naturales existentes, para mejorar y poner en función social diferentes escenarios naturales que en la actualidad prestan pocos servicios. El Ecoturismo en el Ecuador. El turismo de la naturaleza puede ser científico, educativo y recreativo, pudiendo combinarse algunas de estas formas entre sí. Por cierto, cada una de las formas de turismo de la naturaleza, requiere de escenarios naturales adecuados y de una organización que permita su realización en forma lo más natural y eficiente posible. (Vazquez, 2015)

La gran variedad de condiciones ambientales existentes en Ecuador, genera una impresionante diversidad de hábitats y tipos de vegetación. En el territorio ecuatoriano, hay 7 de las 35 provincias biogeografías de América Latina, existen 18 formaciones vegetales y forestales, 25 zonas de vida ecológica, 19 tipos de vegetación, 8 pisos zoo geográficos, 1500 especies de aves, 25000 especies de plantas, 710 especies de peces de agua dulce, 324 especies de mamíferos, que son condiciones excelentes para desarrollar el turismo de naturaleza o ecoturismo.

Ecuador posee un gran atractivo turístico natural, el 74% de estos se relacionan con la naturaleza, de allí la necesidad de impulsar esta actividad, en la Amazonia de Ecuador, como Napo, Orellana, Sucumbíos.

En Ecuador se han inventariado casi 920 atractivos turísticos, culturales y arquitectónicos. De estos, alrededor de 520 son sitios naturales especialmente playas, balnearios, centros termales, ríos, lagos, montañas, nevados, valles, selvas, climas, fauna y formaciones vegetales diversas, que conforman una extraordinaria oferta de servicios de recreación natural para el turismo. (Wunder, 2012: 45)

4.1.9 Características del Ecoturismo

Esta actividad debe contar con ciertas pautas para ser considerada ecoturismo legítimo, algunas de ellas:

- Reducir al mínimo los impactos perjudiciales en la zona que se visita
- Estimular la toma de conciencia sobre el cuidado medioambiental y cultural
- Brindar la oportunidad de vivir experiencias enriquecedoras para los turistas y la población local
- Que parte de los réditos económicos que genera la actividad sean destinados a la conservación de los recursos naturales y culturales de esos destinos turísticos
- Promover la sensibilización hacia los asuntos políticos, sociales y ambientales del lugar visitado

El turismo ecológico como tal fomenta la conservación de la diversidad biológica, respeta y promueve la tranquilidad y prosperidad de la población anfitriona, conlleva una experiencia de aprendizaje y crecimiento personal, compromete a los turistas y empresas del rubro en las acciones responsables, y demanda un consumo mínimo de los recursos naturales no renovables. Por lo tanto, una región que reciba este tipo de turismo debería verse beneficiada tanto económicamente, como en el impacto positivo en la naturaleza y la divulgación de la cultura local (por ejemplo: poblaciones indígenas).

Por otra parte, hay que mencionar algunas influencias negativas que se han producido:

- Ciertas veces ocurre un abandono de tierras o se venden muy por debajo de su valor, a causa de que sus dueños originales no se sienten a gusto ante la presencia constante de turistas extranjeros y sus impactos perjudiciales.
- Los visitantes provocan daños sobre zonas nativas, por ejemplo, alimentando a los animales.
- Se ven limitadas las costumbres de poblaciones locales antiguas en las áreas que ahora son sólo turísticas recolección de vegetales, obtención de

leña, pesca y caza, actividades con las que convivían en equilibrio. (Bulla, 2013: 50)

4.1.10 Políticas del ecoturismo

Políticas permanentes de ecoturismo y principios generales. Las políticas nacionales de ecoturismo, serán coordinadas por el Ministerio de Turismo, sometiéndose a las siguientes políticas y principios generales que tendrán el carácter de permanentes:

- a. Establecer mecanismos de concertación intersectorial que logren coordinar y armonizar los diversos intereses y acciones de los actores involucrados en el ecoturismo;
- b. Incorporar y reconocer la cosmovisión y la cultura de las comunidades locales en el desarrollo de productos de ecoturismo, en su forma de organización y manejo, en la formulación de políticas, en la planificación relacionada y en la promoción;
- c. Formular sobre la base de una participación intersectorial y multidisciplinaria los correspondientes planes de desarrollo del sector de ecoturismo, donde se encuentren definidos:
 - c.1. Criterios de conservación de las áreas naturales protegidas en relación a sus respectivos planes de manejo;
 - c.2. Modelos de participación de las comunidades locales en el manejo y operación de las actividades de ecoturismo;
 - c.3. Niveles de responsabilidad de las personas naturales y jurídicas, públicas y privadas, con y sin finalidades de lucro; y,
 - c.4. Ámbito de participación de las organizaciones no gubernamentales;
- d. Impulsar el desarrollo y la oración de las herramientas administrativas que sean necesarias, tales como los registros integrales públicos de la oferta de actividades calificadas como de ecoturismo en el territorio nacional;

- e. Impulsar la formulación de un Código de Ética de Ecoturismo y directrices para orientar el desarrollo de la actividad;
- f. Establecer la zonificación del espacio turístico nacional, para definir dentro de ellas, las áreas de manejo de ecoturismo;
- g. Promover la certificación de la oferta de ecoturismo nacional en áreas naturales sobre la base de un compromiso con la conservación y un sentido de responsabilidad social;
- h. Promover la iniciativa de biocomercio entre las personas naturales, jurídicas y las comunidades locales;
- i. Asegurar por medio de estas políticas de ecoturismo y los mecanismos del Ministerio de Turismo, que el ecoturismo promueva la conservación de los recursos naturales y la prevención de la contaminación ambiental los cuales son de importancia primordial para la supervivencia de las comunidades locales y para sustentar las actividades de ecoturismo;
- j. Fomentar la reinversión de los beneficios económicos generados por el ecoturismo en el manejo y control de las áreas naturales y en el mejoramiento de la calidad de vida de las poblaciones locales;
- k. Fortalecer a las comunidades locales en el establecimiento de mecanismos de manejo de los recursos naturales, de actividades de conservación y de turismo que se realizan dentro de las áreas naturales;
- l. Promover actividades de capacitación dirigidas a los miembros de comunidades locales en actividades calificadas como de ecoturismo. En tales procesos debe existir un intercambio de conocimientos entre las comunidades y los demás actores de la actividad; y,
- m. Fomentar el ecoturismo en el Sistema Nacional de Áreas Protegidas, en función de sus planes de manejo y su desarrollo.

La ejecución de las actividades relacionadas con el ecoturismo en el Ecuador, corresponden al sector privado por medio de las personas naturales, jurídicas y comunidades legalmente reconocidas dedicadas a esta actividad, según se

encuentra determinado en las leyes correspondientes, reglamentos específicos, normas técnicas y en este reglamento. (Reglamento General de Actividades Turísticas, 2011)

4.1.11 Actividades Ecoturísticas

- **Observación de la naturaleza:** Como su nombre bien indica, esta actividad consiste en observar la diversidad biológica natural de una zona o área por motivos de ocio, investigación (observar el comportamiento de la flora y fauna) o didácticos. Es importante el conocimiento de las épocas en las que es más fácil observar determinadas especies vegetales y animales.
- **Observación de la fauna:** Actividad recreativa, donde el turista puede ser principiante o experto, y consiste en presenciar la vida animal en su hábitat natural.
- **Observación de ecosistemas:** Actividades de ocio realizadas en un contexto natural cuyo fin principal es el conocer las funciones específicas de los diferentes elementos que componen uno o varios ecosistemas.
- **Senderismo interpretativo:** Actividad donde el visitante transita a pie o en un transporte no motorizado, por un camino a campo traviesa predefinido y equipado con cédulas de información, señalamientos y/o guiados por intérpretes de la naturaleza, cuyo fin específico es el conocimiento de un medio natural. Los recorridos son generalmente de corta duración y de orientación educativa.
- **Rescate de flora y fauna:** Actividades lúdicas en un contexto natural cuya finalidad principal es la de participar en el rescate de especies raras, endémicas, en peligro de extinción o de conservación en general.
- **Talleres de educación ambiental:** Actividades didácticas, en contacto directo con la naturaleza y en lo posible, involucrando a las comunidades locales, su finalidad es sensibilizar y concientizar a los participantes de la importancia de las relaciones entre los diferentes elementos de la naturaleza.

- **Safari fotográfico:** Captura de imágenes de naturaleza in situ. Actividad ligada a la apreciación de todas las expresiones del medio natural visitado (flora y fauna, ecosistemas, fenómenos geológicos, etc.), a pesar de ser una actividad no depredadora emplea técnicas y elementos propios de la cacería.
- **Pesca recreativa:** Es practicada por turistas que desean experimentar la sensación de extraer un pez de un cuerpo de agua (mar, río, lago, laguna, entre otras), sin un fin comercial o de competencia deportiva y no puede realizarse en temporada de veda ni en zonas de reserva donde la reglamentación lo establezca. Es común que en esta práctica se libere la especie a su medio una vez que fue capturada
- **Caminata:** La forma principal de locomoción en el hombre se ha convertido en una actividad recreativa. Esta actividad es una de las de mayor aceptación y demanda.
Las rutas o circuitos de caminata de preferencia deben estar previamente establecidas y dosificadas de acuerdo al perfil del turista que la va a practicar (niños, jóvenes, adultos, tercera edad, grupos pequeños o numerosos, entre otros)
- **Cabalgata:** Recorridos a caballo en áreas naturales (pueden ser mulas y burros). El objetivo central es la experiencia misma de montar y conocer sobre el manejo y hábitos de estos animales. (Rural, 2018)

4.1.12 Perfil del Ecoturista:

- Interesado en tener contacto directo con la naturaleza
- Interesado en conocer diferentes formas de entender y vivir la vida (que busca un intercambio cultural)
- Dispuesto a aprender, siempre activo y dinámico
- Generalmente educado y con algún conocimiento previo sobre el destino, el recurso a visitar y las posibles actividades a realizar
- Cuidadoso de su condición física y anímica

- Prefiere el contacto directo con las personas y busca establecer lazos de amistad
- Prefiere un servicio personalizado y con sello de calidad
- Está anuente a colaborar con iniciativas para un mejor manejo de desechos, reducción del consumo de agua y energía y cualquier otro esfuerzo para disminuir el impacto negativo.

Es así como hoy en día podemos intentar resumir la evolución del ecoturista desde su expresión más pura, hasta las personas de interés general que poco o nada saben sobre el tema, pero que están anuentes a experimentarlo, a quienes hemos llamado los ecoturistas en potencia. Las motivaciones propias del viajero.

Sin lugar a dudas el ecoturismo en sus más diversas modalidades, pero siempre dentro de un marco de turismo responsable, ha marcado un cambio irreversible en la industria del turismo. (Acuña, 2003: 13)

4.1.13 Actividades ecoturísticas internacionales

- Ecoturismo en Costa Rica

Garantizar el excelente ecoturismo, Costa Rica ha dedicado un estimado 26% de sus tierras a parques nacionales, reservas naturales y tierras protegidas. Para un pequeño país de apenas 51,100 km cuadradas, tiene mucho que ofrecer. Hay tanto que ver y hacer en Costa Rica.

Vista hacia diferentes aves exóticas como la caminata a través de verdes bosques tropicales, fascinantes por obtener gran cantidad sorprendente de vida silvestre y especies marinas, relajase en las espectaculares playas de sonido envolvente con la aventura.

Parque Nacional Manuel Antonio y el Bosque Nuboso Monteverde son considerados como modelos para el ecoturismo y el desarrollo sostenible. Estos parques ofrecen un hábitat crítico a las diversas especies vegetales y

animales. La principal razón de éxito del ecoturismo en Costa Rica va a la participación activa del sector privado, la excepcional de la diversidad biológica y la interacción entre la amplia red de áreas protegidas.

Las ONG internacionales y nacionales, las empresas locales, indígenas y organizaciones gubernamentales también desempeñan un importante papel en el éxito de los programas de ecoturismo. (Costa Rica, 2013)

- **Santa Juana**

En las montañas de la zona de Quepos se encuentra Santa Juana. Al inicio sólo era una “simple casita” que su dueño utilizaba para escaparse los fines de semana. Las visitas a la casita se convirtieron, con el tiempo, en uno de los ecolodge más reconocidos de la zona.

Los visitantes pueden disfrutar de la comida tradicional elaborada por habitantes de la comunidad y tienen la posibilidad de realizar excursiones para conocer la zona. Los ingresos generados de los tours son utilizados para apoyar la plantación de árboles autóctonos y para conservar, a su vez, la fauna y la flora de la zona. (LAVANGUARDIA, 2016)

- **Las Trancas, Querétaro**

Este campamento es un lugar perfecto para ver las estrellas. Se ubica a la mitad de un famoso cañón semidesértico en cuyo fondo está la enigmática misión de Bucareli, en plena Sierra Gorda de Querétaro.

La zona tiene peculiares especies propias del simidesierto, como flores que abren durante la noche al final de la primavera. Cuenta con unas cabañas de muy buena calidad, dos de ellas recién construidas; además de un comedor, una tirolesa de 100m sobre el cañón y un puente colgante.

Es un sitio increíble para meditar o para practicar deportes de aventura. (Ferro, 2013)

4.1.14 Actividades ecoturísticas en el Ecuador

- Provincia de Bolívar

La provincia de Bolívar, ubicada en el centro de Ecuador, ofrece actividades de adrenalina como el rafting. Piedra Blanca es la localidad que posee aguas muy bravas que se pueden recorrer en las balsas de madera típicas del lugar, diseñadas por los indígenas en tiempos preincaicos.

Un típico tour de rafting se diferencia de los convencionales porque tiene una duración de 2 días. Estos viajes son una aventura y permiten apreciar de una manera distinta la forma de vivir de la zona y los maravillosos paisajes que ofrece Ecuador. (RAGOZINA, 2005)

- Galápagos

Ecuador es naturaleza, un lugar recomendado es el Archipiélago de Galápagos. Este lugar es además Patrimonio Natural de la Humanidad ya que su flora y fauna son únicas en el mundo.

El tesoro de este archipiélago es su Parque Nacional de Galápagos como también, la Reserva Marina de Galápagos. Esta última protege especies marítimas alrededor de las islas.

Algunas actividades que no debes dejar de hacer en Galápagos es escalar el Monte Bartolomé, ver de cerca a las Tortugas Gigantes, pingüinos y flamencos que viven en la zona, así como practicar snorkelling y buceo. (Arleco, 2009)

- Reserva geobotánica Pululahua

Está situado a 17 km al norte de Quito, cerca de La Mitad del Mundo. Aquí puedes conocer atractivos turísticos como Hacienda Pululahua y realizar actividades como cabalgatas, caminatas, y ciclismo de montaña.

4.1.15 Actividades ecoturísticas locales

- El sendero que conduce al parque Podocarpus

En las montañas de Vilcabamba, el camino de tierra que continúa después de parar, se caerá en una serie de pequeños puentes que cruzan el río. El segundo comienza la carretera a una de las entradas del Parque Podocarpus. Aunque la mayoría de los excursionistas prestado un caballo, es suficiente que dos pequeñas horas de caminata para llegar al parque.

- Cerro Mandango

A 40 minutos de la ciudad de Loja en el sur de Ecuador, encontramos Vilcabamba, mundialmente conocido como " El Valle de la Longevidad". Su clima, agua y condiciones de vida hacen de este lugar el paraíso perfecto para muchos extranjeros que han hecho de este su hogar.

El lugar es mágico, sus paisajes y su gente son el conjunto perfecto para visitar.

Aquí se encuentra el cerro del Mandango, conocido como montaña sagrada. Una vez q tu estas ahí la guia te contara las leyendas del paso de Incas y escondites de tesoros, se puede realizar senderismo y caminatas. (Sanchez, 2013)

4.1.16 Definición de turista o viajero

Turistas

Un turista es un visitante, con la condición que debe pernoctar en el destino, esto es, que se quede por al menos 24 horas, pero como ya se mencionó antes, no más de 1 año; los motivos pueden ser personales, profesionales o de negocios.

Esta categoría, a su vez, se divide en diferentes formas de hacer turismo.

Un visitante (interno, receptor o emisor) se clasifica como turista (o visitante que pernocta), si su viaje incluye una pernoctación (OMT, 2007)

4.1.17 Tipos de turistas

a) Viajeros

Es la definición más amplia de todas y de esta se desprenden el resto. Cualquier persona que se encuentre realizando un viaje (por cualquier motivo) entre dos lugares geográficamente distintos y fuera de su entorno habitual, es correcto llamarlo viajero. Personas que se establecen en otro lugar por trabajo, refugiados, diplomáticos o migrantes no son viajeros.

b) Visitante

Personas que viajan a un destino principal distinto al de su lugar de residencia, por una duración inferior a un año, con cualquier propósito, excepto aquel que implique ser empleado por una organización establecida en dicho lugar o país. Pueden ser nacionales cuando viajan dentro de su mismo país e internacionales cuando lo hace fuera de su país de origen.

c) Excursionistas

Al igual que el turista, todo excursionista es un viajero, pero aquí la condición radica en que durante su viaje no deben pernoctar en el destino, o lo que es igual, no deben durar más de 24 horas ahí. Para efectos estadísticos, los excursionistas normalmente son personas que viajan a ciudades fronterizas, ya sea en su propio vehículo o en cruceros, a destinos de costa.

Como te puedes dar cuenta, cada término se enlaza con el anterior, es como si tuviéramos una pirámide y en el eslabón más bajo tuvieran cabida los de arriba, y en el segundo otra vez los de arriba, y así sucesivamente; de tal manera que podemos concluir que todo turista es un viajero, pero no todo viajero es un turista.

4.1.18 Servicio Turístico

Los Servicios Turísticos son el conjunto de realizaciones, hechos y actividades, tendientes a producir prestaciones personales que satisfagan las necesidades del turista y contribuyan al logro de facilitación, acercamiento, uso y disfrute de los bienes turísticos

4.1.19 Tipos de Servicios Turístico

- Servicio de alojamiento, cuando se facilite hospedaje o estancia a los usuarios de servicios turísticos, con o sin prestación de otros servicios complementarios.
- Servicio de alimentación, cuando se proporcione alimentos o bebidas para ser consumidas en el mismo establecimiento o en instalaciones ajenas.
- Servicio de guía, cuando se preste servicios de guianza turística profesional, para interpretar el patrimonio natural y cultural de un lugar.
- Servicio de organización de eventos como reuniones, congresos, seminarios o convenciones.
- Servicio de información, cuando se facilite información a usuarios de servicios turísticos sobre recursos turísticos, con o sin prestación de otros servicios complementarios.
- Servicio de intermediación, Agencias de Viajes, cuando en la prestación de cualquier tipo de servicio turístico susceptible de ser demandado.
- Servicios de consultoría turística, está dado por especialistas licenciados en el sector turismo para realizar la labor de consultoría turística.
- Servicios de transporte, ofrecido por la necesidad de movilización de los turistas (EMILIANI, 2013)

4.1.20 Normas para los Guías

El guía debe presentarse siempre con buena actitud frente a los ecoturistas. - Debe velar por la seguridad y comodidad del ecoturista. Interactuar con los ecoturistas transmitiendo su conocimiento sobre el área. (Acuña, 2003)

4.1.21 Reglamento de Actividades Ecoturísticas

El Ministerio de Turismo ha liderado un extenso proceso técnico y participativo con todos los actores involucrados en las modalidades de aventura a nivel nacional, en virtud del cual se han determinado los requisitos mínimos con los cuales deben contar las diferentes tipologías de operación de modalidades de aventura, acorde con la realidad, oferta existente a la fecha, elevando los estándares actuales.

En uso de las atribuciones establecidas en el Acuerdo Ministerial No. 172 publicado en el Registro Oficial No. 424 de 2 de octubre de 2001, cuya última reforma fue publicada mediante Registro Oficial No. 858 de 27 de diciembre de 2012.

Acuerda:

- Cabalgata

Art. 12.- Definición. - Modalidad turística de aventura que utiliza caballos para acceder a zonas preferentemente agrestes por medio de senderos o rutas identificadas.

Art. 13.- Número de turistas. - Para grupos de 1 a 10 turistas se contará con dos guías, haya o no comunicación con la agencia de viajes operadora o dual, ya que es una modalidad donde se maneja un animal vivo.

Art. 14.- Edad mínima. - La edad mínima para realizar la modalidad es de seis años.

- Senderismo

Art. 41.- Definición. - Modalidad turística de aventura cuyo fin es recorrer o visitar un terreno de condiciones geográficas y meteorológicas diversas que puede requerir el uso de equipo especializado de montaña, con o sin pernoctación.

Art. 42.- Número de turistas por guía. - De 1 a 10 turistas, se requieren como mínimo 1 guía.

Art. 43.- Edad mínima. - No existe edad mínima para realizar la modalidad de senderismo. (MINTUR, 2014)

4.1.22 Flora

Ecuador tiene un 10 por ciento de todas las especies de plantas que hay en el planeta. De este porcentaje, la mayor cantidad crece en la cordillera de los Andes, en la zona noroccidental, donde se calcula que hay aproximadamente 10 mil especies.

En la región amazónica existe también un alto número de especies vegetales, alrededor de 8.200, por ejemplo, solo de orquídeas se han identificado 2.725 especies.

En Galápagos, en cambio, hay cerca de 600 especies nativas y otras 250 introducidas por el hombre, aproximadamente. De las doce zonas claves de biodiversidad identificadas por el naturalista Norman Myers, tres se encuentran en el Ecuador continental.

La diversidad climática ha dado lugar a más de 25 mil especies de árboles. (Consulado de Ecuador, 2009)

4.1.23 Fauna

Ecuador cuenta así mismo con el 8 por ciento de las especies de animales y el 18 por ciento de las de aves del planeta. Cerca de 3.800 especies de vertebrados han sido identificadas, así como 1.550 de mamíferos, 350 de reptiles, 375 de anfibios, 800 especies de peces de agua dulce y 450 de agua salada. Igualmente, tiene cerca del 15 por ciento del total de especies endémicas de aves en el mundo, las cuales habitan en los Andes, la costa y la región amazónica, principalmente.

Las especies de insectos sobrepasan el millón, y las mariposas llegan a las 4.500, entre otras. (Consulado de Ecuador, 2009)

4.1.24 Demanda

Conjunto de turistas actuales y potenciales que desean, pueden y están dispuestos a disfrutar de las facilidades, atractivos, actividades, bienes y/o servicios turísticos en función del precio y su renta.

La demanda turística, como en todo mercado, se divide en:

Demanda turística potencial: es aquel grupo de personas que tiene todas las características necesarias para consumir o comprar un servicio o producto turístico, pero aún no lo han consumido o comprado.

- **Demanda turística actual o real:** es aquel grupo de personas que consumen o compran un servicio o producto turístico
- **Demanda insatisfecha:** es aquella demanda que no ha sido cubierta en el mercado y que puede ser cubierta, al menos en parte por el proyecto; dicho de otro modo, existe demanda insatisfecha cuando la demanda es mayor que la oferta. (Vazquez, 2015)

4.1.25 Diagnóstico turístico

La realización de un diagnóstico turístico es necesario dentro de un estudio para vincular directamente el turismo con la ordenación del territorio. El objetivo es la detención tanto de los puntos fuertes y oportunidades en el territorio como de las debilidades y amenazas, que analizadas en conjunto conduzcan al correcto desarrollo de un modelo territorial dado. Así un diagnóstico ha de contener información descriptiva de la situación actual de la actividad turística y de los factores que en ella confluyen, especialmente de las características de la oferta y sobre el comportamiento y las tendencias de la demanda turística.

El diagnóstico turístico se ha dividido en partes diferenciadas para facilitar su análisis:

- Aspectos físicos y socioeconómicos del territorio, donde se describe la situación actual de las características naturales y socioeconómicas del territorio en el ámbito considerado.
- Análisis de la oferta turística, en la que se describen y evalúan la situación actual y la tendencia de la actividad turística en el municipio

4.1.26 Fase de Diseño del Diagnóstico Turístico

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 cuatro actividades:

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

4.1.27 Fase De Recolección De La Información De Campo

Una vez completada la primera fase, se procede a recoger la información de campo, a través de tres fichas diseñadas para caracterizar los 6 elementos del sistema turístico local, así como ciertas condiciones del entorno. Los pasos que se siguen en la fase de recolección de información de campo son:

- 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

4.1.28 Fase De Análisis Y Sistematización De Resultados

En general se puede llamar análisis al tratamiento de los resultados obtenidos durante la recolección de información. La fase de análisis 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.

En efecto, según la OMT, se analiza de forma integrada e interrelacionada 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.

Se identifican las principales oportunidades y limitaciones para el desarrollo, tanto de los elementos del sistema turístico, como de los aspectos sociales, económicos, políticos y ambientales externos al sistema. (Quijano, 2009)

4.1.29 Metodología de inventario de atractivos turísticos

El inventario de atractivos turísticos, se concibe como un registro valorado de todos los atractivos que por sus atributos naturales, culturales y oportunidades para la operación constituyen parte del patrimonio turístico nacional.

Se constituye como un instrumento dinámico de información integrada para respaldar la gestión por su capacidad de aportar datos consistentes para planificar, ejecutar y evaluar el territorio facilitando la toma de decisiones en materia de desarrollo turístico.

De esta forma el inventario de atractivos nacionales almacenado en una base de datos plana y en una base de datos geográfica constituye un insumo clave para alimentar al Sistema de Información Geográfica Turística orientado al análisis y planificación territorial turística. (MINTUR Turismo., 2017)

4.1.30 Entrevista

Reunión o cita de dos o más personas en un lugar determinado para tratar o resolver algún asunto o para tomar nota de las respuestas de uno o varios e

informar al público, o para recoger datos acerca de un problema social o psicosocial, etc.

4.1.31 Atractivos Turísticos Culturales

a) Cultural

Un movimiento de personas esencialmente por una motivación cultural, tal como el viaje de estudios, representaciones artísticas, festivales u otros eventos culturales, visitas a lugares y monumentos, folklore, arte o peregrinación.

b) Atractivos Turísticos Naturales

Con el fin de conocer las características que poseen los atractivos turísticos naturales, se tiene las siguientes especificaciones:

Las áreas naturales están consideradas como un lugar físico o espacio geográfico donde se conservan elementos característicos y especies autóctonas del mismo.

Las que son utilizadas para actividades turísticas, incluyen elementos que por su valor se consideran atractivos turísticos, los cuales pueden atraer a un considerable número de turistas; estos elementos son parte del sistema turístico.

4.1.32 Itinerario turístico

La expresión itinerario turístico puede asociarse a los términos circuito, excursión e, incluso, paquete turístico. Aunque muchas veces es utilizado como sinónimo, el término circuito mostraría un recurso de menor alcance en lo que concierne a la inclusión de servicios.

Indicaría, un camino a seguir de un lugar a otro o la descripción de un viaje, un camino a recorrer o un recorrido.

El itinerario turístico debe contener explícitamente la localización y la orientación espacial del lugar o lugares que evoca, así como la descripción detallada y orientada de los elementos que componen el paisaje natural y cultural de esos lugares.

El itinerario debe ser enriquecido con el acompañamiento de un mapa temático. Los itinerarios turísticos son planeados a partir del establecimiento de objetivos y características del segmento al cual se proyecta.

El itinerario turístico sería una de las principales formas de contextualizar los atractivos existentes en una localidad y potenciar su poder de atracción, lo que puede dinamizar el atractivo turístico de la localidad.

4.1.33 Análisis FODA

El diagnóstico situacional FODA es una herramienta que posibilita conocer y evaluar las condiciones de operación reales de una organización, a partir del análisis de esas cuatro variables principales, con el fin de proponer acciones y estrategias para su beneficio.

Las estrategias de una empresa deben surgir de un proceso de análisis y concatenación de recursos y fines, además ser explícitas, para que se constituyan en una “forma” viable de alcanzar sus objetivos. Esto es de lo más importante si se pretende que las estrategias propuestas se relacionen con la competitividad de una organización.

La competitividad de un negocio se relaciona con su capacidad de crear bienes o servicios con valor añadido que le permita conservar o incrementar su posición de mercado frente a sus competidores.

Antes de abordar los pasos del procedimiento del análisis, es conveniente establecer los conceptos de las variables fundamentales que se utilizan, a saber: fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas. Se inicia con los

conceptos de las variables internas y luego con las externas, por razón de agrupar los conceptos dentro de su misma categoría.

Fortaleza. Es algo en lo que la organización es competente, se traduce en aquellos elementos o factores que estando bajo su control, mantiene un alto nivel de desempeño, generando ventajas o beneficios presentes y claros, con posibilidades atractivas en el futuro.

Las fortalezas pueden asumir diversas formas como: recursos humanos maduros, capaces y experimentados, habilidades y destrezas importantes para hacer algo, activos físicos valiosos, finanzas sanas, sistemas de trabajo eficientes, costos bajos, productos y servicios competitivos, imagen institucional reconocida, convenios y asociaciones estratégicas con otras empresas, etc.

Debilidad. Significa una deficiencia o carencia, algo en lo que la organización tiene bajos niveles de desempeño y por tanto es vulnerable, denota una desventaja ante la competencia, con posibilidades pesimistas o poco atractivas para el futuro.

Constituye un obstáculo para la consecución de los objetivos, aun cuando está bajo el control de la organización. Al igual que las fortalezas éstas pueden manifestarse a través de sus recursos, habilidades, tecnología, organización, productos, imagen.

Las oportunidades y amenazas son variables externas que constituyen los límites determinados por el sector productivo a que pertenece una entidad, y el entorno general que define el ambiente competitivo.

Oportunidades. Son aquellas circunstancias del entorno que son potencialmente favorables para la organización y pueden ser cambios o tendencias que se detectan y que pueden ser utilizados ventajosamente para alcanzar o superar los objetivos. Las oportunidades pueden presentarse en

cualquier ámbito, como el político, económico, social, tecnológico, etc., dependiendo de la naturaleza de la organización, pero en general, se relacionan principalmente con el aspecto mercado de una empresa.

El reconocimiento de oportunidades es un reto para los administradores debido a que no se puede crear ni adaptar una estrategia sin primero identificar y evaluar el potencial de crecimiento y utilidades de cada una de las oportunidades prometedoras o potencialmente importantes.

Amenazas. Son factores del entorno que resultan en circunstancias adversas que ponen en riesgo el alcanzar los objetivos establecidos, pueden ser cambios o tendencias que se presentan repentinamente o de manera paulatina, las cuales crean una condición de incertidumbre e inestabilidad en donde la empresa tiene muy poca o nula influencia, las amenazas también, pueden aparecer en cualquier sector como en la tecnología, competencia agresiva, productos nuevos más baratos, restricciones gubernamentales, impuestos, inflación.

La responsabilidad de los administradores con respecto a las amenazas, está en reconocer de manera oportuna aquellas situaciones que signifiquen riesgo para la rentabilidad y la posición futura de la organización. (Rojas, 2002)

4.1.34 Estrategia

La planeación estratégica permite a una organización aproximarse a la visualización y construcción de su futuro, y se puede conceptualizar como un proceso para determinar los mayores propósitos de una organización y las estrategias que orientarán la adquisición, uso y control de los recursos, para realizar esos objetivos.

Actuar sobre los mercados turísticos actuales, incorporando nuevos productos que surjan como variaciones de los productos turísticos existentes. Extensiones en la línea básica o con productos sustitutivos. (Rojas, 2002)

4.1.35 Matriz de Estrategias

La matriz de la gran estrategia se ha convertido en un instrumento popular para formular estrategias alternativas. Todas las organizaciones se pueden colocar en uno de los cuatro cuadrantes estratégicos de la matriz de la gran estrategia.

Las divisiones de la empresa también se pueden colocar en ella. Incrementar la cuota global del mercado, ofertando el mismo producto existente sin incorporar ninguna modificación o mejora

Identificando nuevos segmentos del mercado sobre los que no se habían realizado las acciones adecuadas.

4.1.36 Tríptico Turístico

Los trípticos turísticos tienen como objetivo describir los atractivos naturales y socioculturales de un lugar para que sea visitado, con estos trípticos se promueve el turismo cultural, religioso o de aventura de diversos lugares, Contienen la ubicación geográfica del lugar, su descripción topográfica y/o histórica y de los atractivos y actividades turísticas.

Además de la función referencial, los trípticos turísticos tienen una función apelativa o conativa ya que invitan al lector a que "visite", "saboree", "disfrute", "descanse".

(CONALEP2013, 2013)

4.1.37 Señalética turística

La señalización es la parte de la ciencia de la comunicación visual que estudia las relaciones funcionales entre los signos de orientación en el espacio y el comportamiento 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.

Su estrategia de comunicación es la distribución lógica de mensajes fijos o estáticos, dispuestos a la atención voluntaria y selectiva del usuario en aquellos puntos clave del espacio que plantean dilemas de comportamiento, por lo cual podemos decir que, la señalética constituye una puntuación del espacio.

Un lenguaje predominante visual y utiliza un sistema comunicacional mediante símbolos icónicos, lingüísticos, cromáticos, y códigos de lectura conocidos por los usuarios, a través de un programa de diseño previamente establecido. Estos códigos no necesariamente tienen que ser universales, las señales pueden ser locales, creadas especialmente o adaptadas en cada caso particular.

4.1.38 Tipos de señalética turística

Señales regulatorias (Código R) Regulan el movimiento del tránsito e indican cuando se aplica 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.

Señales especiales delineadoras (Código D) Delinean al tránsito que se aproxima a un lugar con cambio brusco (ancho, altura y dirección) de la vía, o la presencia de una obstrucción en la misma. (MINTUR., 2011)

4.1.39 Componentes Gráficos

Los elementos gráficos son el vehículo que conduce el mensaje hasta el usuario de manera más clara y precisa en el menor tiempo posible, utilizando códigos universales o fácilmente reconocibles por el usuario.

Al diseñar un sistema de señales, los elementos gráficos son de gran utilidad, estos pueden ser íconos, flechas o pictogramas, el crear representaciones simbólicas, implica que estas sean de fácil comprensión para los usuarios al cual se dirigen.

Pictograma

Es una representación gráfica que permite regular las actividades humanas mediante la abstracción de símbolos que faciliten la interpretación de información. Los pictogramas son signos concisos que en su brevedad visual pueden transmitir rápidamente un significado con simplicidad y claridad, más allá de las fronteras del idioma y la cultura

Pictogramas Actividades Turísticas

Representan las actividades turísticas que se producen por la relación oferta/d manda de bienes y servicios implantados por personas naturales o jurídicas que se dediquen de modo profesional a la prestación de servicios turísticos con fines a satisfacer necesidades del visitante-turista.

Pictogramas de Servicio de Apoyo

Son aquellas que indican a los visitantes turistas la ubicación de servicios públicos o privados sea de salud, de comunicaciones y varios. Las dimensiones en los pictogramas dependerán de la distancia a la que los usuarios se encuentren de la señal, el tamaño recomendado es de 600 x 600 mm (TURISMO, 2014).

CUADRO N° 1 Pictogramas

Actividades Turísticas	Servicios de Apoyo
 Pesca Deportiva	 Restaurante
 Camping	 Información

Fuente: Manual de Señalización Turística
Elaboración: Paola Elizabeth Delgado Loayza

4.1.40 Técnica de Método de Análisis Rápida y Planificación Participativa (MARPP)

Se trata de un método de investigación participativa y una herramienta de aprendizaje que compensa la omisión de los métodos de investigación tradicionales, que no permiten entender mejor lo que puede ser la realidad rural. Dicho método se sitúa entre la investigación formal (costosa y larga), la investigación informal (demasiada corta para lograr resultados seguros y calificados de (turismo rural). El MARPP es un conjunto de métodos y herramientas, usados para dar la oportunidad a las poblaciones rurales y urbanas de presentar su conocimiento de su propia situación y condiciones 37 de vida. Esta técnica establece un proceso de comunicación más próxima y reveladora de la población que los cuestionarios. Por ejemplo, "el MARPP permite una consultación directa de los beneficiarios respecto a su bienestar. Su percepción de la pobreza incluye mucho más que lo que pueden incluir los indicadores propuestos por el PNUD". (Yunga, 2017)

4.2 MARCO REFERENCIAL

4.2.1 Datos Generales

4.2.1.1 Cantón Loja

El cantón Loja se encuentra ubicado al sur del Ecuador, y es el más grande de la provincia. Política y administrativamente está dividido en 13 parroquias rurales y 6 urbanas, con una extensión territorial de 1.893 km². La mayor parte de su población está asentada en la ciudad de Loja, su identidad y cultura está bien arraigada, y se expresa a través de manifestaciones culturales como la música, artes plásticas, literatura, costumbres religiosas,

El cantón Loja tiene un tipo de clima Ecuatorial Mesotérmico Semi – Húmedo, se encuentra a una altura de 2.100 m s.n.m. Los factores que dan origen al clima del cantón son los mismos factores que afectan a la región andina, especialmente la latitud y el relieve. (PDOT, 2014-2022)

Historia de Loja

La fundación de Loja, está ligada a los vaivenes armados de los más inquietos y célebres conquistadores españoles. Tuvo dos fundaciones, la primera en el valle de Garrochamba a principios de 1547 y la definitiva realizada probablemente el 8 de diciembre de 1548 por el lojano de Granada Alonso de Mercadillo, en el valle de Cuxibamba, "llanura alegre o risueña" situado entre dos ríos pequeños: El Malacatos y el Zamora y al pie de la cordillera o serranía El Villonaco. El 18 de noviembre de 1820, Loja proclamó la independencia de la ciudad y de la provincia. El acto patriótico tuvo lugar en San Sebastián, cuando el pueblo revestido de gran civismo irrumpió hacia la Plaza Mayor. El movimiento libertario fue encabezado por Ramón Pinto, José María Peña, Nicolás García, José Picoita y Manuel Zambrano. Enclavada en el rincón más bello de la sierra ecuatoriana, la ciudad de la música y la poesía es una de las más antiguas del país, fundada en 1548 con el nombre de la Loja española. (Loja M. d., 2002)

Figura N° 1 Mapa de la Provincia de Loja



Fuente: Mercy Etelvina Yunga Cueva

Elaboración: Paola Elizabeth Delgado Loayza

Temperatura

La temperatura media anual a nivel de cantón Loja es de 15 °C, el valor más alto registrado es de 23°C localizado en la parroquia de El Cisne; mientras que

los valores más bajos se registran en las parroquias de San Lucas, Jimbilla y en la ciudad de Loja con 9 °C.

División política y administrativa

Cuenta con cuatro parroquias urbanas: San Sebastián, El Sagrario, Sucre y El Valle y con 13 parroquias rurales como: Yangana, Malacatos, Vilcabamba, Quinara, San Lucas, Jimbilla, El Cisne, Santiago, Gualiel, Taquil, Chuquiribamba, San Pedro de Vilcabamba, Chantaco (Loja, PLAN PARTICIPATIVO DE FORTALECIMIENTO DE LA DEMOCRACIA, 2014).

Turismo

Loja, conocida como Cuna de la Música Nacional, está llena de riqueza, cultura y tradición, guarda en sus rincones múltiples posibilidades de conocimiento, recreación y vivencias. Se caracteriza, por su religiosidad y su devoción a la Virgen de El Cisne.

La Provincia de Loja es llamada “Centinela del Sur”, por sus bellezas singulares y sus tradiciones culturales es uno de los principales atractivos turísticos del país, con innumerables valles y pequeñas elevaciones.

Cada rincón de la provincia de Loja tiene sus características especiales; en la parte Sierra, la belleza de su naturaleza deslumbra en el Parque Nacional Podocarpus, uno de los más importantes de América; en la parte occidental, recorrer el Bosque Seco es una aventura. Pero en Loja, por donde vayamos, sus paisajes se combinan con el aroma del café y la exquisita variedad de su gastronomía.

Venir al sur del país nos da la posibilidad de prolongar la vida en el valle sagrado de Vilcabamba, de conocer la tierra de los Paltas, Saraguros, del milenario bosque petrificado de Puyando, y todas las bellezas naturales que poseen sus 16 cantones.

Como principales centros de atracción turística, se resaltan las catedrales que prosperan por toda la ciudad de Loja, los valles y los hermosos paisajes llenan a esta provincia de encanto y verdor. El Bosque Petrificado de Puyango el cual es compartido conjuntamente con la provincia de El Oro posee un gran valor científico, y forma parte de unos de los pocos bosques secos tropicales del mundo.

Vilcabamba, situada al sur de la ciudad de Loja, posee un encanto especial, sus habitantes son menos de mil, y tienen un excelente promedio de vida, los turistas se acercan buscando encontrar y tener los beneficios de esta longevidad. (Turismo & Accesible, 2014)

4.2.1.2 Cantón Paltas

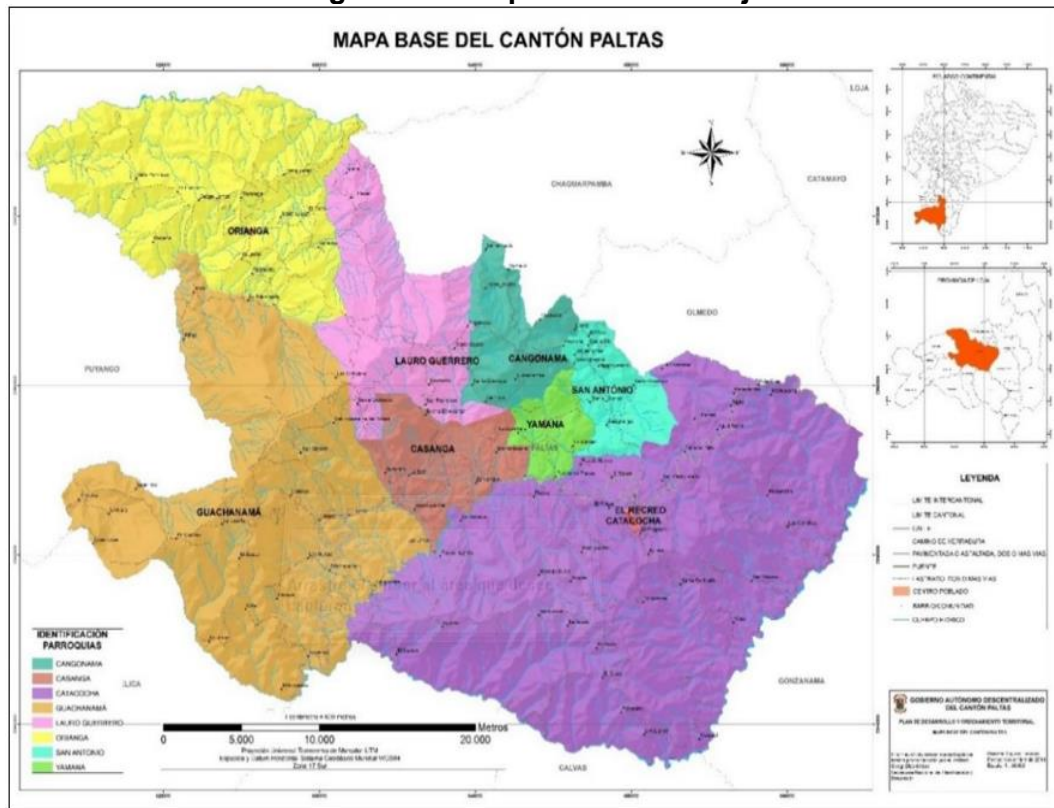
El Cantón Paltas se encuentra ubicado en el Callejón interandino de la Sierra sur Ecuatoriana, al occidente de la Ciudad de Loja, entre los meridianos 79° 25' y 80° de longitud y las paralelas 3° 47' y 4° 12' de latitud, su clima es templado con una temperatura promedio de 18°C, una altitud de 1.850m sobre el nivel del mar, su extensión territorial es de 1.264 km², con una población de 24.768 habitantes según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC 2010).

El Cantón Paltas es uno de los más antiguos de la Provincia de Loja fue creado el 25 de junio de 1824. En este sector en la antigüedad existía una laguna, y la historia cuenta que una pareja de indios Paltas estaban mirando la preciosidad de la laguna; la india se encontraba nerviosa y se resbaló, pensó que estaba junto a un Dios y pronunció la palabra Taita- Cocha = Padre Lago; la pareja decidió quedarse a vivir en este sector, más tarde fueron los españoles los que dieron el nombre a este lugar.

Sus construcciones datan del siglo XVIII. Los portales, balcones, aleros, escalinatas, parques con iglesias, integrado a la vegetación y paisajes que

crean un colorido visual, convirtiendo a esta ciudad en un conjunto de gran valor arquitectónico, por lo cual fue declarado Patrimonio Cultural de la nación, mediante decreto del INPC en 1994 como muestra de la existencia del asentamiento Palta se encuentra el Museo "Hermano Joaquín Liébana Calle" del colegio de los Maristas, en donde se puede encontrar gran variedad de vestigios pertenecientes a esta cultura.

Figura N° 2 mapa del cantón Loja



Fuente: PDyOT del Cantón Paltas

Elaboración: Paola Elizabeth Delgado Loayza

División Política Administrativa

El cantón Paltas políticamente y administrativamente se divide en 9 parroquias como indica el GAD del cantón Paltas:

2 parroquias Urbanas: Catacocha, Lourdes

7 parroquias Rurales: Cangonamá, Casanga, Guachanamá, Lauro Guerrero, Orianga, San Antonio, Yamana

Limites

El cantón limita:

Al Norte con los cantones de Chaguarpamba, Olmedo y Provincia de El Oro.

Al sur con los cantones de Calvas, Sozoranga y Celica.

Al Este con los cantones de Gonzanamá y Catamayo y

Al Oeste con el cantón Puyango.

Con una extensión de 1157,13 Km².

Festividades

1. Festividades de Cantonización: 25 de Junio.
2. Reivindicación de los derechos de Paltas: 3 de Diciembre.
3. Fiesta Comercial "San Juan": 24 de Junio.
4. Fiesta Comercial - Ganadera: 30 de Julio.
5. Feria Comercial: Primera semana de Octubre.

Diagnostico económico productivo

Comprende el análisis de las principales actividades económicas del territorio, las relaciones entre los factores productivos que permiten el desarrollo de la economía, los patrones de producción y consumo, así como los diversos sectores productivos del territorio.

Principales productos.

Por encontrarse Paltas en una zona de transición entre bosque seco y húmedo, su economía tiene diversas fuentes siendo las principales: el maíz, café, maní, caña de azúcar artesanal, fréjol, y frutales (naranja en la parroquia de Casanga). En lo que respecta a la actividad pecuaria, existe presencia de ganado bovino (carne y leche), destacándose las parroquias de Orianga y Guachanama. Estos productos se destinan para autoconsumo y en el caso del maíz y café al mercado nacional.

Las actividades agropecuarias abarcan 14173 ha. El cultivo de maíz con 6100, 01 ha, que representan el 5,27 % del cantón. Las principales zonas de cultivo son las parroquias de Catacocha, Guachanama, Casanga, Yamana, San Antonio, Cangonamá, Lauro Guerrero y Orianga que se cultiva en parcelas pequeñas.

El cultivo de café arábigo bajo sombra, abarca 1583,17 ha. Éste se concentra en las parroquias de: Orianga, Guachanama, Lauro Guerrero, Casanga, Yamana, Cangonamá, y San Antonio. La producción y rentabilidad del cultivo se encuentra afectada por factores relativos al manejo agronómico y fitosanitario del cultivo y limitada transferencia de tecnología. (PDyOT PALTAS, 2015-2019)

Aspecto Social

Los actores sociales sectoriales, como los gremios de artesanos, campesinos, obreros, chóferes, los maestros; los grupos generacionales, sobre todo los niños y los jóvenes, las mujeres, las ligas deportivas, los clubes, la Cámara Comercio, entre otros, tienen sus propias organizaciones relativamente consolidadas, pero no habían participado en procesos de desarrollo global.

Varios agentes de desarrollo como las ONGs, la Iglesia, los Colegios y la Universidad Nacional de Loja, que en el pasado estuvieron trabajando desconectados y ligados exclusivamente a sus agendas particulares, hoy han participado de manera decisiva en la Actualización de los Planes de Desarrollo Cantonal y Ordenamiento Territorial.

Un primer esfuerzo de construcción de un Sistema Participativo de los ciudadanos del cantón ha sido la aprobación de la Ordenanza que conforma y regula el funcionamiento del sistema de participación ciudadana y control social del GAD del cantón Palta, que dirige el proceso de planificación y participación. También las Juntas Parroquiales han conformado una Pre

Asociación de Juntas, y algunas organizaciones sectoriales han creado organizaciones de segundo grado de carácter zonal e incluso cantonal. Otras han planteado su fortalecimiento particular para emprender proyectos específicos.

Estos esfuerzos se verán complementados y desarrollados con la presente propuesta de construcción de un sistema estructurado de participación de todos y todas las ciudadanas del cantón Paltas, que se basa en el fortalecimiento y concertación de todos los actores, para crear una institucionalidad cantonal que permita la participación organizada en el Gobierno Local. (PDyOT PALTAS, 2015-2019)

Educación

La educación integral es un derecho humano fundamental, el cantón Paltas cuenta con ciento seis establecimientos educativos activos, en los cuales se educan niños/niñas y adolescentes, los mismos que asisten a escuelas de sostenimiento fiscal y fiscomisional, son escuelas unidocentes en los barrios y escuelas completas en las cabeceras Parroquiales y en la Cabecera Cantonal.

Trabajo y empleo

La situación del empleo en el cantón Paltas comprende el análisis de la Población Económica Activa - PEA, tasas de desempleo y subempleo, y de creación de nuevas plazas de trabajo, aspectos que a continuación se presentan desagregadas por sexo, edad, discapacidad, origen nacional y étnico.

la Población en Edad de Trabajar (PET) corresponde al 78,90% del total de la población del cantón Paltas, lo que equivale a 18.779 habitantes que se encuentran en un rango de entre 10 hasta 65 años de edad, de los cuales el 45,4% representan la Población Económicamente Activa (PEA) en comparación al 54,6% de la Población Económicamente Inactiva (PEI) que

recoge a personas que estando en un rango de edad para trabajar son estudiantes, jubilados o incapacitados permanentes, este porcentaje mayor en la PEI puede deberse a que existe una alto porcentaje de población joven.

Comercialización de productos agropecuarios

El cantón Paltas en su gran mayoría es agrícola, destacándose los cultivos de, maíz, café, maní, en un segundo orden caña de azúcar artesanal, frejol, banano (guineo), tomate riñón, papaya, entre otros, por lo que es necesario conocer su canal de comercialización, el flujo de circulación del producto desde su origen (sitios de producción) hasta su destino (consumo) de acuerdo a los gremios o personas (agentes) que eslabonan este proceso. En este canal intervienen productores, intermediarios y consumidores, agentes que cumplen un doble propósito obtener un beneficio personal y agregarle valor a la producción.

Fauna

En general en estos ambientes predominan los bosques secos donde se registran alrededor de 60 especies de aves, de estas aproximadamente el 20% son endémicas, alrededor del 70% son sensibles a cualquier interrupción antrópica y el 20% están amenazadas por la destrucción continua de sus hábitats. (PDyOT PALTAS, 2015-2019)

Flora

En el cantón predominan los bosques secos, los cuales constituyen parte de la Región Biogeográfica Tumbesina, reconocida a nivel global por su importante endemismo de plantas y animales, estos ecosistemas han sido alterados drásticamente por el desarrollo de actividades productivas, como la crianza de ganado caprino Sin embargo en la actualidad los bosques ayudan a la conservación de la biodiversidad, proteger el suelo, regular los ciclos

hidrológicos y proveen de productos maderables (leña) y no maderables (medicina, forraje animales, miel)

Mercado Regional y Nacional

Los productos del Cantón como maíz, maní, frejol, café principalmente a través de intermediarios se los distribuye en algunas ciudades como son: Quito, Tulcán, Santo Domingo de los Tsáchilas, Loja, Guayaquil; también se vende a otras ciudades frutas como naranja, mango, y chirimoya.

Mercado Internacional

Los principales productos se exportan son el maní y los granos su destino es Colombia (PDyOT PALTAS, 2015-2019)

Atractivos Turísticos

Parroquia Catacocha: La Peña del Shiriculapo o Balcón del Shyri, Mirador del Calvario, Casas Patrimoniales, Mirador de Fátima, de los Hermanos Maristas, Cerro Guanchuro, Tasines de Playas Alto.

Parroquia Lourdes: Cerro Pisaca con una imponente vista panorámica de la ciudad de Catacocha, Cerro Tundunda y su laguna, Museo Arqueológico y Paleontológico del Colegio Marista, Museo Religioso del Templo Lourdes, Chorrera El Artón y la Piedra del Indio en el barrio La Chamana.

Parroquia Yamana: Esta parroquia abarca la mayor riqueza arqueológica y paleontológica del cantón Paltas. Atractivos Turísticos: Romería de la Virgen de la Asunción de Cangonamá y la Virgen del Rosario de Catacocha el 2º y 3º sábado del mes de enero, Bosque Protector Suquinda, Petroglifos en los barrios Polo Polo, La Rinconada, y Barrial Blanco donde se ubican los primeros indicios de petrograbados en roca, que muestran sus particularidades respecto de ciertos rasgos o figuras empleados por la Etnia Palta.

Parroquia San Antonio: Posee importante arqueología y paleontología que vale la pena conocer. Atractivos Turísticos: las áreas de petroglifos en el barrio Santo Domingo de Guzmán donde se encuentra la Piedra del Sol, asimismo los tasines en la quebrada de Chipillico.

Parroquia Guachanamá: Antenas repetidoras del Cerro Guachaurco, Iglesia, Cerro Guairapungo lugar donde murió el Dr. Jaime Roldós Aguilera y su Comitiva, Chorrera de Landara con 300 ms de altura aproximada y Cerro del Inca.

Parroquia Lauro Guerrero: Su parque, la cascada de 5 m. con dos lagunas permanentes en el barrio La Palma, Laguna del sitio La Bendita, Sendero de Nahúm Briones hasta llegar al sur de la Provincia, Barrio Angamasa, Lagunas sedimentadas del Sitio Landapo, Cascada con caída de 100 m. del sitio Voladeros, Mirador Natural del barrio Suanamá, Laguna del barrio Santo Domingo.

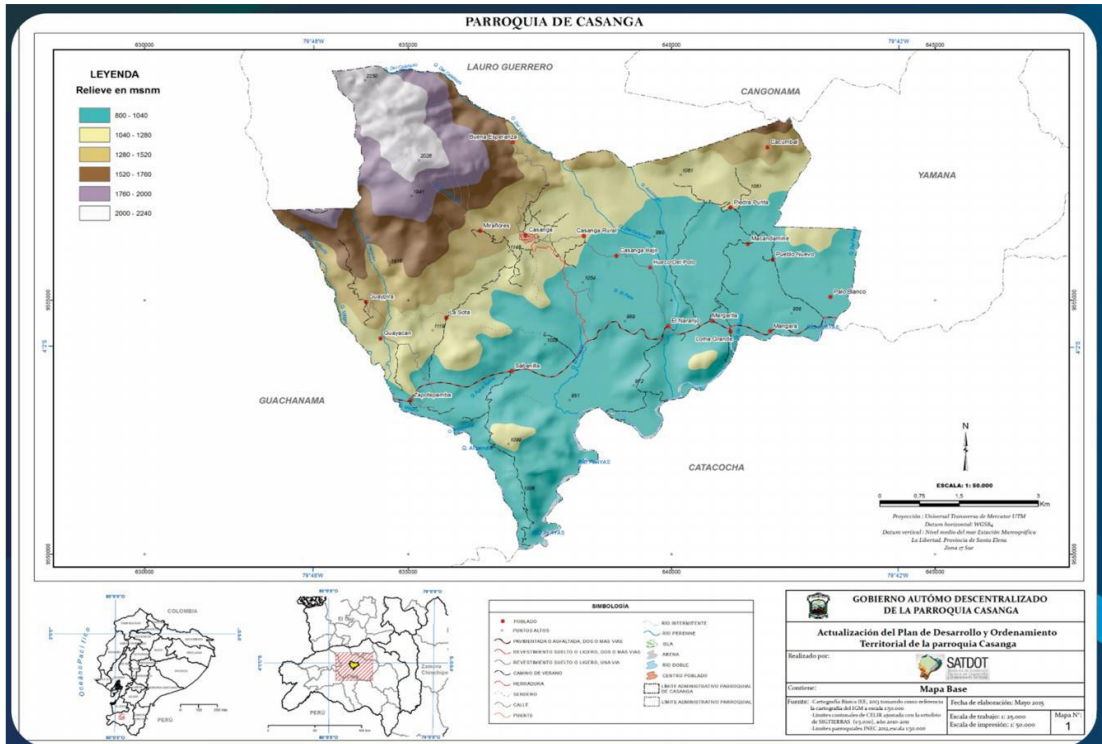
Parroquia Casanga: El Chorro de Almendral un sitio de clima bondadoso y agua permanente que es visitado especialmente en temporada de carnaval, la Hostería Paraíso de los Paltas en el barrio Naranjo que brinda facilidades para el turista.

Parroquia Orianga: Las ferias comerciales de los días viernes y sábados donde llegan comerciantes de Balsas, Santa Rufina y Marcabelí, Lagunas de Las Juntas y su Bosque Protector La Cofradía, con una gran variedad de fauna y flora.

Parroquia Cangonamá: Es la tierra donde nació el legendario Naún Briones, bandolero generoso que robaba a los ricos para entregar y ayudar a los pobres. Atractivos Turísticos: Su Iglesia, Romería de la Virgen de la Asunción el 2do y 3er sábado del mes de enero, Romería a la Santa Cruz del Agua Fría el 3 de mayo, Cerro Cango.

4.2.2 Parroquia Casanga

Figura N° 3 Mapa de ubicación geográfica de la Parroquia Casanga



Fuente: PDOT, 2017

Elaboración: Paola Elizabeth Delgado Loayza

4.2.2.1 Ubicación Geográfica

La parroquia de Casanga, se encuentra ubicada al Sur Oeste del cantón Paltas, a 26 km de la cabecera cantonal Catacocha, por la vía panamericana que conduce a los cantones fronterizos de Célica y Macará, específicamente en las coordenadas X: 637254 Y: 9556219 del centro parroquial.

Tiene una superficie de 5.230,16 ha. Su temperatura media anual es de 17C° y una precipitación promedio anual de 1.250 a 1.500 mm. Su centro parroquial se encuentra a una altitud aproximada de 1.100 m.s.n.m.

División política

Políticamente a la parroquia Casanga, la integran 8 barrios que son: Guaypirá, La Sota, Zapotepamba, Sabanilla, Buena Esperanza, El Naranja

Macandamine y Piedra Punta, sectorizados por afinidad político-administrativa en 4 sectores y la correspondiente área urbana de la cabecera parroquial.

Límites:

- Norte: Limita con las parroquias de Lauro Guerrero y Cangonamá,
- Sur: Limita con la parroquia de Catacocha,
- Este: limita con las parroquias de Yamana y Catacocha y
- Oeste: limita con la parroquia de Guachanamá

Festividades

1. Carnaval: Febrero o Marzo
2. Fiesta Virgen del Rosario: 13 julio
3. Parroquialización: 10 de agosto
4. Fiesta en Honor a la Virgen María: 08 de septiembre
5. Fiesta al Señor Cautivo: 12 de octubre

Aspectos Físico Naturales

Hidrografía

La parroquia Casanga pertenece a la subcuenca hidrográfica del río Playas, que a su vez forma parte de la cuenca del río Catamayo, el río Playas es el cauce hidrográfico Paltense por excelencia, nace y muere en el cantón Paltas, con unos 40 Km. de longitud riega aproximadamente unas 400 hectáreas de terreno fértil antes de depositar sus aguas en el río Catamayo.

Las principales quebradas existentes en la parroquia de Casanga son: quebrada Mitingay, quebrada el Chombo, quebrada del Payano, quebrada del Calabozo, y quebrada de Quiróz.

Fauna

En la parroquia de Casanga se encuentran las siguientes especies:

Reptiles: Macanche equis (*Brothrops atrox*), Coral (*Micrurus sp*), Izhipes (*Botrox Lozensis*), Pacazo (*Iguana iguana*), entre otros (PDyOT Parroquial Casanga, 2011).

Aves: Carpintero (*Piculus rubiginosus*), Tordo (*Turdus reevei*), Pasharaca (*Ortalis erythroptera*), Loro de cabeza roja (*Pssitacara erytrogenis*), Chilalo (*Furmarius rufus*), Perico (*Leptosittaca* sp).

Mamíferos: Puma (*Felis concolor*), Guanta (*Dinomyis branickii*), Venado (*Manzama rufina*), Armadillo (*Daspus nevensinetus*), Sajino (*Tayyassu* sp), Chuirillo (*Mustela frenata*), Tejón (*Potes flavus*)

Flora.

Según el PDOT – GAD Paltas, 2014 en el cantón existe gran cantidad de especies florísticas, siendo las más representativas las siguientes: Faique (*Acacia macracantha*), Cedro (*Cedrela* sp), Guayacán (*Tabebuia chrysantha*), Algarrobo (*Prosopis julliflora*), Ceibo (*Ceiba trichistandra*), entre otros.

4.2.3 Turismo

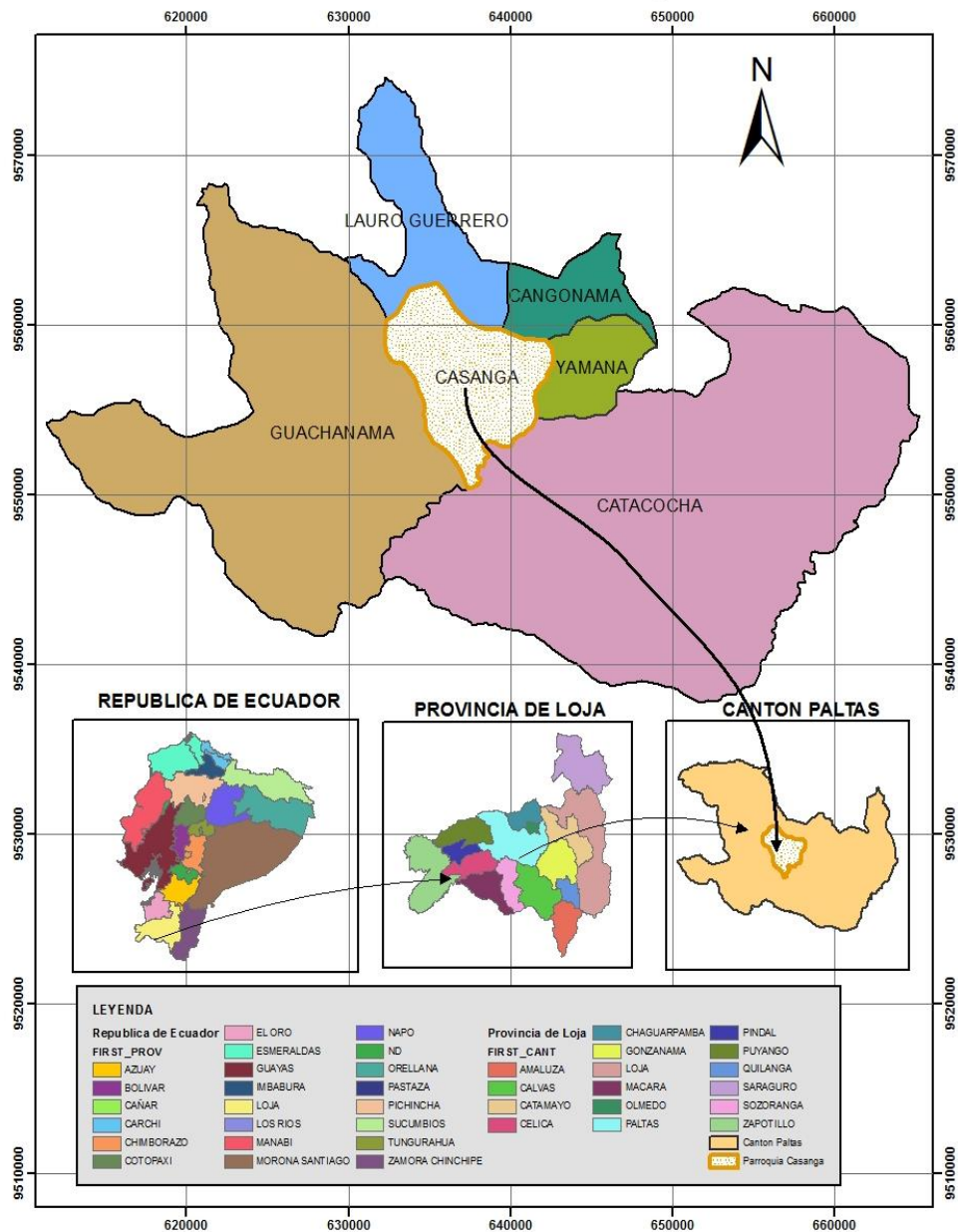
La actividad turística se encuentra poco desarrollada, de acuerdo a una investigación de tesis, “la comunidad muestra indiferencia hacia el desarrollo local de la actividad turística”, sin embargo, existen potencialidades turísticas que se pueden aprovechar, tales como:

- Bienes arqueológicos en el barrio Macandamine (petroglifos y fragmentos cerámicos), aunque presentan un estado de conservación deteriorado.
- Gastronomía típica: seco de chivo, seco de pollo criollo, los tamales, repe con maní y el caldo de cuy, sango de haba, repe con maní, arroz de maíz, chicha de maíz tostado y molido, chicha de maní, mote de maní tierno.

La infraestructura turística es limitada, se cuenta con un servicio de alojamiento para 30 huéspedes denominado Hostería Paraíso de los Paltas, ubicada en la vía a Macará y que tiene 3 personas en su servicio.

4.2.3.1 Ubicación Macro y Micro Localización

Figura N° 4 Ubicación Política De La Parroquia Casanga



Fuente: CINFA

Elaboración: Paola Elizabeth Delgado Loayza

4.2.3.2 Población

La parroquia de Casanga de acuerdo a la información del INEC (Censo 2010), Casanga posee una población de 1.805 habitantes, 931 hombres y 874 mujeres.

Cuadro N° 2 Población

SEXO	URBANO	
	POBLACIÓN	Porcentaje
Hombre	931	51.58 %
Mujer	874	48.42 %
Total	1805	100 %

Fuente: INEC 2010

Elaboración: Paola Elizabeth Delgado Loayza

La parroquia Casanga nos presenta con un contundente predominio mestizo con 98,84%. Este mestizaje es entendido como un proceso complejo de contacto tanto biológico como cultural entre indígenas, blancos, negros, y otros.

4.2.3.3 Oferta de servicios turísticos

En la parroquia Casanga existe diversos lugares que ofertan servicios turísticos, los cuales son demandados y consumidos por los visitantes o turistas tanto en alojamiento, restauración, esparcimiento y diversión.

4.2.3.4 Alojamiento

En cuanto a servicios de alojamiento en la parroquia de Casanga existe la Hostería Paraíso de los Paltas, que brinda el servicio de alojamiento con una capacidad para veinte y tres huéspedes. Sus instalaciones se pueden utilizar; son las piscinas con un valor de \$1 por persona de 9:00 de la mañana a 20:00

Cuadro N° 3 Establecimientos de Alojamiento

NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO	CATEGORÍA	HABITACIÓN	N° DE PLAZAS
Hostería Paraíso de los Paltas	Segunda	19	23

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Paola Elizabeth Delgado Loayza

4.2.3.5 Alimentación

En la parroquia Casanga se pudo determinar que existe 6 establecimientos que brindan el servicio de alimentación se los puede encontrar en los barrios El Naranja, y Sabanilla.

En la mayoría de establecimientos se ofrece comida típica, así como también comida rápida entre todos ellos abarcan una capacidad de 172 plazas, los servicios de alimentación ofrecen un precio cómodo, cada plato está en un promedio entre \$3.00 a \$5.00 y los precios de los platos a la carta varían según el pedido que desee el turista

Cuadro N° 4 Establecimientos de Alimentación

N	ESTABLECIMIENTO	RAZÓN SOCIAL	PROPIETARIO	MESA S	PLAZA S	DIRECCIÓN
1	Fonda	El Viajero	Balcázar Sarmiento Emilia Marcela	3	12	Barrio El Naranjo
2	Restaurante	Justin Michelle	Medina Encarnación María Augusta	3	12	
3	Restaurante	El Descanso	Rodríguez Carpio Rolando Enrique	3	16	
4	Restaurante	El Valle	Ramírez Encarnación Mónica Esperanza	12	54	Barrio Sabanilla
5	Restaurante	Don Bolo	Díaz Suárez Manuel Bolívar	5	28	
6	Restaurante	Oasis	Ramírez Bailón Jenny Teresa	7	50	

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Paola Elizabeth Delgado Loayza

4.2.3.6 Esparcimiento

En la parroquia de Casanga encontramos 1 cancha deportiva que es administrada por el GAD parroquial en la cual la comunidad de casanga puede ocupar sus instalaciones.

Instituciones Financieras

En cuanto a otros tipos de servicio existen 5 establecimientos financieros entre bancos y cooperativas, entre ellas encontramos banco de Loja, Coopmego, Cacpe Loja, Banco del Pacifico, Ban Ecuador, cada establecimiento financiero cuenta con su cajero automático estos se encuentran en la cabecera cantonal.

Cuadro N° 5 Establecimientos Financieros con cajero automáticos

Nombre del establecimiento	Clasificación
Cacpe Loja	Cooperativa
Coop Coopmego	Cooperativa
Ban Ecuador	Banco
Banco de Loja	Banco
Banco del Pacifico	Banco

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Paola Elizabeth Delgado Loayza

En la ciudad de Catacocha carece de servicios como agencias de viajes, operadoras y guías de turismo, pero se puede acceder a información turística en la oficina de Turismo y Cultura del Municipio de Catacocha

4.2.3.7 Infraestructura de servicios básicos

Transporte y Accesibilidad

Casanga se encuentra ubicada a 26 km del cantón Paltas, en vía que conduce a Celica - Macará, cuenta con dos puntos de ingreso; uno por la entrada principal que es la vía panamericana que se encuentra asfaltada y en buenas condiciones y un ingreso alternativo por el barrio El Naranja, carretera empedrada que permite el ingreso de carros medianos, más transitada en temporada de invierno.

Los medios de transporte para llegar a la parroquia Casanga son terrestre como son: la cooperativa Catamayo, buses rurales del barrio San Francisco, camionetas y vehículos particulares.

El horario es limitado se encuentra en dos turnos uno por la mañana que es de 11h30 de la ciudad de Catacocha a la parroquia de Casanga con un costo de \$1.25 y con 45 minutos de recorrido, el segundo turno es de la cooperativa Catamayo que sale desde la ciudad de Loja a la parroquia Casanga en el horario de 16h30 con un costo de \$4.50, el tiempo de recorrido es de 4 horas de igual manera encontramos cooperativas de taxis a disposición de los turistas con un costo de \$15 la carrera con un tiempo de recorrido de 45 minutos.

Cabe destacar que dentro de la parroquia no existen terminales o estaciones de buses.

Cuadro N° 6 Cooperativas de Transporte

NOMBRE DE LA EMPRESA	FRECUENCIA	HORARIOS	PRECIO	TIEMPO DE RECORRIDO
Cooperativa Catamayo	Diario, Intercantonales Loja- Casanga-Loja	16:30	\$ 4.50	4 horas
Buses rurales del barrio San Francisco	Diario, Interparroquial	11:30	\$1.25	45 minutos
Cooperativas de taxi Catacocha		Según la preferencia del cliente	\$ 15.00	45 minutos

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Paola Elizabeth Delgado Loayza

Comunicación

En la parroquia actualmente no existen cabinas telefónicas para el cliente, existe servicio de internet en la cabecera parroquial disponible para toda la ciudadanía, servicio administrado por el Gobierno Autónomo Casanga.

Según el INEC 2010, de los 482 hogares de la parroquia de Casanga, 383 es decir el 79,46 % de hogares posee teléfono móvil, y 99 casos es decir 20,54 % no cuentan con teléfono celular. (Claro, Movistar y CNT).

4.2.3.8 Sanidad

Agua potable

El número de viviendas que cuenta con abastecimiento de agua es el 32,91% y cuya agua llega a los hogares mediante tubería además cuenta con un déficit del 67,09 %.

El agua potable solo existe en la cabecera parroquial, agua tratada para los barrios de Guaypirá, Macandamine y Naranjo y el resto de barrios poseen agua entubada que es para el consumo humano.

Sistema de Eliminación de Aguas Servidas La parroquia y sus barrios presentan el 93,71 % de déficit de este servicio, el número de viviendas que tiene este acceso son 30 lo que representa el 6.29 %. La evacuación de las aguas servidas la realizan en los pozos sépticos en un 33 %, uso de letrinas en un 38 % y un 29 % carecen de ningún tipo de evacuación.

El déficit del servicio es superior al total determinado en el cantón lo cual reafirma que el estado de este servicio es alarmante.

Servicio de recolección de basura En la parroquia de Casanga existe un déficit de 96,43 % en cuanto a la recolección de residuos, únicamente de 17 viviendas (de 477 que se encuentran en la parroquia) tienen acceso a este servicio, el 3,57 %. Lamentablemente el manejo y recolección de la basura es muy deficiente.

Se recoge la basura dos veces por semana en la cabecera parroquial y una sola vez por semana es Guaypirá, Sabanilla, Naranjo, Macandamine y Buena Esperanza, quedando sin este servicio los barrios de la Sota, Piedra Punta y Zapotepamba.

Energía Eléctrica

El 95,38 % de las familias acceden a la energía eléctrica a través de servicio público, y 4,62% del número total de viviendas no cuenta con este servicio.

Con la incorporación al Sistema Nacional Interconectado el servicio de energía eléctrica en la parroquia sufre el mismo deterioro de la problemática nacional, debido a la temporada de nivel bajo hay restricciones que limitan las actividades normales.

Encontramos 1 gasolinera en la ciudad de Catacocha a 13 Km de la parroquia Casanga.

4.2.3.9 Gobernanza

La parroquia cuenta con la Junta Parroquial procedida por el presidente y sus vocales, las cuales fueron elegidas por voto popular los cuales son los representantes de la Parroquia los siguientes:

Cuadro N° 7 Miembros del GAD parroquial Casanga

NIVEL EJECUTIVO	NIVEL OPERATIVO
<ul style="list-style-type: none"> - Presidente: Ovidio Ramírez - Vicepresidente: Onofre Campoverde - Primer Vocal: Paola Balcázar - Segundo Vocal: Hermel Merizalde - Tercer Vocal: Juan Merizalde 	<ul style="list-style-type: none"> - Secretaria / Tesorera: Diana Condoy - Auxiliar de secretaria: Yanela Balcázar - Técnica agropecuaria: Sara Campoverde - Auxiliar de servicios: Luis Ramírez - Promotora Adultos Mayores: Geovanna Bravo

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Paola Elizabeth Delgado Loayza

En la parroquia Casanga no se ejecutan proyectos de carácter estratégicos de acuerdo al informe emitido por la SENPLADES en 2013

No existen proyectos estratégicos que el gobierno este impulsando en la parroquia, lo cual limita las posibilidades de incrementar la dinámica económica local

En la parroquia Casanga, existen tres asociaciones reconocidas por la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria -SEPS -, que realizan actividades en el sector agro productivo, como son:

Cuadro N° 8 Asociaciones Agricultura

NOMBRE DE LA ORGANIZACIÓN	TIPO DE ORGANIZACIÓN
Asociación de Campesinos del Valle de Casanga del Cantón Paltas	Asociación de producción (agricultura y ganadería)
Asociación de Productores Agropecuarios Guaypirá	Asociación de producción (agricultura y ganadería)
Asociación Cantonal de Productores de Maní	Asociación de producción (agricultura y ganadería)

Fuente: SEPS, 2015

Elaboración: Paola Elizabeth Delgado Loayza

A continuación, se detalla varias organizaciones sociales que cuentan la parroquia de casanga

Cuadro N° 9 Organizaciones Sociales

Organizaciones	Línea de acción
Junta de agua	Administración de agua
Clubes deportivos de Casanga	Deportivo
Selección deportiva de Casanga Deportivo	
Club de apoyo de la Virgen del Quinche	
Gobierno Local de Paltas	Desarrollo
Gobierno Descentralizado de Casanga	
Asociación de Ganaderos	
GAD Provincial	
Barrio Guaypirá	
Barrio Macandamine	
Barrio Buena Esperanza	

Barrio La Sota	Desarrollo comunitario
Barrio Naranja	
Barrio Zapotepamba	
Barrio Sabanilla	
Comité de Padres de familia Escuelas Juan Ramón Jiménez	Educación
Comité de Padres de familias Colegio Manuel Jiménez	
Grupo Juan XXIII	Religioso
Grupo de oración Jesús y María	
Grupo de adoratrices	
Grupo de priostes	
Club de jóvenes de la Iglesia	
Club de diabéticos e hipertensos	Salud
Club de jóvenes del Centro de Salud	
Organización solidaria 14 de junio.	
Grupo de Adultos Mayores con el MIES Social	

Fuente: PDOT de Casanga

Elaboración: Paola Elizabeth Delgado Loayza

4.2.3.10 Comunidad Receptora

Según el último censo 2010. La población total de la parroquia Casanga es de 1805 de las cuales el 46,7% forma la Población Económicamente Activa –PEA.

La principal actividad de la parroquia Casanga esta la agricultura, ganadería, silvicultura y pesca en el PEA consta con 421 que pertenece al 71%, los principales cultivos que se dan en la parroquia son: maní, fréjol, maíz, caña de azúcar, mango, limón, café, yuca, camote, banano, naranja, zapote, guaba, ciruelo, granadilla, lima, maracuyá y sandía.

Las principales especies de animales en la parroquia son: ganado vacuno, porcino, caprino, equinos y aves, estos sirven para el autoconsumo de las familias y en pequeños casos para la venta.

La comercialización también tiene diferenciación de género, en el sentido de que los hombres comercializan los productos agropecuarios de mayor acogida en el mercado cantonal (fréjol, maíz, maní, bovinos y cerdos); mientras las mujeres comercializan la producción de las huertas y de los animales menores en la parroquia y eventualmente en la cabecera cantonal

La construcción se encuentra es el segundo con un 4% que representa 22 PEA. El comercio al por mayor y menor es la tercera actividad con 19 PEA que representa el 3%, (PDOT Casanga)

En cuanto al ámbito turístico, se pudo determinar que la comunidad muestra indiferencia hacia el desarrollo local de la actividad turística, prefieren evitar el tema por desconocimiento de su importancia, conllevando a que la juventud pierda el interés por desarrollar destrezas en el campo turístico e induciéndolos a migrar a ciudades desarrolladas, en este caso se pudo determinar que gran parte de la población migra a la ciudad de Guayaquil en busca de mejores ingresos económicos, sin embargo se observó un mínimo de empleos informales en dicho ámbito.

El turístico local no ha logrado su desarrollo debido a la presencia de problemas relevantes como la falta de proyectos turísticos e inversión del sector público y privado. Además, existe un des interés por parte de los moradores de la parroquia en conocer y participar en los proyectos, por ende, la única forma de lograr la participación de los pobladores es a través de asambleas comunitarias, donde el Gobierno Autónomo Descentralizado de la parroquia informa de sus labores.

Cuadro N° 10 Actividades Vinculadas a La Pea

PRINCIPALES ACTIVIDADES VINCULADAS A LA PEA	PEA	%
Explotación de minas y canteras	3	1
Industrias manufactureras	7	1
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado	1	0
Transporte y almacenamiento	2	0
Actividades de alojamiento y servicio de comidas	13	2
Información y comunicación	1	0
Actividades profesionales, científicas y técnicas	1	0
Actividades de servicios administrativos y de apoyo	1	0
Administración pública y defensa	9	2
Enseñanza	16	3
Actividades de la atención de la salud humana	4	1
Otras actividades de servicios	3	1
Actividades de los hogares como empleadores	9	2
No declarado	53	9
Trabajador Nuevo	9	2
TOTAL		100

Fuente: INEC2010

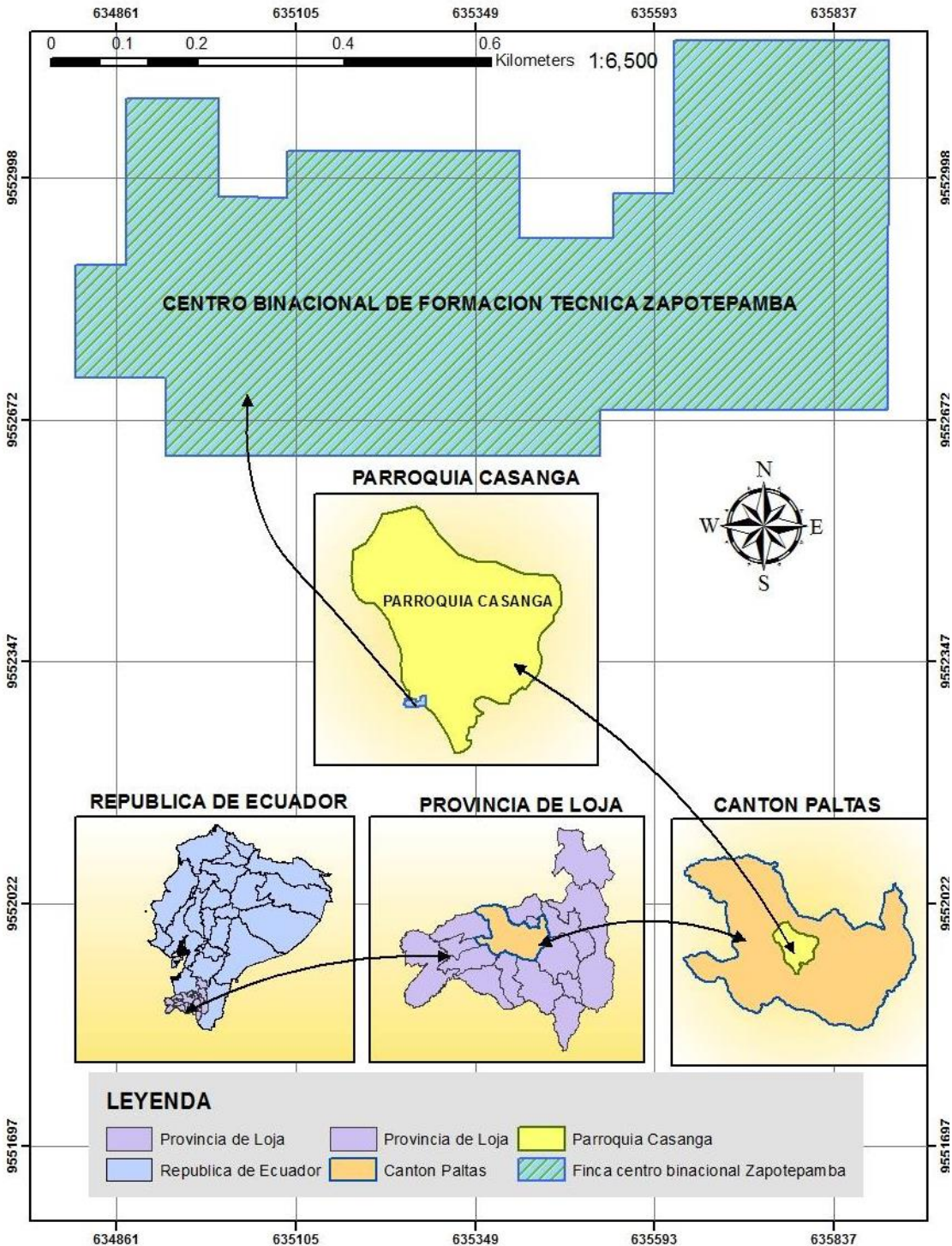
Elaboración: Paola Elizabeth Delgado Loayza

Problemas sociales

Las falencias sociales de comunidad impiden el progreso, fortalecimiento y desarrollo del turismo existente en el lugar; por ausencia de iniciativa y enfoque de alternativas de turismo, así como por escasos proyectos turísticos que vincule las actividades agrarias que se desarrollan en la zona y la carencia de capacitaciones en ámbitos turísticos como guianza, manipulación de alimentos, atención al cliente, etc.

4.2.4 Centro Binacional de Formación Técnica Zapotepamba

Figura N° 5 Mapa de ubicación del Centro Binacional de Formación Técnica Zapotepamba



Fuente: CINFA
 Elaboración: Paola Elizabeth Delgado Loayza

El Centro Binacional de Formación Técnica Zapotepamba (CBFTZ), contribuye al desarrollo social, económico, político y ambiental de la región sur del Ecuador y norte del Perú, a través de la formación profesional, la investigación, la vinculación con la colectividad y la prestación de servicios profesionales para el mejoramiento de procesos productivos, transferencia de técnica y tecnologías a nivel urbano-rural

En fin, del Centro Binacional de Formación Técnica es el de coadyuvar al mejoramiento de la calidad de la educación técnica agropecuaria en la región fronteriza Sur del Ecuador y Norte del Perú, especialmente en la Cuenca Binacional Transfronteriza Catamayo-Chira. Por tanto, las líneas de acción del Centro, en el campo agropecuario están orientadas a la educación, investigación, producción y vinculación con la sociedad.

Además, el Centro binacional de formación técnica apoya a la mejora de la gestión de la Cuenca, en forma eficaz y eficiente, a través de un manejo integral y binacional consensuado de los recursos naturales renovables para la mejora de la calidad vida de la población y la consolidación de la paz entre Ecuador y Perú.

Ubicación

El Centro Binacional de Formación Técnica, sede ecuatoriana de Zapotepamba (CBFTZ) está ubicado en el sector de Zapotepamba, perteneciente a la Parroquia Casanga, cantón Paltas, provincia de Loja. La distancia de Loja al CBFTZ es de 132 km., aproximadamente a dos horas de viaje vía terrestre, cuenta con una finca, propiedad de nuestra Universidad Nacional de Loja (UNL), de aproximadamente 196 has, de las cuales 40 has son potencialmente regables, las mismas que están ubicados en la parte baja de la finca; y, las 150 has con áreas de secano y formaciones naturales de bosque seco.

El CBFTZ pertenece a la zona de vida Bosque seco tropical según Sierra, de clima subtropical seco, con una precipitación media anual de 660 mm, encontrándose un régimen pluviométrico definido con un déficit de lluvia durante los meses de mayo a diciembre y precipitaciones concentradas en los meses de enero, febrero, marzo, y abril. Además, tiene tres áreas de trabajo, el área de 71 educaciones, área de producción y el área de extensión e investigación; todas ellas se agrupan en las diferentes actividades que desarrolla el Centro. En el área de producción en la actualidad se están desarrollando 14 programas productivos como son:

Programas agrícolas

- 1.- Programa Bovino.
- 2.- Programa Caprino
- 3.- Programa Porcino.
- 4.- Programa Avícola.
- 5.- Programa Apícola.
- 6.- Programa Conejos y Cobayos.
- 7.- Programa Piscícola.
- 8.- Programa Cultivos Tradicionales,
- 9.- Programa de Abonos Orgánicos,
- 10.- Programa de Viveros,
- 11.- Programa de Hortalizas,
- 12.- Programa Agrosilvopastoril,
- 13.- Programa de Sericultura (cría del gusano de seda).
- 14.- Programa de Procesamiento Agropecuario.

5. MATERIALES Y MÉTODOS

5.1 Materiales, métodos y técnicas

5.1.1 Materiales

Materiales bibliográficos y de escritorio: Revistas, folletos, informes, esferográficos, cuaderno de apuntes, papel bond y otros.

Materiales electrónicos: Cámara fotográfica, computadora portátil, proyector y GPS.

5.1.2 Métodos

Para la realización del presente proyecto de investigación se utilizó los siguientes métodos:

Método Deductivo. - ayudó analizar de manera general la actualidad de los distintos lugares de la parroquia Casanga y principalmente del lugar a investigar para emitir juicios particulares con una explicación clara del tema investigado, los cuales se analizó para ser aplicados a hechos reales y emitir soluciones ante problemas existentes.

Método Inductivo. - este método permitió realizar la descripción del sitio en estudio, información por la cual se aplicó sobre el desarrollo del trabajo, de ello se pudo obtener conclusiones generales del centro Binacional de Formación Técnica de Zapotepamba.

Método Descriptivo. - se lo utilizó para indagar datos y características de la población en general, dentro del campo de estudio y los atractivos turísticos al mismo.

Método Analítico. - se empleó este método con la finalidad de obtener datos, para ser analizados, determinando causas y efectos del comportamiento de la población permitiendo comprender y analizar diferentes hábitos para una futura propuesta enfocada en el ámbito turístico.

5.1.3 Técnicas

La Entrevista: dirigida al presidente de la parroquia Casanga Ing. Ovidio Ramírez, al director del Centro Binacional de Formación Técnica Zapotepamba Ing. Roberth Guerrero, técnicos y estudiantes del Centro Binacional logrando conocer la realidad en diferentes ámbitos sociales, culturales, políticos, económicos y ambientales internamente y externamente de la zona de investigación.

La Observación directa: se realizó en el Centro Binacional que permitió constatar y comprobar la infraestructura del lugar y los hechos reales en el lugar de estudio.

Revisión bibliográfica: se utilizó diferentes fuentes de información escrita sobre el tema de investigación.

MATRIZ FODA; Se elaboró un cuadro donde se describe la fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, en el cual se logró obtener el análisis del diagnóstico situacional actual que atraviesa el Centro Binacional de Formación Técnica Zapotepamba.

MARPP: Esta técnica me permitió dar a conocer la propuesta a la gente involucrada en el Centro Binacional de Formación Técnica de Zapotepamba, de la misma manera ayudo a recolectar conclusiones y recomendaciones para la realización del trabajo investigativo

5.1.4 Metodología por objetivos

Primer objetivo

Para el cumplimiento del primer objetivo: **Realizar un diagnóstico turístico en el Centro Binacional de Formación Técnica Zapotepamba**, se utilizó el manual para el diagnóstico turístico local de Carla Ricaurte (2009) para recolectar información de infraestructura, planta turística, servicios básicos y atractivos turísticos posee el Centro Binacional de Formación Técnica de Zapotepamba (CBFTZ). Además, se utilizó las siguientes técnicas:

Observación Directa ayudo a detectar hechos lo que facilito obtener información sobre el funcionamiento actual del sitio investigado. Entrevistas; se utilizó para la recolección de información oral. Se realizó mediante una conversación directa entre el entrevistador y el entrevistado, se recopilo la información relacionada con la oferta y demanda turística en la zona. Esta técnica también permitió obtener información para desarrollar el plan de promoción y difusión del trabajo investigativo. FODA se utilizó esta técnica para determinar las estrategias a seguir para potenciar los atractivos turísticos de la zona del proyecto. Se desarrolló entrevistas al presidente de la parroquia de Casanga y al director del Centro Binacional para obtener información interna y externa que aporten para el avance del trabajo de investigación

Para el cumplimiento del segundo objetivo: **Diseñar la propuesta de actividades ecoturísticas para el Centro Binacional de Formación Técnica Zapotepamba**, se realizó el trabajo de campo con ayuda del GPS, para la toma de puntos georreferenciales. Teniendo en consideración la distancia entre los atractivos, los servicios turísticos y los puntos complementarios para el desarrollo del proyecto.

Para el cumplimiento del tercer objetivo: **Socializar la propuesta de actividades ecoturísticas para el Centro Binacional de Formación Técnica Zapotepamba**, se ejecutó con el Método de Análisis Rápida y Planificación Participativa (MARPP) en el cual se desarrolló en tres fases:

Primera: (previa) en esta fase se realizaron convocatorias, orden del día y presentaciones. Segunda: (ejecución) en esta fase se desarrolló la presentación del trabajo de investigación a todos los asistentes con el material de apoyo audiovisual. Tercera: (resultados) en esta fase se receptaron conclusiones y sugerencias de las personas a quienes se socializará la propuesta.

6. RESULTADOS

6.1 Diagnóstico turístico en el Centro Binacional de Formación Técnica de Zapotepamba.

Ubicación Geografía

El Centro Binacional de Formación Técnica, sede ecuatoriana de Zapotepamba (CBFTZ) está ubicado en el sector de Zapotepamba, perteneciente a la Parroquia Casanga, cantón Paltas, provincia de Loja. La distancia de Loja al CBFT-Z es de 132 km., aproximadamente a tres horas de viaje vía terrestre. El Centro Binacional Zapotepamba, ubicado en Paltas, es el fruto de la paz, toda vez que uno de los acuerdos fue la creación de un Centro de Formación Técnica para los dos países. En este sentido, hay un Centro Binacional en Mallares, Perú, y otro en Zapotepamba, en Ecuador. Para darle vida jurídica a este último se unieron entidades como la Universidad Nacional de Loja, la Agencia Española, el Plan Binacional, el Gobierno Provincial, el Ministerio de Educación, entre otras entidades y organizaciones no gubernamentales.

Las instituciones involucradas en el desarrollo del Centro Binacional han conformado la Corporación Catamayo (en el Ecuador) y la Asociación Chira (en el Perú), con la finalidad de gestionar ambas sedes. La Corporación Catamayo y la Asociación Chira, con personería jurídica, se constituyen como entidades nacionales con una clara proyección hacia la binacionalidad, para actuar en la Cuenca hidrográfica Catamayo-Chira dentro de un marco de manejo integral de la Cuenca

Las características eco-climáticas de Zapotepamba son: pertenece a la zona de vida Bosque seco tropical (Bs-T) según Holdridge, de clima Subtropical seco, con una precipitación media anual de 660 mm, encontrándose un régimen pluviométrico definido con un déficit de lluvia durante los meses de

mayo a diciembre; y, precipitaciones concentradas en los meses de enero, febrero, marzo, y abril; tiene una temperatura media anual de 24 °C.

El Centro Binacional de Formación Técnica de Zapotepamba cuenta con una finca de 190 has, de las cuales 40 has son potencialmente regables, las mismas que están ubicados en la parte baja de la finca; y, las 150 has con áreas de secano y formaciones naturales de bosque seco.

Cuadro N° 11 Coordenadas UTM

Coordenadas	Latitud	Longitud	Altitud(m)
Zapotepamba	79° 46' 00"	40° 04' 00"	889

Fuente: Plan estratégico de Zapotepamba

Elaboración: Paola Elizabeth Delgado Loayza.

6.1.1.1 Programas Agrícolas

En el Centro Binacional de Formación Técnica Zapotepamba, tiene como finalidad formar tecnólogos competitivos en cada uno de los componentes del agro, tenemos diferentes programas agrícolas que son:

a) Programa Bovino

El Programa Bovino del Centro Binacional busca ser una herramienta en la formación de recursos humanos capaces de intervenir en el entorno a través de aprendizajes teóricos prácticos factibles de ser desarrollados en la localidad.

Producción de bovinos

La gran capacidad de los bovinos de poder alimentarse de forrajes y transformarlos en productos de alta calidad nutricional para el ser humano (leche y carne), los convierten en una especie apreciada en producción animal.

En el centro existen bovinos de las razas Brow Swiss, Holstein Friesian dedicadas a la producción de leche, en los cuales en coparticipación de docentes y estudiantes se desarrolla las diferentes prácticas profesionales

inherentes a esta actividad ganadera. La adaptabilidad de estas razas, junto con los índices productivos adecuados las convierten en razas ideales para la provincia de Loja, por su difícil topografía, calidad de suelos y periodos de sequía estacionales.

Manejo de los animales

Esto implica el manejo de un conjunto de factores entre los que se cuenta reproducción, sanidad y alimentación

Reproducción

Para que las hembras entren a la reproducción se necesita de una madures fisiológica y orgánica. Con una edad de 15 meses y un peso de 300 Kg.

El objetivo es tener un ternero al año y esto se logra preñando las vacas dentro de los 90 días post parto y para ello debemos tener en cuenta una buena alimentación, destetes precoces, detección de celos oportunamente, inseminaciones en el tiempo óptimo, etc.

Sanidad

La base es la prevención para ello se lleva a cabo un programa de vacunación para Aftosa con revacunaciones cada 6 meses y la aplicación de una vacuna triple para Carhunco Sintomático, Septicemia Hemorrágica y Edema Maligno cada 12 meses.

En cuanto a ectoparásitos debemos llevar a cabo controles continuos a través de la aplicación de productos biológicos y la rotación de potreros que permitirán romper el ciclo biológico de garrapatas principalmente, que si no las controlamos posibilitamos que las mismas se conviertan en un gran problema en la ganadería al ser vectores de hemoparásitos que causan enfermedades como la piroplasmosis y anaplasmosis que incluso pueden llegar a ser mortales.

La parte reproductiva juega un papel muy importante en ganadería lechera por lo que debemos brindarle la atención necesaria a este aspecto ya que en bovinos es común encontrarnos con patologías reproductivas, las mismas que deben ser manejadas adecuadamente para no ocasionar problemas permanentes.

Alimentación

Los bovinos de leche catalogados como rumiantes poseen la gran capacidad de digerir fibra a través de su microflora y de sintetizar proteínas y complejo vitamínico B a través de las mismas.

Es por ello que la alimentación en nuestro medio es a base de forrajes como la chilena, maralfalfa, pasto estrella y sudan los cuales contribuyen principalmente con un gran aporte energético para el animal, lo cual repercute directamente en la producción lechera.

Además, en la alimentación se pueden incluir productos fibrosos o poco convencionales como rastrojo de maíz, urea, gallinaza y pollinaza.

Otro aspecto importante son las sales minerales, que si bien es cierto su incidencia no se observa a simple vista, sino más bien que requiere de un análisis minucioso a través de la utilización de registros, los cuales nos indican número de días abiertos muy prolongados, vacas repetidoras de celos, celos silentes o anovulatorios y demás problemas reproductivos de las vacas son debidos a deficiencias subclínicas de Sales minerales por lo que es importante incluir en las raciones diarias dichos elementos que nos ayudaran a prevenir graves problemas y así optimizar la producción.

Registros

La utilización de registros en ganadería es básica, ya que los mismos son documentos de control que permiten ir evaluando continuamente la producción y así poder diagnosticar problemas.

Se lleva registros reproductivos donde se anota la genealogía del animal para evitar consanguinidad, fecha de preñez y fecha de posible parto y así poder planificar estas actividades además de detectar vacas problemáticas.

El registro sanitario también es importante ya que nos permite documentar los distintos tratamientos de los animales, además de ser una guía de los programas de vacunación y desparasitación a desarrollarse durante todo el año.

La evaluación de la producción diaria de leche es una gran herramienta ya que la misma nos permite determinar enfermedades, problemas alimenticios y metabólicos de los animales o errores en el manejo de los animales.

b) Programa Caprino

La crianza de caprinos en los sistemas productivos de valle de Casanga cumple una función importante de ahorro familiar, estas especies sobreviven en las circunstancias difíciles de sequía, escasez de alimentación; además la cabra produce leche, aunque poco (0.5 Litros por cabra por día), alimento básico en la dieta de la familia, rubro importante que maneja caprinos porque se aprovecha los beneficios de un sistema extensivo que requiere pocos insumos extremos y poca mano de obra.

Resultados logrados con el programa caprino

- Mejoramiento genético – producción de leche
- Mejoramiento genético – producción de carne

Razas:

- Raza Saanen
- Raza Anglo Nubia
- Raza Boer

Característica

Característica de la Raza Anglo Nubia

- Son animales grandes con extremidades largas y robustas.
- Sus orejas son largas y caídas, cuelgan a los lados de la cabeza
- Los colores más usuales son el negro, el rojo y el canela que pueden presentarse combinados con el blanco
- Tienen pelo corto
- Su producción de leche es 1,5-2 litros al día.

Características de la Raza Saanen

- Es una cabra de color blanco cremoso claro y de pelo corto
- Su talla es grande, los machos pueden pesar las de 80 Kg y las hembras más de 60 Kg
- Tamaño mediano, orejas cortas y rectas, con pecas dirigidas hacia adelante y tamaño pequeño
- Los cuernos pueden estar o no estar presentes, se desarrollan mejor en climas fríos ya que son muy sensibles al calor.
- Se considera que es la mejor raza en producción láctea (3 litros al día en promedio)

Características de la Raza Boer

- Es una cabra de carne con varias adaptaciones a las regiones en la cuales se ha desarrollado
- Se la usa de forma muy efectiva debido a que su alimentación es principalmente de arbustos (70%) y tiene un impacto limitado sobre las gramíneas.
- El macho maduro Boer pesa entre 110 a 135 kilos y las cabras entre 90 y 100 kilos.
- Los registros productivos indican que individuos excepcionales son capaces de ganancias diarias de 200 gramos/día.

c) Programa Porcino

El programa porcino se convierte en el escenario donde el estudiante se inserta a las prácticas de manejo, alimentación sanidad, durante el proceso de formación académica. El producto obtenido como pie de cría se vende al porcicultor de la región; y se provee de carne al comedor, al área de procesamientos y en ciertos casos a la tienda agropecuaria de la Universidad Nacional de Loja.

El cerdo es un elemento clave en la producción integral. Entre sus ventajas, está su capacidad de adaptación a diferentes formas de manejo y alimentación, incluso se convierte en un reciclador dentro de un sistema pecuario-agrícola. Los residuos que se generan en su producción (estiércol y aguas servidas), sirven para la generación de subproductos aprovechables dentro del mismo sistema, ya que aportan energía renovable, en el caso del biogás, y fertilización, orgánica, con el uso de la porquinaza.

Encontramos razas de cerdos que son las siguientes:

Landrace: es la más larga de todas las razas, de orejas caídas. Tiene aptitud materna y muy prolifera.

York Shire: Son blancos, sin manchas con orejas erectas. Es prolifero con aptitud lechera y materna.

Pietrain: tienen abundante musculatura y poca grasa. Es empleada para producir madres destinadas a producir cerdos híbridos.

Alimentación

Materia prima

- Maíz
- Polvillo de arroz
- Sema

- Torta de soya
- Harina de pescado
- Alfarina
- Vaina de algarrobo
- Conchilla o cascara de huevo
- Premezcla de vit y minerales
- Sal
- Melaza

Otros productos de alimentación:

- Desperdicios de cosecha (yuca, camote, sandía, tomate)
- Residuos de cocina (lavaza)
- Forraje de corte (sudan morera, chilena, bleado)
- Veceras avícolas cocidas

d) Programa Avícola

Aves de corral

En este ámbito se desarrolla el programa de aves de corral, como un escenario para el aprendizaje, donde los estudiantes conjuntamente con el/la docente realizan actividades académicas y productivas relacionadas con el manejo, alimentación, sanidad y reproducción de las aves; interrelacionando la teoría con la práctica. El producto obtenido como la carne y los huevos abastecen al comedor del Centro, otra parte va al programa de procesamiento y los excedentes se comercializan en otros espacios.

Producción de aves

La producción avícola es uno de los rubros de mayor importancia económica en la región, y uno de los alimentos de mayor calidad para los sectores más populares. Las aves son fáciles de manejar, lo importante es disponer de buenos animales, proporcionar un alimento que satisfaga las necesidades nutritivas de las aves y garantizar la salud de estos animales mediante

prevención o medidas estrictas de bioseguridad. Además de proporcionarnos carne y huevos, obtenemos la pollinaza y gallinaza para la producción de abonos, que serán aprovechados en los cultivos.

Obtención de pollitos o pollitas

Incubación:

Las pollitas criollas se obtienen mediante incubación artificial; para lo cual se hace una recolección de huevos de gallinas criollas desde la zona, se seleccionan y se colocan en la incubadora (capacidad de 384 huevos); misma que se regula a una temperatura a 37.7°C, humedad del 60% y una ventilación que permita una distribución adecuada de la temperatura y humedad. Este proceso dura 21 días.

Recibimiento de pollitos/as:

Con anticipación se prepara el lugar donde se recibirá a los pollitos/as, este espacio debe ser pequeño, con una cama de viruta, cáscara de maní o ajo (ésta última tiene efectos bactericida y fungicida), una temperatura de 32°C, que se consigue con un foco infrarrojo o una criadora, se debe evitar corrientes directas de aire, mediante el uso y manejo de cortinas.

Alimentación

Las raciones que reciben están en relación con la edad de las aves. Los pollos hasta la comercialización, y las pollitas hasta las ocho semanas, reciben alimento a voluntad. Luego en el caso de las aves de postura se proporciona alimento dos veces al día y en forma restringida.

Manejo de equipos:

Los comederos y bebederos deberán estar siempre limpios, y, a la altura de la espalda del ave para evitar desperdicio de alimento y problemas en las articulaciones.

Manejo de cama:

Esta siempre debe estar seca, porque la humedad es el hábitat para parásitos (coccidias), además evitamos problemas de patas en las aves y el plumaje es limpio sin olor a estiércol al momento de faenar.

Manejo de nidales.

Se ubican en lugares con poca luminosidad, que tengan cama (viruta, tamo de ajo etc.) limpio para recoger huevos limpios.

Recolección de huevos

Se realiza cuatro veces al día, para evitar que se rompan.

Otras alternativas para alimentación de aves

La crianza de aves al pastoreo permite suplementar parte de la ración balanceada, y generalmente se realiza para obtener calidad organoléptica en los productos obtenidos (carne y huevos).

Por el costo que demanda este tipo de crianza, sus productos son dirigidos a ciertos sectores que pueden acceder a productos de mayor precio. Una buena alternativa para evitar el estrés en las gallinas, es el pastoreo. También podemos proporcionar forraje o desperdicios de hortalizas cuando no hay acceso al pastoreo.

La densidad mínima por ave a la intemperie se considera de 4m² de terreno, es decir 2500 gallinas por Ha. Lo importante es dividir el área total en varios potreros, de uso alternativo, considerando que las gallinas no se alejan más de 70m de los comederos, bebederos y nidales. Es raro ver gallinas solitarias, si se alejan será en grupo.

Sanidad

Las prácticas de bioseguridad y dando mayor espacio por aves nos ha dado mayores resultados, evitando con ello la presencia de enfermedades.

Para evitar enfermedades respiratorias se recomienda el uso de ajo crudo y molido en una mezcla con jugo de limón y dando a las aves en el agua de bebida; porque el ajo tiene propiedades antisépticas, fungicidas, bactericidas y depurativas.

Es empleado también como hipotensor y para combatir parásitos intestinales. Contiene un aceite esencial llamado aliína, que se transforma en alicina siendo el responsable de su fuerte olor. Estimula las mucosas gastrointestinales provocando un aumento de las secreciones digestivas y de la bilis. Colabora en disminuir el nivel de ácido úrico, es estimulante, diurético, descongestionante y expectorante.

Manejo de pollinaza y gallinaza. - La cama de los pollos se maneja hasta que salgan al mercado, en cambio la cama de las gallinas la cambiamos sólo cuando es necesario; pero por lo general salen con la misma cama.

El material recolectado es trasladado al programa de abonos para la producción de humus, compost, etc.

Producción de Pavos

La producción de pavos nos permite obtener un producto de alto valor nutritivo. Se trata de un alimento magro, fácil de digerir, con bajo contenido en grasa y colesterol. Su carne es rica en Riboflavina, Niacina, con abundante Potasio y Magnesio.

Por eso el pavo posee una demanda clara en la sociedad actual, que comienza a preocuparse por el sabor y la calidad natural de los alimentos y por la forma de criar las aves.

La Crianza de Pavos

El pavo común pertenece a la especie *Meleagris gallopavo*. Existen varias razas; pero desde el punto de vista productivo para el consumo humano no se

puede hablar de razas debido a un gran número de cruces que se han producido, de ahí que hablamos de híbridos comerciales.

Instalaciones:

Se elegirá un lugar adecuado, vinculado con los factores ambientales como el viento, ruido, luz y contaminación, porque los pavos son muy delicados para las corrientes directas de vientos. En la sierra los galpones se orientan longitudinalmente de norte a sur y al contrario en las zonas calurosas.

Influye también la densidad, por ello usted puede poner hasta dos pavos por metro cuadrado en la sierra y dos en costa por 1.5m².

Recibimiento de pavitos bebés:

Con anticipación se prepara el lugar donde se recibirá a los pavitos, este espacio debe ser pequeño, con una cama de viruta, cáscara de maní o ajo (ésta última tiene efectos bactericida y fungicida), una temperatura de 34°C, misma que se va regulando conforme va creciendo el pavito.

Al llegar sólo beberán agua y luego de dos horas el alimento balanceado. Debemos tomar en cuenta que los pavitos no comen el alimento por si solos, de ahí la necesidad de ponerlos conjuntamente con pollos o podemos utilizar canicas en su primera semana hasta que aprendan a comer.

Alimentación

Representa el 70% de los costos, por lo tanto, se debe tomar especial consideración.

Para poder obtener pavos para la comercialización con un peso promedio de 25 libras en machos y 15 libras en hembras se debe tomar en cuenta los requerimientos nutritivos de acuerdo a su edad. Es por ello que elaboramos el balanceado acorde a las necesidades nutritivas de los pavos.

Manejo de equipos:

Los comederos y bebederos deberán estar siempre limpios, y, a la altura de la espalda del pavo para evitar desperdicio de alimento.

Manejo de cama:

Esta siempre debe estar seca, porque la humedad es el hábitat para parásitos (coccidias), además evitamos problemas de patas en las aves y el plumaje es limpio sin olor a estiércol al momento de faenar.

Otras alternativas en la producción de aves.

La crianza de pavos no demanda de mucha estructura ni de equipos sofisticados. Para alcanzar un buen resultado en la crianza de pavos se hace necesario el constante monitoreo del mismo, con la intención que se desarrollen en buenas condiciones y en forma saludable, lo cual dependerá de sobremanera del manejo que se haga de ellos. Las recomendaciones son las siguientes:

Observar la conducta de los pavos durante las horas de mayor calor y mayor frío. Las cortinas se abrirán dependiendo del clima.

La alimentación se realiza en las primeras horas de mañana y últimas de la tarde comenzando desde el fondo del galpón hasta la puerta.

Una manera de ahorrar en alimento y para asegurar mejor calidad de la carne es mediante el manejo de pavos en pastoreo, pero controlado.

Sanidad

Lo mejor y más barato que usted puede hacer es prevenir. Evitando la entrada de personas particulares al galpón y desinfectándose el calzado al entrar al galpón.

Es mejor que una sola persona se encargue del manejo. El éxito está en el manejo de los factores medioambientales conjuntamente con las prácticas de bioseguridad. Y por ello no hemos utilizado vacunas.

Utilizamos probióticos más vitaminas y minerales en los primeros días de vida. No recomendamos antibióticos porque necesitamos que el pavito desarrolle defensas y con el uso de dichos productos matamos microorganismos patógenos y benéficos.

En la etapa de finalización se recomienda dar alimentación en forma restringida.

e) Programa Conejos y Cobayos

El programa de Cuyes y Conejos se convierte en la gran herramienta donde tanto dicentes como docentes pueden desarrollar sus prácticas profesionales.

Producción de cuyes y conejos

El cuy una especie nativa de la región Andina está arraigada tanto a la cultura religiosa y especialmente alimentaria de nuestra región, especialmente por su sabor y calidad nutritiva, además de su precocidad, prolificidad, alimentación con materias primas que no compiten con la alimentación humana y sobre todo de fácil manejo.

En lo que respecta a la crianza de conejos, en nuestro medio lamentablemente esta actividad no está desarrollada, pero la calidad de su carne crea esta necesidad de introducir a esta especie como una buena alternativa nutricional humana.

Construcciones e instalaciones

Las construcciones e instalaciones nos permiten proteger a los animales del medio ambiente desfavorable, protegerlos de otros animales y sobre todo

separar en grupos a los animales para de esta forma poder desarrollar actividades como destete, sexaje y selección.

Manejo

Es importante hacer selección de los reproductores en base a su peso y conformación. Por ello las hembras entran a la reproducción a los 3 meses de edad con un peso de 800 g y los machos a los 4 meses de edad con un peso de 1000 g. Se colocan de 7 a 10 hembras por macho y en pozas de 1,5 m de largo por 1m de ancho.

La gestación tiene una duración aproximada de 58 días, luego de lo cual se produce el parto e inmediatamente a las 6 horas se presenta un celo postparto el cual puede ser fecundo.

Las crías nacen totalmente desarrolladas, por lo que a las pocas horas de nacidos ya consumen forrajes o concentrados.

A los 15 días del parto se separa a las crías de su madre actividad que se conoce como destete y se colocan en pozas diferentes a machos y hembras.

Sanidad

Principalmente se trabaja con prevención para lo cual se impide el ingreso de animales y personas ajenas a la explotación y se realiza limpieza y desinfección continua de las pozas evitando principalmente la humedad dentro de estas.

Es importante que los cuyes no tengan contacto con las ratas ya que estos son vectores de muchos parásitos y enfermedades como piojos, pulgas, la peste del cuy (yersiniosis), salmonelosis y pasteurelisis.

Además, la mejor forma de prevenir es fortalecer las defensas de los animales por medio de una alimentación y manejo adecuado evitando que los factores

medioambientales como corrientes de aire, temperaturas altas o muy bajas estresen a los animales y los inmunodepriman.

Alimentación

La base de la alimentación del cuy es el forraje mediante mezclas de gramíneas y leguminosas, además se suministra concentrados preparados con materias primas de la zona como vaina de faique, soya, maíz, afrecho de trigo, sales mineralizadas y melaza. Teniendo en cuenta los requerimientos nutricionales de esta especie.

Características de los conejos

- Duración de la preñez: 31 días
- Ovulación: 10 horas post coito
- Crías: 6 a 12
- Destete precoz: 25 días post parto
- Partos al año : 4 partos
- Mortalidad de crías: 16%
- Mortalidad de recrias: 8%

f) Programa Piscícola

Estos escenarios productivos se convierten en medios para motivar a pequeños y medianos productores, así como también a la familia campesina para que poniendo en práctica las metodologías o técnicas puestas a consideración, puedan producir y tener a disposición alimento de alto contenido proteico que ayude a la economía familiar, provincial y regional.

Fuente de agua: lo principal es tener acceso a una fuente de agua de buena calidad. El agua puede provenir de un pozo, un canal de irrigación, una vertiente, o un río. Se necesitará suficiente agua para llenar la piscina,

mantener los niveles de ésta de acuerdo al nivel de evaporación y filtración del área, y realizar los recambios necesarios.

Suelo: debido a la necesidad de retener agua, se necesitan suelos que necesitan suelos que sean de tipo arcilloso con un mínimo de 20-30% de arcilla. Los suelos arcillosos al humedecerse si hinchan reduciendo su porosidad y evitando la filtración.

Clima: la temperatura de las piscinas es determinada en gran parte por el clima de la zona. Las especies como tilapia, necesitan de temperatura superiores a 22°C para tener un crecimiento óptico, a pesar de que algunas pueden sobrevivir a temperaturas más bajas, lo que causa que su nivel de asimilación de alimentos disminuya.

Las partes básicas de una piscina son:

- Sistema de ingreso de agua
- Sistema de salida de agua
- Fondo de la piscina
- Muros
- Sistema de cosecha de peces

Fertilización de estanques

Se puede usar abono orgánico como gallinaza seca (500 – 1000 lb/ha). Expuesta antes al sol por 3-4 días, luego llenar el estanque. Esperar de 2 a 3 días luego de aplicado el abono para que con la acción del sol y el nivel de fertilizantes aplicado ocurra el crecimiento de las algas.

Alimentación

El alimento suplementario se utilizó para proveer suficientes nutrientes para el crecimiento y engorde de los peces y puede ser de distintas fuentes, como el preparado en una fábrica de balanceados.

El alimento suplementario significa aproximadamente el 50% de costo de producción, por lo tanto, la estrategia básicamente es tratar de aprovechar al máximo este alimento que en ocasiones se desperdicia.

Cosecha

Las actividades de pesca se deben realizar por la tarde o en la madrugada, evitar las altas temperaturas (medio día o sol intenso) porque los peces pueden estresarse y dejan de comer.

Suspender el alimento un día antes a la cosecha. No administrar medicamentos 10 días antes de la cosecha. La calidad del cultivo en la cosecha va a consistir por la variedad y calidad genética de la semilla, la alimentación adecuada administrada y el buen manejo que se le aplique al cultivo.

g) Programa Cultivos Tradicionales

Actualmente el área agrícola está manejando los siguientes cultivos: maíz duro y para choclo; maní, yuca, frejol, cítricos y varias hortalizas, para ello se realizan un conjunto de prácticas que permitan desarrollar poco a poco los fundamentos de la agroecología; entre algunas de las prácticas se tiene:

Manejo ecológico de suelos

El manejo de los suelos de la finca del CBFTZ, se ha ido mejorando con la incorporación de materia orgánica a través de diversas maneras como; Humus, Compost, Bocashy, los que ayudan a mejorar las condiciones físicas-Químicas y biológicas del suelo.

Cultivo de maíz *Zea mays Variedad Manabí*

Variedad que se adaptan muy bien, obteniendo buenos rendimientos generalmente se cultiva para grano en seco y usando en la alimentación de los

distintos programas pecuarios del CBFTZ. Variedad de época de lluvia de secano bajo riego.

La distancia de siembra es de 0,80m entre surcos por 0,50m entre plantas dos semillas por golpe. Se realizan dos fertilizaciones, la una con humus (10 toneladas ha).

El problema más común en verano *Spodoptera Frugiperda*, *Agrotys* y *Heliiothis* sp, los mismos que son controlados con *Bacillus turigiensis*, se ha obtenido con este manejo un rendimiento de 4000 a 4500 Kg/Ha.

Cultivo Maní *Var Rosita Arachis hipogea*

Se ha trabajado con variedad 380, 381, caramelo y criollo, estas variedades, tienen características de adaptabilidad y rendimientos muy buenos, la distancia de siembra es de 0,40 por 0,40m, se emplean de 4 a 5 toneladas de materia organica/Ha.

Se ha alcanzado rendimientos de 800 a 1200 Kg/ha, el control de plagas se lo hace con *Bacillus T*, y macerados de vegetales (ají, tabaco, jacapa, ajo, cebolla), el mayor problema en este cultivo en el gusano cogollero y pudriciones a nivel de cuello de la planta, *Cercospora*.

Cultivo de Hortalizas

Variedades con una buena adaptabilidad y resistencia, se cultiva con el objetivo de contribuir a la seguridad alimentaria de quienes viven en el CBFTZ. Se cultiva una gama de hortalizas de: hoja, tallo, flor, raíz y frutos, todo visualizando el enfoque agroecológico.

Cultivo Frejol *Var Balnco Belen*

Esta variedad, es altamente productiva, sobre todo en época de lluvia, aunque en verano responde muy bien, es una variedad bastante comercial, de buen sabor y calidad. La distancia de siembra es de 0,40 por 0,40m con dos a tres

semillas por golpe, con una abonadura de base como materia orgánica, se alcanza rendimientos de 100 quintales/Ha en fresco.

Las plagas más comunes son: Empoasca sp, Agrotys, Laspeyresia; enfermedades como: antracnosis, Fusariosis, Roya, etc.

A más de la producción el frejol ayuda a la recuperación de la fertilidad de los suelos, se puede sembrar solo o en callejones con maíz y zapallos.

Cultivo camote *Var. Criolla*

El camote se siembra para el consumo interno y para la venta. La distancia de siembra es de 1 por 1 m a doble hilera, la fertilización es de 4 toneladas de materia orgánica/Ha mas 3 sacos de órgano mineral, los problemas sanitarios son insectos de tubérculos que a veces lo dañan totalmente.

Cultivo de yuca tomeña

Cultivo de importancia alimenticia manejada completamente orgánica y sin mayores problemas, se produce con sistema de riego tradicional, pero manejando el agua para evitar erosión.

Los problemas más comunes son: los *trips* mismos que se controlan con trampas de plástico de color azul impregnadas con aceite vegetal o melaza. Se alcanza producciones de 15500 a 16500 Kg/Ha.

h) Programa de Abonos Orgánicos

En el centro Binacional de Formación Técnica Zapotepamba encontramos abonos orgánicos entre ellos tenemos tres que son:

Humus

Es el fertilizante orgánico por excelencia, se trata de producto que sale del tubo digestor de la lombriz

Funciones

Influye de forma efectiva en la germinación de las semillas y en el desarrollo de los plantones. El lombricompost aumenta notablemente el tamaño de plantas, árboles y arbustos en comparación con otros ejemplares de la misma edad.

Cría

La lombricultura familiar puede realizarse tanto en el interior como en el exterior de la vivienda (terrazas y jardines) utilizando para ello lombrices. Una de las especies de mayor conversión de la roja californiana *Eisenia foetida*, de lo que consume devuelve el 60% en humus.

Este sistema de producción doméstica puede realizarse tanto en cajones como en tolvas en un espacio reducido, el cual permite una producción continua de lombricompost.

La lombricultura doméstica puede aprovechar una fracción importante de los residuos orgánicos transformándolos en un abono para las plantas del hogar.

Biol

El Biol es una fuente de fitoreguladores producto de la descomposición anaeróbica de los desechos orgánicos que se obtienen por medio de la filtración o decantación del bioabono.

Funciones del Biol

Promueve las actividades fisiológicas y estimula el desarrollo de las plantas, sirve para las siguientes actividades agronómicas:

- Acción sobre la floración
- Acción sobre el follaje
- Enraizamiento

- Activador de semillas

Materiales y forma de elaboración

- 4kg de plantas leguminosas picadas (frejol, zanahoria, etc.)
- 25 libras de estiércol
- 1 caneca de 200 litros y botella
- 4kg de muriato de potasio
- Un metro de manguera de media pulgada
- 1 litro de melaza
- 1 onza de levadura
- 1 kilogramo de cal agrícola o ceniza

Preparación

Recolectar estiércol y leguminosas. Picar en pequeños pedazos las leguminosas y colocar en la caneca junto con el estiércol, muriato de potasio melaza, la cal o ceniza y la levadura, luego adicionar agua hasta unos 20 cm por debajo de la tapa como la descomposición será anaeróbica (sin oxígeno) el cierre debe ser hermético, procedemos a adecuar la tapa haciendo una abertura circular del diámetro de la manguera y conectamos está en la tapa capaz que permita evacuar gases tóxicos que se producen en el proceso de descomposición, el otro extremo de la manguera conectamos en una botella con agua, la misma que nos indicara el avance del proceso de descomposición y cuando el abono está listo para la cosecha y por otro lado evita el ingreso de oxígeno.

Tapar herméticamente capaz que no entre aire por ningún lado y dejamos reposar por tres meses bajo sombra en zonas subtropicales y cuatro meses en la tierra.

Después de este tiempo destapamos, cernimos y está listo para aplicar.

Dosificación

Es preferible utilizar canecas de color negro para evitar que los rayos solares penetren con mayor intensidad. Para determinar que está descompuesto, tenemos como indicador la no formación de burbujas en la botella.

Recomendaciones

Es un bioestimulante que contiene fitohormonas que estimulan el desarrollo de nuestros cultivos.

La dosis recomendada es: Biol es una concentración del 20% para su aplicación foliar en cultivos del ciclo corto, para frutales Biol en una concentración de 30% para enraizamiento Biol en una concentración 30%.

Te de estiércol y frutas

Materiales

- 1 tanque de 200 litros
- 1 saquillo de polipropileno o de lienzo.
- 25 libras de estiércol animal fresco
- 5 libras de hojas de leguminosas
- 1 cuerda de 1 metro de largo
- 1 pedazo de lienzo o plástico para tapar el balde
- 1 piedra de 5 libras de peso

Procesamiento

Ponga el estiércol en el saquillo, agregue las libras de leguminosas, ponga a dentro la piedra de 5 libras, amarre el saquillo y métalo en el balde, dejando un pedazo fuera de él como si fuera una gran bolsa de té, agregue agua fresca y limpia en el balde hasta llenarlo, cierre el balde con el plástico o lienzo, pero deje que pase el oxígeno y deje fermentar por dos semanas.

Aplicación

Diluir 1 litro de orina fermentada en 5 litros de agua fresca y aplicar la dilución al follaje de los cultivos.

Abono de Frutas

Materiales

- Vasija de plástico o cerámica con capacidad de 10kg
- 5 kg de frutas bien maduras
- 4 kg de melaza o miel de purga
- 1 tapa de madera que calce en la vasija
- 1 piedra grande que actúe como prensa

Procesamiento

Coloque alternadamente en la vasija 1 kg de frutas y 1 kg de melaza hasta completar todo el material, ponga luego sobre este material la tapa y sobre esta una piedra en forma de prensa, mantenga así el material durante 15 días.

Uso

Saque el material prensado y fermentado y proceda a filtrarlo y envasarlo en botellas oscuras.

Dosis

Hortalizas de hojas: 50ml / 20 litros de agua

Hortalizas de raíz: 100ml / 20 litros de agua

Hortalizas de fruto: 250ml / 20 litros de agua

Leguminosas: 100ml / 20 litros de agua

Frutales perennes: 250-500ml / 20 litros de agua.

i) Banco de Semillas Nativas

Asegurar la libre circulación, reproducción y consumo de semillas nativas es de vital importancia para mantener la agro biodiversidad del Ecuador.

El estado y las organizaciones sociales deben impedir que caiga en manos de las empresas semilleras internacionales o en las cadenas agroindustriales de alimentos.

Importancia de la implementación del banco de conservación De Semillas Nativas

La Corporación Catamayo, implementa el presente proyecto, como parte de las acciones del Área de Investigación y Vinculación con la Colectividad, con el apoyo de los proyectos; Mejoramiento de la Educación Técnica Agropecuaria en la provincia de Loja (META – LOJA) y Educación Agroecológica y Participación Ciudadana en la Región Sur del Ecuador, que ejecuta la Corporación Catamayo, con financiamiento de Educación Sin Fronteras y AECID.

En esta propuesta, los Colegios Técnicos Agropecuarios, constituyen de fundamental importancia ya que luego de un proceso de capacitación, docentes, estudiantes y productores-as colectan y caracterizan semillas, que hoy en día se conservan en el banco de semillas nativas del CBFT – Z

Para Ecuador la soberanía alimentaria constituye un objetivo estratégico y una obligación para garantizar que los pueblos y las nacionalidades alcancen autosuficiencia y una alimentación sana.

Según el Tratado Internacional sobre los Recursos Filogenéticos para la Alimentación y la Agricultura, “El futuro de la agricultura depende del intercambio abierto de los cultivos y sus genes, que durante más de 10000 años las y los agricultores de todo el mundo han desarrollado e intercambiado”.

Tratado que es jurídicamente vinculante y está en concordancia con el Convenio sobre la Diversidad Biológica, cuyos objetivos son:

La conservación de la diversidad biológica, la utilización sostenible de sus componentes, la participación justa y equitativa en los beneficios que se deriven de la utilización de los recursos genéticos; el acceso a los recursos genéticos; la transferencia de tecnologías pertinentes; y el financiamiento.

En este contexto, el Ecuador como uno de los países más mega diversos del mundo, alberga una gran variedad genética con un enorme potencial alimenticio, nutricional, económico e industrial, por lo que la Constitución de la República del Ecuador declaró de interés público la preservación del ambiente, la conservación de los ecosistemas y la integridad del patrimonio genético del país.

Este patrimonio siendo de todos los y las ecuatorianas, no es ni podrá ser objeto de apropiación a través de patentes u otras modalidades de propiedad intelectual, porque se atentaría contra la soberanía alimentaria y por ende la supervivencia de los presentes y futuras generaciones (COPIISA, 2011)

Por esta razón, se tomó la decisión de impulsar este proyecto, dada la necesidad de implementar medidas para garantizar la seguridad y soberanía alimentaria con semillas nativas.

“Es importante tomar conciencia de la importancia que tiene cuidar nuestras semillas, que las hemos mantenido por miles de años”

Número y porcentaje de familias almacenadas en el BGN

Las especies vegetales que se encuentran almacenadas en el BGN del CBFT-Z son 545 accesiones, correspondientes a 20 familias, 40 especies y 124 variedades, las mismas que se detallan a continuación:

Cuadro N° 15 Las especies vegetales

#	Familias	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
1	Fabaceae	321	58,72
2	Poaceae	166	30,46
3	Cucurbitaceae	22	4,04
4	Caricaceae	5	0,92
5	Apiaceae	4	0,73
6	Rutaceae	3	0,55
7	Solanaceae	3	0,55
8	Rubiaceae	3	0,55
9	Myrtaceae	2	0,37
10	Combretaceae	2	0,37
11	Passifloraceae	2	0,37
12	Lineaceae	2	0,37
13	Annonaceae	2	0,37
14	Caesalpinaceae	2	0,37
15	Cesalpinaceae	1	0,18
16	Amaranthaceae	1	0,18
17	Malvaceae	1	0,18
18	Sapinaceae	1	0,18
19	Mimosaceae	1	0,18
20	Bombacaceae	1	0,18
	Total	545	100,00

Fuente: Centro Binacional de Formación Técnica Zapotepamba

Elaboración: Paola Elizabeth Delgado Loayza

La familia Poaceae cuenta con 166 accesiones, de las cuales el maíz por ser un cultivo de amplio rango altitudinal tiene el mayor porcentaje 86,75% con 28 variedades locales almacenadas, siendo las más representativas la variedad criolla con el 22,92% variedad blanca con 22,22% y amarillo con el 11,11% evidenciándose que son las tres variedades más cultivadas por los productores de la provincia de Loja

Variedades de maíz

En el BGN se conservan 28 variedades locales de maíz que son cultivadas en la provincia de Loja, debido a los diferentes pisos altitudinales, y, porque son variedades tradicionales que constituyen parte de la cultura alimenticia de las comunidades de la provincia de Loja y son el principal ingrediente para la nutrición de animales.

Variedades de frejol

En el BGN se almacenan 47 variedades que se cultivan en la provincia de Loja constituye el 66,04% de las especies de la familia fabaceae.

Esto quiere decir que hay una gran diversidad de frejoles y la mayoría de estas variedades son cultivadas para el autoconsumo familiar y local, por su alto valor proteico.

Especies de la familia cucurbitaceae

La familia cucurbitaceae cuenta con 4,04% de accesiones almacenadas en el BGN, pertenecientes a cinco especies, de las cuales el zapallo representa el 59,09% la calabaza con el 18,18%, el zambo y la achogcha con 9,09% cada una, estos datos demuestran que el zapallo es una de especie que se siembra en diferentes pisos altitudinales y esta aclimatado a zonas que van desde el nivel del mar hasta por encima de los 2500 msnm, pero generalmente es cultivado en asocio con maíz y haba.

Variedades de zapallo

Se cuenta con seis variedades de zapallo de las cuales la variedad criolla cuenta con mayor número de accesiones 61,54%. Esta especie es cultivada mayormente para el autoconsumo familiar, por su agradable sabor, además, tanto en conservas, las variedades restantes cuentan con el 38,46%.

Las 17 familias sus especies y respectivas variedades cuentan con menor cantidad de accesiones, lo cual nos permite deducir, que estas variedades locales se encuentran en proceso de pérdida, producto de la imposición de semillas híbridas por parte del mercado, también por que se dejaron de consumir por nuevos hábitos de consumo.

j) Programa de Hortalizas

Se trata de plantas herbácea anual o bianual. La primera cosecha esta lista a los 55 y 60 días después de la siembra Sistema radicular: Raíz bastante profunda y fibrosa, napiforme de color blanco amarillento Hojas:

Constituyen la parte comestible y son grandes de forma oval tirando hacia acorazonada; tiene un pecíolo o penca ancha y larga, que se prolonga en el limbo; el color varía, según variedades, entre verde oscuro fuerte y verde claro. Los pecíolos pueden ser de color crema o blancos Tallo: puede llegar a medir hasta 1.50 m en la etapa de floración, sobre éste se emiten las flores y las semillas flores, para la floración necesita pasar por un período de temperaturas bajas. El vástago floral alcanza una altura promedio de 1.20 m. La inflorescencia está compuesta por una larga panícula. Las flores son sésiles y hermafroditas pudiendo aparecer solas o en grupos de dos o tres.

El cáliz es de color verdoso y está compuesto por 5 sépalos y 5 pétalos Fruto: Las semillas son muy pequeñas y están encerradas en un pequeño fruto al que comúnmente se le llama semilla, el que contiene de 3 a 4 semillas Requerimientos Edafoclimáticos Humedad.

Expresa que la acelga es una planta que necesita de humedad, especialmente en su etapa de desarrollo. En este periodo se debe mantener la tierra húmeda.

En plantas que han existido ya algunos cortes a consecuencia de la cosecha se vuelven más resistentes a la sequía, aunque la calidad de las hojas disminuye considerablemente.

En etapas calurosas, las plantas necesitan una humedad aún mayor, pero de ninguna manera se debe encharcar los surcos, puesto que esto sería una entrada para la proliferación de enfermedades.

k) Programa de Sericultura (cría del gusano de seda)

La sericultura se torna en una alternativa amigable al ambiente y de fácil manejo por parte de los agricultores

El proyecto de Sericultura tiene dos momentos importantes en la producción misma. Estas son: el cultivo de la morera (*Morus índica*) como alimento del gusano y la cría del gusano (*Bombyx mori*) para la obtención de la seda.

Cultivo de la Morera (*Morus Índica*)

La morera es un árbol o arbusto de tamaño medio que puede alcanzar hasta 1.5m de altura en estado silvestre. Su desarrollo es rápido, pudiendo producir gran cantidad de forraje en corto plazo.

Para establecer un cultivo de morera el productor debe tener en cuenta las siguientes condiciones:

- Altitud entre 500 y 1500 m.s.n.m.
- Temperatura entre los 18° a 30°C
- Lluvias entre 600 a 2500mm anuales
- Mantener la humedad en el suelo en verano
- Humedad relativa entre 65 y 80%
- Terrenos planos o poco inclinados (pendiente menor a 40%)
- Suelos: profundos, bien drenados con buen contenido de materia orgánica, pH entre 6,5 a 7,0
- Aislados de otros cultivos que son tratados con productos químicos
- Estar cerca de la caseta donde se cría el gusano.

Cría del Gusano (*Bombyx mori*)

Los gusanos de seda se reproducen sexualmente. La mariposa hembra una vez fecundada oviposita de 500 a 600 huevos

Eclosión: la cría inicia cuando luego de reposar en refrigeración los huevos son sacados a condiciones ambientales para su eclosión desde ese momento se deben considerar entre 14 a 15 días. Para manejar una eclosión uniforme y rápida (menos de 24 horas) se debe primeramente mantener en un lugar desinfectado, así como los instrumentos a utilizar u luego colocar los huevos sobre marcos de madera cubierta con tela de algodón de 17 por 25cm a una temperatura promedio de 24°C con una humedad ambiental mínima de 80% esto evitara mortalidad del gusano.

Alimentación: para algunos gusanos se alimentan con hojas de morera picadas finamente para que puedan los gusanos alimentarse, esta alimentación dependerá de la cantidad de larvas (%), sin embargo, se puede considerar como promedio que para una caja de 21000 huevos de los cuales el 80% eclosione se deberán iniciar la alimentación con 11gr de hoja picada para terminar dando alrededor de 18kg de forraje.

Encapullado: los signos que muestran los gusanos son: inician a levantar cabeza como intentando subir, el calor cambia a un poco transparentando momento en el cual se deben colocar las rodalinas que son materiales para que los gusanos tejan sus capullos.

Análisis de calidad: en este momento se consideran el sistema de clasificación y análisis utilizado en Colombia. Se toma en cuenta el número de capullos por 500 gramos. Luego para determinar el peso del capullo se separan todas las categorías considerando manchados, deformes, pequeños este resultado se califica según tablas establecidas para el efecto.

Para determinar el peso y el tamaño promedio del capullo se toman submuestras de 50 capullos de los de primera y se compara con tablas definidas, luego de ellos se suman los puntajes y se determina la calidad desde súper extra y de segunda.

Posterior a ello se lo desborra, clasifica, empaca y comercializa salvo el caso de que se pueda tener más tiempo o se precede a matar la pupa mediante procesos caseros (agua hirviendo).

I) Programa de Procesamiento Agropecuario

En el programa de procesamiento realiza varios procesos entre los cuales tenemos:

Mermelada

En el producto obtenido por la cocción del ingrediente de frutas mezclado con azúcares otros ingredientes permitidos y concentrados hasta obtener la consistencia adecuada

La elaboración consiste en una rápida concentración de la fruta mezclada con azúcar hasta llegar al contenido en azúcares de 65°C Brix, la concentración se efectúa en pailas.

Descripción de la materia prima: se considerará parámetros establecidos en la planta de: tamaño, color, peso.

Selección y lavado: la fruta tendrá que ser firme, de color homogéneo, y grado de madurez comercial – uniforme

Pelado y trozado: desprenderla piel de la fruta y quitar el pedúnculo, trozar la fruta aproximadamente 3 cm.

Escaldado y licuado: en agua a punto de ebullición por 5 minutos e inmediatamente enfriar. Se licua aproximadamente por 3 minutos.

Formulación:

- Pulpa de mermelada 1kg
- Azúcar 1kg
- Ácido cítrico 0,5g ½ (limón)
- Pectina 3g (maicena 6g)

Cocción: la fruta despulpada, recaliente y luego de 10 minutos de cocción se adiciona ácido cítrico y el azúcar dividida en 3 porciones, al cabo de 20 minutos de conseguir ebullición, se adiciona las partes restantes

Envasado y sellado: utilizando una llenadora manual o dosificadora, se envasa en envases de vidrio previamente lavados. Se los llena hasta el borde, y luego se lo invierte para esterilizar la tapa. El llenado debe hacerse a 85°C.

Enfriamiento: se hace a la temperatura ambiente, en el caso de temperatura fría, de lo contrario han que enfriar los frascos con agua en dos etapas: en la primera se hecha rociadores con agua tibia, en la segunda se enfrían los frascos rociados con agua fría.

Etiquetado y almacenamiento: se aplica a los frascos lavados y secos las etiquetas y se lo empaca en cajas de cartón y se almacena en lugares frescos, secos y con poca luz.

Manjar**Formulación:**

- Leche 1 litro
- Azúcar 0.2 Kg
- Espesante 5 g
- Bicarbonato 0,3 g

Preconcentración: se realiza esta operación hasta alcanzar aproximadamente 50 % de su volumen. Una vez realizado el calentamiento debe comenzar con una agitación vigorosa y constante lo cual evita que se pegue y se queme transfiriéndole sabor, olor y color desagradables.

Concentración: la etapa de concentración se realiza con agitación constante, mientras se realiza esta operación se añade los ingredientes tales como azúcar, espesante y al final el color caramelo.

La cocción finaliza cuando el refractómetro marca 70° Brix es decir el contenido de sacarosa del dulce de leche marca el 70%.

Enfriamiento y envasado: se envasa en caliente logrando con esto mayor fluidez lo que facilitara el envasado en envases limpios y esterilizados dejando un medio centímetro de borde superior.

Almacenamiento: luego que el producto se ha enfriado se procede a tapar y almacenar en refrigeración, el tiempo de almacenamiento se garantiza de 12 a 15 días.

m) Producción de forrajes para la alimentación caprina

En el país existen zonas sobre todo en la costa, Santo Domingo de los Colorados, y en los valles interandinos del centro y norte de la sierra ecuatoriana que están altamente tecnificados tanto en el sector agrícola como en el pecuario, con altos rendimientos en unidad de superficie; pero al mismo tiempo existen otras extensas regiones como en el Sur – Oriente del país con poco desarrollo, tecnologías tradicionales, escasas de recursos para las cuales es necesario diseñar un modelo adecuado de desarrollo de acuerdo a las condiciones de cada zona.

Forrajes introducidos – gramineas

Gramalote (*Axonopus scoparios*)

Se multiplica utilizando material vegetativo, tallos de 0,25 a 0,30 m, sembradas a una distancia de un metro por metro. Utilizado principalmente como pasto de corte, realizándolo de 0,30 a 0,60 m, de la base cuando los tallos aún no están lignificados. Dependiendo del clima, suelo y el manejo que se le dé puede obtenerse rendimientos de 140 a 150 Ton/Ha/año.

Maralfalfa (*Pennisetum violaceum*)

Este pasto se lo cultiva con material vegetativo, en surcos a una distancia de 0,90 a 1m, y se necesita una cantidad de material de 3000 kg/ha, se usa principalmente como pasto de corte, para pastoreo, si se le da un manejo adecuado la producción promedio de forraje obtenida de 300 a 320 Ton/Ha/año. *Brachiaria Marandu* (*Brachiaria brizantha*) y *Brachiaria dalis* (*Brachiaria decumbens*).

La siembra de estos pastos se la puede realizar por semilla sexual (10 – 15 kg/ha) o por partes vegetativas (1500 kg/ha).

Este pasto que se lo utiliza para pastoreo principalmente, pero también se podría fabricar heno y ensilaje, ya que siempre se presentan excesos de producción en algunas épocas, si las condiciones de suelo son medianamente fértiles la producción obtenida puede ser de 80 a 90 Tn/Ha/año.

Pasto Saboya (*Panicum máximum*)

La implementación de este pasto se puede realizar con semilla sexual (4 a 6 Kg/Ha en surcos), dependiendo de la preparación del suelo, se lo usa para pastoreo, por la carencia de cañas y para corte, cuando el pasto tiene una altura de 60 a 80 cm y, en este estado el pasto contendrá una buena cantidad de proteína y la reproducción de forraje verde es abundante, la producción de forraje en terrenos tropicales es de alrededor de 30 Tn/Ha, con 6 cortes al año.

Pasto sudan (*Sorghum sudanense*)

La siembra puede hacerse al voleo, a golpe y en hileras (50 x 50cm: 80 x 80 cm); la cantidad de semilla varía de acuerdo al valor cultural de la misma y a la densidad de siembra que se desee entre 15 a 30 kg/Ha de semilla.

Se puede utilizar, para corte y pastoreo, la producción de forraje por corte es de 75 Tn/Ha.

Leguminosas forrajeras

Kudzu (*Pueraria javanica*)

Se puede sembrar en surcos o al voleo de 5 a 10 kg/ha, cuando se utiliza semilla. Se lo usa para pastoreo, para heno, ensilaje, para cobertura y abono verde. Con buenas condiciones de manejo y fertilización, se puede obtener 50 Tn/Ha/año de forraje verde.

La cosecha de la semilla es bastante molesta porque la maduración no es uniforme y las plantas quedan verdes. La cosecha se hace a mano, para mejor rendimiento de semilla se debe poner tutores a las plantas, así se obtiene mejor floración y por consiguiente mayor fructificación con un promedio de 300 Kg/Ha.

Centrosema (*Centrosema sp*) - Soya forrajera (*Glycine wightii*)

Centrosema: La siembra de este pasto se la realiza por semillas: y se la siembra en surcos a una distancia de 0,30 m por 0,40m, se utiliza de 8 a 10 Kg de semilla sexual por hectárea, se lo utiliza para corte, y en caso de utilizarlo para pastoreo se lo debe hacer en asocio con alguna gramínea. La producción de forrajes es de 10 a 12 Tn/Ha/año.

Soya forrajera: se siembra a una distancia de 0,50m a 1m, si se lo va a sembrar en surcos y si es para el mejoramiento de pasturas la siembra deberá ser en franjas se utiliza de 5 – 6 Kg de semilla por hectárea. Se lo utiliza principalmente para pastoreo, en combinación con alguna gramínea; otro de los usos es dar a los animales en forma de heno, la producción de forraje es de 8 - 10 Tn/Ha/año.

Otros forrajes

Achira (*Canna edulis*) – Morera (*Morus alba*).

Actualmente se viene utilizando en la alimentación caprina el forraje de achira, así como también la morera, destacándose que existe muy buena aceptabilidad por parte de los animales.

6.1.1.2 Oferta de servicios turísticos

Alojamiento

En el Centro Binacional de Formación Técnica de Zapotepamba se encuentra 1 establecimiento que ofrece el servicio de alojamiento con capacidad de 140 personas

Cuadro N° 12 Establecimiento de Alojamiento

NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO	CATEGORÍA	HABITACIÓN	N° DE PLAZAS
Centro Binacional de Formación Técnica de Zapotepamba	Tercera	70	140

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Paola Elizabeth Delgado Loayza

Alimentación

Establecimientos de alimentación encontramos uno en el barrio Zapotepamba que pertenece al Centro Binacional de Formación Técnica de Zapotepamba tiene capacidad para 100 personas.

El tipo de alimentación que ofrece es seco de pollo, tilapia, además si el turista desea un plato que se le prepare con los productos del centro, el encargado del restaurante está a la disposición a preparar el costo del plato es de acuerdo al producto que desee el turista; el valor de la alimentación es de \$2.00

Cuadro N° 13 Establecimiento de Alimentación

N°	ESTABLECIMIENTO	RAZÓN SOCIAL	MESA S	PLAZAS	DIRECCIÓN
1	Centro Binacional de Formación Técnica de Zapotepamba	Restaurant	10	100	Barrio El Zapotepamba

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Paola Elizabeth Delgado Loayza

Esparcimiento

Dentro de la infraestructura del CBFTZ cuenta con: una zona de piscina, canchas deportivas para disfrutar de un buen esparcimiento y recreación entre familiares o grupo de amigos.

En este lugar no cuenta con cajeros automáticos, pero podemos encontrar en la cabecera cantonal del mismo antes mencionado

Cuadro N° 14 Establecimientos Financieros con cajero automáticos

Nombre del establecimiento	Clasificación
Cacpe Loja	Cooperativa
Coop Coopmego	Cooperativa
Ban Ecuador	Banco
Banco de Loja	Banco
Banco del Pacifico	Banco

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Paola Elizabeth Delgado Loayza

6.1.1.3 Infraestructura de servicios básicos

Transporte y Accesibilidad

El Centro Binacional de Formación Técnica de Zapotepamba (CBFTZ) se encuentra ubicado a 28km del cantón Paltas vía que conduce Celica-Macara la vía principal se encuentra en buenas condiciones en la que los turistas pueden acceder con facilidad.

Los medios de transporte para llegar al Centro Binacional de Formación Técnica de Zapotepamba son: Cooperativa Loja, Cooperativa Cariamanga, camionetas y vehículos particulares. Cabe mencionar como el Centro Binacional de Formación Técnica de Zapotepamba se encuentra en la vía Panamericana las cooperativas de transporte que se dirigen a Macara, Zapotillo, Celica y Alamor son los que hacen una parada en el CBFTZ. Los mismos que tienen una tarifa en el valor de \$1.25 con un recorrido de 45 minutos; además cuenta cooperativas de taxis que tienen un costo de \$15.00

Cuadro N° 15 Cooperativas de Transportes

NOMBRE DE LA EMPRESA	FRECUENCIA	HORARIOS	PRECIO	TIEMPO DE RECORRIDO
Cooperativa de Transportes Loja	Diario	9:30	\$1.25	45 minutos
Cooperativa de Transportes Unión Cariamanga	Intercantonales	9:00	\$1.25	
Cooperativas de taxi Catacocha	Diario Interparroquial	Según la preferencia del cliente	\$ 15.00	

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Paola Elizabeth Delgado Loayza

6.1.1.4 Comunicación

El Centro Binacional de Formación Técnica de Zapotepamba cuenta con servicio de telefonía fija para lo que es el centro de la misma manera cuenta son señal para servicio de telefonía celular para todas las operadoras (Claro, CNT, Movistar)

6.1.1.5 Sanidad

Agua

El Centro Binacional de Formación Técnica de Zapotepamba cuenta con agua entubada para el centro, para los programas agrarios cuentan con canales artificiales de riego que sus aguas provienen del río y del chorro turísticos El Almendral. El agua es una dificultad para el centro porque provoca dificultades y problemas con los otros barrios aledaños.

Sistema de Eliminación de Aguas Servidas

El déficit que cuenta el Centro Binacional de Formación Técnica de Zapotepamba de alcantarillado por lo cual el Centro cuenta con pozos sépticos para desechar todo lo que es aguas servidas y esto es una dificultad que ha estado pasando el centro en todos los años de funcionamiento.

Servicio de recolección de basura

Los Desechos que se encuentran en el CBFTZ son reutilizables y son tratados para el abono de las plantas de los diferentes programas agrícolas. Cuenta con una procesadora para la elaboración de abonos que es de suma importancia.

Energía Eléctrica

El CBFTZ cuenta con servicio de energía eléctrica para todo el centro mediante la red pública de luz eléctrica.

6.1.1.6 Gobernanza

Director del CBFTZ

Ing. Robert Guerrero

Programa

Promoción de una educación integral de calidad para el desarrollo sustentable de la región sur del Ecuador y norte del Perú

Proyectos

- Definición y puesta en marcha de un modelo educativo de formación técnica acorde a las necesidades de desarrollo alternativo de la región.
- Formación continua interna y externa.
- Mejoramiento de la calidad y pertinencia social de la oferta académica del Centro.
- Proyecto de Educación no Formal

Problemas

Los principales problemas en este nivel son la ausencia de planificación y el ingreso de productos externos, como fibras sintéticas, productos agrícolas altamente subsidiados, entre otro, que compiten con los que produce la Cuenca.

6.1.2 RESUMEN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

Cuadro N° 16 Resumen de Atractivos Parroquia Casanga

CONTENIDO		INFORMACIÓN DESARROLLADA
ATRATIVOS NATURALES		
NOMBRE DEL ATRACTIVO	JERARQUIZACIÓN	NRO. DE FICHA
Balneario o Chorro El Almendral	I	1
Loma Grande	I	2
Loma "La Capilla"	I	3
Cerro Chamba	I	4
ATRATIVOS CULTURALES		
Iglesia Central De Casanga	I	5

Fuente: Ficha para Inventario de Atractivos Turísticos.

Elaboración: Paola Elizabeth Delgado Loayza

Cuadro N° 17 Resumen de Atractivos del Centro Binacional de Formación Técnica de Zapotepamba

CONTENIDO		INFORMACIÓN DESARROLLADA
ATRATIVOS NATURALES		
NOMBRE DEL ATRACTIVO	JERARQUIZACIÓN	NRO. DE FICHA
Bosque seco	II	6
ATRATIVOS CULTURALES		
Centro Binacional de Formación Técnica Zapotepamba	II	7

Fuente: Ficha para Inventario de Atractivos Turísticos.

Elaboración: Paola Elizabeth Delgado Loayza

6.1.3 FICHAS DE RESUMEN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE LA PARROQUIA CASANGA

A continuación, se presentan las fichas resumen de atractivos turísticos de la parroquia Casanga puesto que el Centro Binacional de Formación Técnica Zapotepamba se encuentra dentro de la parroquia Casanga; estos atractivos nos pueden servir de apoyo para el desarrollo del turismo del lugar

Ficha N° 1 Balneario o chorro el Almendral

NOMBRE DEL ATRACTIVO:		JERARQUÍA:
Balneario o chorro el Almendral		I
CATEGORÍA:	TIPO:	SUBTIPO:
Manifestación Natural	Costas Naturales	Canales
PROVINCIA:	CANTÓN:	LOCALIDAD:
LOJA	Paltas	Barrio Zapotepamba
Foto 1		UBICACIÓN: Se encuentra ubicado en la parroquia Casanga, sector Zapotepamba, a 0.5 km del Centro Binacional de Formación Técnica Zapotepamba (CBFT-Z), y a 123 km de la ciudad de Loja. Ubicado en la vía que conduce a Macará
		
CARACTERÍSTICAS: Conocido como chorro, que brota desde la vertiente de Guaypirá de los barrios altos de la parroquia Lauro Guerrero; tienen una extensión..... Tiene una altura de 2 metros, su base tiene 3 metros de ancho por 3 metros de largo, actualmente constituye un potencial turístico importante ya que tiene la visita diaria de turistas, especialmente en la época de carnaval. El balneario es un sitio muy visitado por propios y extraños, sobre todo en las festividades de carnaval. El agua cae caudalosa sobre un piso de cemento, es decir, es un sitio para tomar un baño con un clima cálido. Actualmente cuenta con tres cabañas y un chorro adicional con la finalidad de evitar accidentes. En festividades de carnaval se brindan espectáculos musicales, con un costo simbólico que no supera los tres dólares. Como parte del atractivo existen especies de flora y fauna: Flora encontramos balsa (<i>Ochroma piramidal</i>) ceibo (<i>Ceiba pentandra</i>) faique (<i>Acacia macracantha</i>) y algarrobo (<i>Prosopis juliflora</i>); copal (<i>Dacryodes peruviana</i>); seique (<i>Cedrelia catenaeformis</i>); higueros (<i>Ficus sp.</i>) Fauna se encuentra guantas (<i>Agoutipacasp</i>); guatuza (<i>Dasyprocta punctata</i>); saíno (<i>Tayassutijacu</i>); armadillo (<i>Dasyptus novemcinctus</i>); pava de monte (<i>Penelopesp</i>).		
RECOMENDACIONES		RECURSOS TURÍSTICOS
<ul style="list-style-type: none"> - Usar ropa cómoda - Protector solar - Repelente - Ropa de baño 		<ul style="list-style-type: none"> - Vestidores - Baños - cámara fotográfica
Actividades Turísticas		
<ul style="list-style-type: none"> - Tomar fotografías. 		<ul style="list-style-type: none"> - Bañarse en sus cálidas aguas

Fuente: PDyOT de la Parroquia Casanga

Elaboración: Paola Elizabeth Delgado Loayza

Ficha N° 2 Loma Grande

NOMBRE DEL ATRACTIVO:		JERARQUÍA:
Loma Grande		I
CATEGORÍA:	TIPO:	SUBTIPO:
Atractivos Naturales	Montañas	Media Montaña
PROVINCIA:	CANTÓN:	LOCALIDAD:
Loja	Paltas	Parroquia Casanga
FOTO N°2 		Ubicación: Se encuentra a la llegada del barrio El Naranjo, su ingreso principal cerca del restaurante El Descanso. LATITUD: -4.0298611 LONGITUD: -79.73027777
Características: Caracterizada por abundancia de rocas. Existe una leyenda que narra que hace muchas décadas, La Loma fue poblada por una cultura desconocida que edificaba sus casas de piedra y que un cierto día hizo un terremoto que destruyó todas las edificaciones y parte de ellas fueron enterradas, de igual forma se cree que existieron pirámides y que en la guerra mundial por la frecuencia de avionetas estas fueron destruidas. Al recorrer la Loma se puede observar infinidad de rocas muchas de ellas agrupadas como formando un muro, rocas que a simple vista son iguales a los adobes de barro. La Loma Grande como muchos la conocen se caracteriza por la abundancia de rocas En 2010 la población de Casanga y lugares aledaños se reunieron en la cima de La Loma junto con el párroco para realizar una misa rogatoria debido a la falta de agua en el sector. Según cuentan los pobladores al terminar la celebración de la misa empezó a garuar, para todos los creyentes esta fue la señal de que Dios los había escuchado, al pasar el tiempo se dieron cuenta que fue el año en que más había llovido. (Campoverde, 2012)		
Recomendaciones <ul style="list-style-type: none"> - Utilizar vestimenta adecuada - protector solar - gorra y gafas, repelente - cámara de fotos y bebidas hidratantes. 		
Actividades Turísticas <ul style="list-style-type: none"> - Fotografía - Caminatas - Observación de Flora 		

Fuente: PDyOT de la Parroquia Casanga

Elaboración: Paola Elizabeth Delgado Loayza

Ficha N° 3 Loma “La Capilla”

NOMBRE DEL ATRACTIVO:		JERARQUÍA:
Loma “La Capilla”		I
CATEGORÍA:	TIPO:	SUBTIPO:
Atractivos Naturales	Montañas	Baja Montaña
PROVINCIA:	CANTÓN:	LOCALIDAD:
Loja	Paltas	Parroquia Casanga
FOTO N°3 		Ubicación: Se encuentra ubicada en la cabecera parroquial sector La Cruz, se puede acceder por el barrio El Naranjo por la vía secundaria que conduce a la parroquia, carretera que se caracteriza por las plantaciones de ceibo. LATITUD: -4.018303182 LONGITUD: -79.7492113469
Características: Según relatos de los pobladores de la parroquia, en esta loma se esconden restos arqueológicos de la cultura de los gentiles, cultura que guarda muchos mitos y leyendas, la comunidad tiene la creencia de que esta cultura trabajaba la tierra con utensilios de piedra, por ende, se encuentran diversidad de piedras con varias formas. El Sr. Victoriano Otuna, propietario de uno de los terrenos ubicados en La Loma, narra que en el 2008 mientras araba la tierra con maquinaria, descubrió un entierro de gentil encontrando aparentemente tres cadáveres, dos de ellos correspondían a mujeres, y el otro a un hombre. Al realizar la excavación el Sr. Victoriano encontró huesos y argollas, posiblemente aretes que usaban los jefes de la familia, además de encontrar restos de artesanías de barro. Pues, se dice que los gentiles eran poco instruidos y creían que al morir empezaría otra vida, por ende, la costumbre de enterrar a sus seres queridos acompañados por las personas más cercanas, además de enterrar ollas con alimentos preparados a sus pies, creyendo que en la noche se levantarían a comer. (Campoverde, 2012)		
Recomendaciones <ul style="list-style-type: none"> - Utilizar vestimenta adecuada - protector solar - cámara de fotos y bebidas hidratantes. 		
Actividades Turísticas <ul style="list-style-type: none"> - Fotografía - Caminatas 		

Fuente: PDyOT de la Parroquia Casanga.

Elaboración: Paola Elizabeth Delgado Loayza

Ficha N° 4 Cerro Chamba

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Cerro Chamba		JERARQUÍA: I
CATEGORÍA: Atractivos Naturales	TIPO: Montañas	SUBTIPO: Alta Montaña
PROVINCIA: Loja	CANTÓN: Paltas	LOCALIDAD: Parroquia Casanga
FOTO N°4 		Ubicación: Se encuentra ubicado en la parroquia Casanga vía a San Francisco. LATITUD: - 4.010429806333 LONGITUD: - 79.7655124824
Características: Se encuentra en el sector Portachuelo a 3 km de la cabecera parroquial. El Cerro Chamba mirador natural, donde se puede observar el valle de Casanga, el Cantón Paltas, el Cerro Pisaca, Pisaquita y Pisaquilla, el poblado cercano de San Francisco perteneciente a la parroquia de Lauro Guerrero. Se puede observar variedad de flora y fauna del sector, en cuanto a flora tenemos: Higuérón (<i>Ficus máxima</i>), Guararo (<i>Lafoensia acuminata</i>), Chachacomo (<i>Escallonia paniculada</i>), Paltón (<i>Persea americana</i>), Sauce (<i>Salix sp</i>), Faique (<i>Acacia macracantha</i>), Guabo (<i>Inga sp</i>). En cuanto a fauna encontramos: Palomas (<i>Columba fasciata</i>), Tordos (<i>Turdus reevei</i>), Pasharaca (<i>Ortalis erythroptera</i>), Chilalos (<i>Furmarius rufus</i>), Arañas (<i>Conepatus semistriatus</i>). El Cerro Chamba mirador		
Recomendaciones <ul style="list-style-type: none"> - Utilizar vestimenta adecuada - protector solar - cámara de fotos y bebidas hidratantes. 		
Actividades Turísticas <ul style="list-style-type: none"> - Fotografía - Caminatas - Observación de flora y fauna 		

Fuente: PDyOT de la Parroquia Casanga.

Elaboración: Paola Elizabeth Delgado Loayza

FICHA N°5 Iglesia Central De Casanga

NOMBRE DEL ATRACTIVO:		JERARQUÍA:
Iglesia Central De Casanga		I
CATEGORÍA:	TIPO:	SUBTIPO:
Manifestación Cultural	Arquitectura	Histórica/ Vernácula
PROVINCIA:	CANTÓN:	LOCALIDAD:
Loja	Paltas	Parroquia Casanga
FOTO N°5 		Ubicación: Se encuentra ubicada en la cabecera parroquial Casanga, en la parte céntrica, frente al parque central a pocos pasos de las instalaciones de la Junta Parroquial Casanga. LATITUD: -4.0136111 LONGITUD: -79.7641666666
Características: La Iglesia Central Católica se construyó en 1958, gracias a la gestión del síndico Modesto Campoverde y el Sacerdote Jorge Guillermo Armijos, construyéndose en base a mingas con material propio de la zona donado por los moradores de la Parroquia. Dentro de la iglesia se encuentran las siguientes imágenes: Imagen san Sebastián, imagen tallada en madera de más de 100 años. Imagen Nuestra Señora del Quinche traída desde Quito por devotos, los mismos que celebran la fiesta el 26 de mayo de cada año, se encuentra también la imagen de la Virgen del Carmen, Imagen de la Virgen Fátima, imagen de la virgen inmaculada, el Santísimo Centro de la fe cristiana.		
Recomendaciones <ul style="list-style-type: none"> - Utilizar vestimenta adecuada de acuerdo a las estaciones del año - protector solar, - cámara de fotos. 		
Actividades Turísticas <ul style="list-style-type: none"> - Fotografía - Recorrido auto guiado 		

Fuente: PDyOT de la Parroquia Casanga.

Elaboración: Paola Elizabeth Delgado Loayza

6.1.4 FICHAS DE RESUMEN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL CENTRO BINACIONAL DE FORMACIÓN TÉCNICA DE ZAPOTEPAMBA

A continuación, se presenta las fichas resumen de los atractivos turísticos que se encuentran dentro del Centro Binacional de Formación Técnica de Zapotepamba.

Ficha N° 6 Centro Binacional de Formación Técnica de Zapotepamba

NOMBRE DEL ATRACTIVO:		JERARQUÍA:
Centro Binacional de Formación Técnica Zapotepamba (CBFT-Z		II
CATEGORÍA:	TIPO:	SUBTIPO:
Manifestación Cultural	Realización Técnicas y Científicas	Centros Científicos y Técnicas
PROVINCIA:	CANTÓN:	LOCALIDAD:
LOJA	Paltas	Barrio Zapotepamba
<p>Foto 6</p> 		<p>UBICACIÓN: Se encuentra ubicada en la provincia de Loja, cantón Paltas, parroquia Casanga, Barrio Zapotepamba. El Centro Binacional de Formación Técnica Zapotepamba (CBFT-Z), está ubicado en el barrio Zapotepamba, a 20 minutos de la cabecera parroquial Casanga, en la vía que conduce Catacocha-Macará</p> <p>Longitud: 79° 46' 00" Latitud: 40° 04' 00"</p>
<p>CARACTERÍSTICAS: Para la gestión del Centro Binacional de Formación Técnica en Zapotepamba, se constituyó la Corporación Catamayo, con la participación de seis socios fundadores como son: Universidad Nacional de Loja (UNL), Honorable Consejo Provincial de Loja (HCPL) hoy llamado Gobierno Provincial de Loja (GPL), Ministerio de Educación (ME), Plan Binacional capítulo Ecuador, Cooperación Española para el Desarrollo AECID; y, Asociación</p>		

Flamenca de Cooperación al Desarrollo y Asistencia Técnica (VVOB), sus estatutos fueron aprobados por éste Ministerio el 13 de septiembre del 2004.

Cuenta con una finca de 196 hectáreas, de las cuales 40 hectáreas son potencialmente regables, las mismas que están ubicados en la parte baja de la finca, 23 hectáreas se encuentran en producción, pero solamente cuatro hectáreas cuentan con un sistema de riego tecnificado.

El Centro Binacional de Formación Técnica Zapotepamba CBFTZ, tiene una cobertura binacional, es decir está en la capacidad de interactuar en la región sur del Ecuador y norte del Perú, en formación académica desde el área educativa, producción con enfoque agroecológico y la investigación con políticas de participación comunitaria rescatando saberes y material germoplástico del área de influencia; aparte de brindar educación formal, el CBFTZ, brinda a los productores de la zona binacional Ecuador-Perú, educación no formal que permite capacitarlos debidamente en algunos ámbitos agropecuarios.

El CBFTZ pertenece a la zona de vida Bosque seco tropical (Bs-T) según Sierra, de clima subtropical seco, con una precipitación media anual de 660 mm, encontrándose un régimen pluviométrico definido con un déficit de lluvia durante los meses de mayo a diciembre y precipitaciones concentradas en los meses de enero, febrero, marzo, y abril. Además, tiene tres áreas de trabajo, el área de 71 educaciones, área de producción y el área de extensión e investigación; todas ellas se agrupan en las diferentes actividades que desarrolla el Centro. En el área de producción en la actualidad se están desarrollando 14 programas productivos como son:

- 1.- Programa Bovino.
- 2.- Programa Caprino
- 3.- Programa Porcino.
- 4.- Programa Avícola.
- 5.- Programa Apícola.
- 6.- Programa Conejos y Cobayos.
- 7.- Programa Piscícola.
- 8.- Programa Cultivos Tradicionales,
- 9.- Programa de Abonos Orgánicos,
- 10.- Programa de Viveros,
- 11.- Programa de Hortalizas,
- 12.- Programa Agrosilvopastoril,
- 13.- Programa de Sericultura (cría del gusano de seda).
- 14.- Programa de Procesamiento Agropecuario.

Flora: está conformada por arbustos espinosos de hojas coriáceas caducifolias y por una cubierta de gramíneas en mescla con cactáceas. Entre las especies

dominantes están: ceibo (*ceiba pentandra*) faique (*Acacia macracantha*) y algarrobo (*Prosopisjuliflora*).

Fauna: colibríes (*Trochilinae*), gavilanes (*Accipiter nisus*), ardillas (*Sciurus vulgaris*), murciélagos (*Micronycterismegalotis*) y guatusas (*Dasyprocta fuliginosa*). Loras (*Amazona ochrocephala*), chirocas, iguanas (*Iguana iguana*) y una gran variedad de reptiles entre las especies de aves se tiene las siguientes: Carpintero (*Piculusrubiginosus*), perico (*Leptosittacasp*), paloma (*Columba fasciata*) El atractivo está conservado.

RECOMENDACIONES

- Cámara fotográfica
- Comunicarse previamente con la institución para realizar la visita.
- Usar ropa y zapatos cómodos para caminar.
- Usar protector solar, Repelente

Actividades Turísticas

- Tomar fotografías.
- Recorridos por diferentes programas que desarrolla la institución y conocer las técnicas de cultivo orgánico de los principales productos agrícolas de la parroquia.
- Pesca deportiva

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Paola Elizabeth Delgado Loayza

Ficha N° 7 Bosque Seco

NOMBRE DEL ATRACTIVO:		JERARQUÍA:
Bosque seco		II
CATEGORÍA:	TIPO:	SUBTIPO:
Manifestación Natural	Bosque	Seco
PROVINCIA:	CANTÓN:	LOCALIDAD:
LOJA	Paltas	Parroquia Casanga

Foto 7



UBICACIÓN:

El Bosque Seco se encuentra ubicado en Áreas entre el Río Playas y Río Catamayo (Partes bajas de las parroquias Guachanamá, Casanga, Yamana y Catacocha) y Zona norte de la parroquia Orianga
Latitud: -4.117498
Longitud: -79.810863

CARACTERÍSTICAS:

Declarado por la UNESCO como Reserva de Biosfera en el año 2015. El bosque seco forma parte de seis municipalidades que la conforman mostrando su voluntad y compromiso: Paltas, Celica, Puyango, Pindal, Zapotillo y Macará. El bosque cubre más de 500 000 hectáreas, asimismo una de las mayores poblaciones de aves endémicas sudamericanas, y también poblaciones considerables de algunas especies animales emblemáticas, como el cocodrilo narigudo y el mono aullador negro.

En el territorio del cantón Paltas es parte la Reserva de Biosfera "Bosque Seco"; según el Ministerio del Ambiente existen 1190,92 ha. De territorio bajo conservación y manejo ambiental, de las cuales 156 ha de Bosque Seco pertenecen al Centro Binacional de Formación Técnica Zapotepamba.

Existen especies de importancia tanto de flora como de fauna, y son:

Flora: Entre las especies dominantes están: ceibo (*ceiba pentandra*) faique (*Acacia macracantha*) y algarrobo (*Prosopis juliflora*).

Fauna: colibríes (*Trochilinae*), gavilanes (*Accipiter nisus*), ardillas (*Sciurus vulgaris*), murciélagos (*Micronycterismegalotis*) y guatusas (*Dasyprocta fuliginosa*). Loras (*Amazona ochrocephala*), chirocas, iguanas (*Iguana iguana*) y una gran variedad de reptiles entre las especies de aves se tiene las siguientes:

Carpintero (*Piculus rubiginosus*), perico (*Leptosittacus*), paloma (*Columba fasciata*)

RECOMENDACIONES

- Usar ropa cómoda
- Ropa de baño
- Protector solar
- Gorra
- Repelente
- Cámara fotográfica

Actividades Turísticas

- Tomar fotografías.
- Bañarse en sus cálidas aguas

Actividades turísticas

- Caminatas
- Fotografías
- Observación de Flora y Fauna
- Ecoturismo

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Paola Elizabeth Delgado Loayza

6.1.5 Caracterización de la Demanda

Actualmente en el Centro Binacional de Formación Técnica de Zapotepamba no existe demanda turística por la falta de implementación de actividades que vayan relacionadas al ámbito turístico, además este lugar por ser centro de Formación recibe estudiantes de las diferentes instituciones aledañas con el fin de realizar sus prácticas los mismos que optan por permanecer de lunes a viernes y los fines de semana, en su mayoría también optan con permanecer 15 días hasta culminar con sus prácticas académicas enfocadas a los diferentes programas agrícolas que posee el centro.

El Centro Binacional de Formación Técnica de Zapotepamba recibe la demanda de estudiantes en temporada de clases y en épocas estacionales, ya que brinda capacitaciones a los diferentes productores del cantón y la provincia de Loja.

Los estudiantes y productores agrícolas viajan de forma independiente y a la vez de forma organizada por lo que su gasto promedio por la estadía académica que realizan los estudiantes es de 11 dólares ya que ellos reciben los servicios de restaurante y alojamiento.

El Centro cuenta internamente con el atractivo del Bosque Seco que pertenece a la mancomunidad del mismo nombre que es un icono representativo para el ecosistema en el cual los turistas pueden realizar visitas, en la parte externa del centro encontramos el balneario el almendral que en temporada de carnaval es concurrido por visitantes, de la misma manera el Centro Binacional de Formación Técnica de Zapotepamba es un centro en el que los visitantes pueden realizar actividades ecoturísticas.

6.1.6 Entrevista

6.1.7 Análisis de la entrevista: presidente del GAD parroquial de Casanga

En la presente investigación se aplicó la entrevista al Ing. Ovidio Ramírez Jiménez; presidente del GAD parroquial de Casanga en la que se concluye:

La Parroquia Casanga, actualmente cuenta con varios planes de desarrollo estratégico agrícola por lo que tienen varias actividades principales los mismos que están enfocados en mejorar las condiciones de vida de sus habitantes; de la misma manera no cuenta con un plan de desarrollo ámbito turístico, por motivo que no les dan la suficiente importancia a los atractivos turísticos, los mismos que en la actualidad se encuentran deteriorados.

Los principales inconvenientes para que no se haya construido una adecuada infraestructura turística en la localidad son:

- Limitados recursos económicos.
- Falta de estudios técnicos y capacitación.
- Falta de apoyo de las instituciones vinculadas al tema turístico.

El Sr presidente considera que el Centro Binacional de Formación Técnica Zapotepamba sería un eje principal para el desarrollo del turismo por lo que cuenta con una diversidad de animales y producción agrícola en la que los turistas pueden disfrutar una nueva forma de turismo.

Concluye que Centro Binacional es uno de los lugares con un ambiente de tranquilidad y relajado para un buen desarrollo del turismo eh implementación de nuevas actividades.

Análisis de la entrevista: Director del Centro Binacional de Formación Técnica de Zapotepamba

En la presente investigación se aplicó entrevista al Ing. Roberth Guerrero, Director del Centro Binacional de Formación Técnica Zapotepamba; de las cuales concluye:

Que el Centro Binacional en un lugar de relajamiento por estar rodeado de naturaleza en el cual los turistas pueden disfrutar de otro ambiente, cabe recalcar que las personas que llegan a este lugar son estudiantes de colegios agrícolas personas que llegan a capacitarse en el ámbito agrícola que se encuentran en los barrios y cantones de la provincia de Loja, por el mismo hecho es necesario la publicidad mediante prensa, afiches, publicidades para que la gente conozca sobre estas actividades del lugar para darlo a conocer a nivel local, regional y nacional, y así fomentar el turismo y sus diferentes actividades ecoturísticas que ofrece el centro

El Centro Binacional de Formación Técnica Zapotepamba que no cuentan con ningún proyecto en ejecución enfocado en el ámbito turístico, la falta de recursos ha hecho que no puedan contar con un proyecto elaborado y en ejecución, por tal motivo no cuenta con personal en el ámbito turístico solo hay personal enfocado en la agricultura, el director del centro tiene iniciativas para que se desarrolló turístico por motivo que cuenta con la infraestructura buena como son para alojamiento, restaurante y un auditorio.

Al implementarse este turismo realmente sería bastante bueno por lo que el centro se encuentra ubicación en el valle de Casanga una zona privilegiada de la provincia de Loja con un clima bastante bueno con espacios naturales como es el Bosque seco que son únicos esto permitirá a tener un vínculo más

estrecho con la comunidad y podrían conocer lo que realizan dentro del centro y ser una potencia turística de la provincia de Loja.

El Centro Binacional hace auto gestión desde el año 2011 tienen un plan de autogestión que les está dando resultado con la colaboración de instituciones que hacen convenios interinstitucionales para poder generar recursos para el centro dando así ingreso económicos para sus mejoramientos tanto en infraestructura como académicos. Ver anexo N°3

6.1.8 MATRIZ F.O.D.A.

Para la realizar el análisis F. O. D. A, se utilizó información recolectada en la entrevista y visitas realizadas en la parroquia, con la finalidad de plantear una propuesta encaminada en fortalecer el desarrollo turístico del Centro Binacional de Formación Técnica de Zapotepamba

Cuadro N° 17 Matriz de FODA

FORTALEZA	OPORTUNIDADES
<ol style="list-style-type: none"> 1. Programas agrícolas existentes (14) 2. Personal comprometido con los fines agrícolas 3. Instalaciones en buen estado: alojamiento y restauración 4. El Centro cuenta con horarios accesibles para los visitantes. 5. La ubicación del Centro es estratégica para la accesibilidad y cercanía de sectores productivos como son: para el cantón Catacocha las diferentes parroquias del cantón, el cantón Celica, cantón Puyango 6. Pasantías estudiantiles a nivel local, cantonal, región sur del país y norte del Perú. 7. Vista panorámica en el trayecto del sendero. 8. Cuenta con infraestructura en buen estado 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Vía panamericana en buen estado 2. Convenios con el GAD cantonal 3. Convenios binacionales Ecuador-Perú existentes para el desarrollo del turismo en el centro Binacional de Formación Técnica de Zapotepamba 4. Tendencias mundiales enfocadas en el ecoturismo 5. Afluencia de turistas nacionales y extranjeros en la provincia de Loja 6. Posee un clima subtropical seco favorable para la actividad ecoturística. 7. Cuenta con un clima templado cálido. 8. El cantón Paltas se encuentra ubicado en un lugar estratégico para toda la provincia de Loja
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ol style="list-style-type: none"> 1 Falta de señalética turística 2 No cuenta con personal capacitado en el ámbito turístico 3 Falta de promoción turística 4 Carencia de información para la creación de senderos 5 Poca afluencia de turistas 6 No cuentan con un plan de desarrollo turístico del lugar 7 Inexistencia de espacios para actividades ecoturísticas programados para los visitantes 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Políticas locales limitadas en el desarrollo del turismo 2. Excesiva rotación del personal en la Área de Turismo de Catacocha 3. Falta de presupuesto para el desarrollo de proyectos turísticos en la parroquia de Casanga. 4. No existe apoyo de instituciones de turismo 5. El desarrollo en el ámbito turístico del Centro Binacional se puede ver afectado por la falta de interés por parte del director

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Paola Elizabeth Delgado Loayza

Cuadro N° 18 Matriz de Estrategias

FACTORES INTERNOS FACTORES EXTERNOS	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Programas agrícolas existentes 2. Personal comprometido con los fines agrícolas 3. Instalaciones en buen estado: hospedaje y alimentación. 4. El Centro cuenta con horarios accesibles para los turistas 5. La ubicación del Centro es estratégica para la accesibilidad y cercanía de sectores productivos 6. Pasantías para estudiantes 7. Vista panorámica en el trayecto del sendero. 	<ol style="list-style-type: none"> 1 Falta de señalética turística 2 Falta de personal capacitado en el ámbito turístico 3 Falta de promoción turística 4 Carencia de información para la creación de senderos 5 Las autoridades no cuentan con un plan de desarrollo turístico del lugar 6 Falta de actividades ecoturísticas programados para los visitantes
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS DO
<ol style="list-style-type: none"> 1. Vías en buen estado 2. Convenios con el GAD cantonal 3. Convenios binacionales existentes para el desarrollo de practicas 4. Interés para el desarrollo del turismo en el centro Binacional de Formación Técnica de Zapotepamba 5. Tendencias mundiales enfocadas en el ecoturismo 6. Incremento de oportunidades de trabajo en la población. 7. Afluencia de turistas nacionales y extranjeros 8. Clima Favorable para la actividad turística 	<p>Proponer una marca, que permita identificar los servicios turísticos que ofrece el centro (F1, F7, O2, O4, O8)</p>	<p>Diseñar la señalética turística el mismo que permita la autoguianza por los senderos. (D1, O6, O7)</p>
AMENAZAS	ESTRATEGIAS FA	ESTRATEGIAS DA
<ol style="list-style-type: none"> 1. Políticas locales limitadas en el desarrollo del turismo 2. Poca afluencia de turistas 3. Inestabilidad del personal del Ministerio de Turismo 4. Falta de presupuesto para el desarrollo de proyectos turísticos. 5. No existe apoyo de instituciones de turismo 	<p>Promocionar los servicios turísticos propuestos para el centro (F1, F2, F4, A2)</p>	<p>Diseñar una propuesta de actividades ecoturísticas, que permita la participación del centro (D6, A2)</p>

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Paola Elizabeth Delgado Loayza

6.2 Segundo objetivo: diseño de la propuesta de actividades ecoturísticas para el Centro Binacional de Formación Técnica Zapotepamba.

6.2.1 Introducción

El diseño de una propuesta de actividades ecoturísticas está enfocado en fomentar a los turistas la protección del medio ambiente, con la intención de no manipular a la naturaleza sino contemplar y admirar su belleza.

Con las diferentes actividades a proponer el turista podrá disfrutar de los encantos de los diferentes programas que se desarrollan en el Centro Binacional.

El Centro Binacional es un lugar para dejar la rutina diaria y salir a conocer y explorar un nuevo mundo lleno de nuevas experiencias, como participar en los cultivos, pesca deportiva, caminatas, cabalgatas y camping.

El diseño de nuevas actividades para el centro Binacional buscará que se desarrolle una nueva opción de turismo, por el cual se dará a conocer el Centro Binacional de Formación Técnica de Zapotepamba no solo por la actividad agrícola sino también por los diferentes servicios y actividades que ofrece para el turista.

La propuesta es un aporte al progreso turístico del cantón Paltas y de su comunidad, en base a mejorar la calidad y condiciones de vida de la sociedad, fomentando, insertando y practicando de esta manera el plan del buen vivir en cada uno de sus habitantes; el mismo que permitirá mostrar y difundir el potencial turístico que posee el Centro Binacional.

6.2.2 Atractivos turísticos y actividades

Cuadro N° 19 Atractivos Turísticos

Atractivos turísticos	Jerarquía
Bosque Seco	II

Fuente: Trabajo de campo

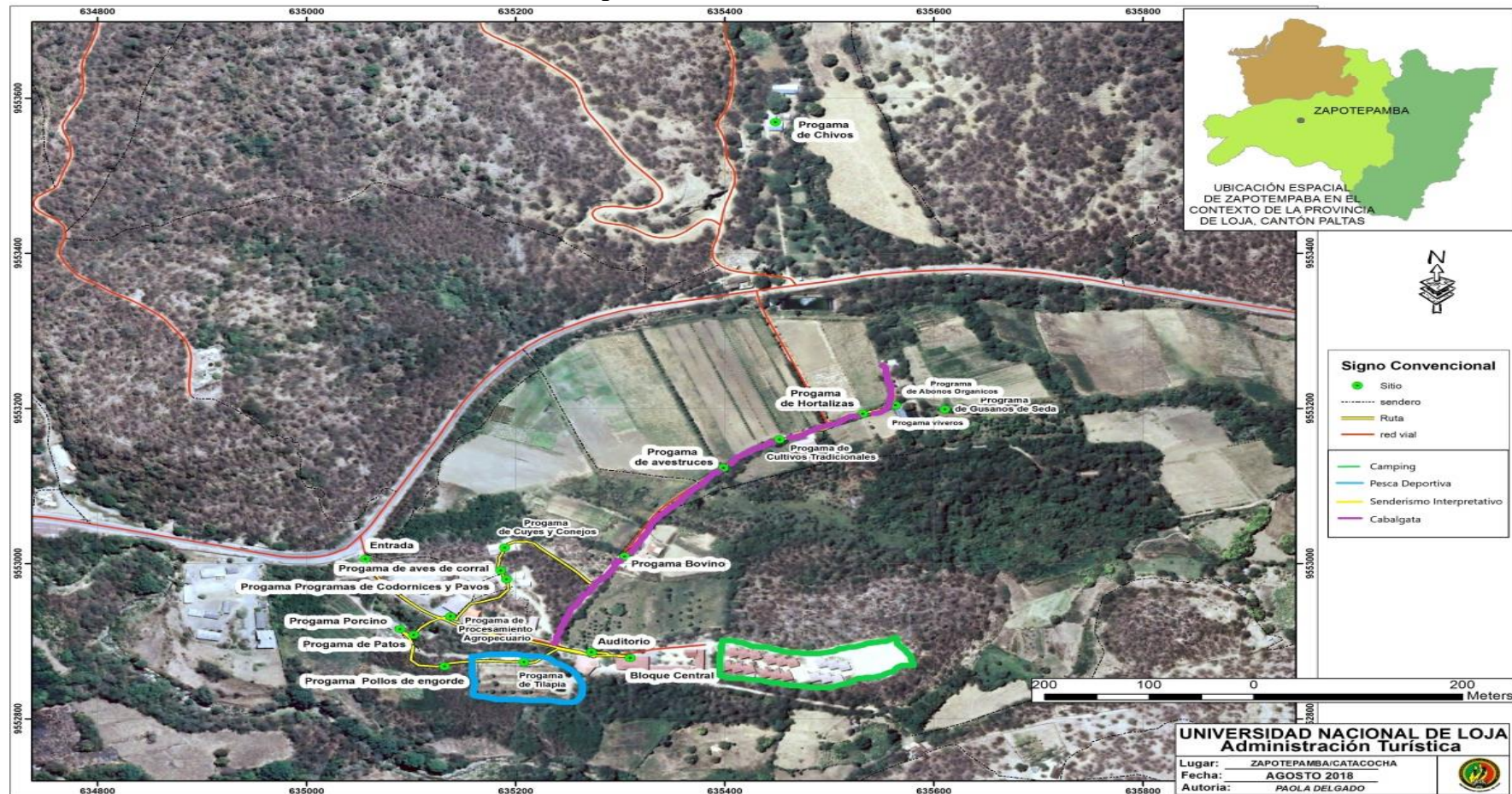
Elaboración: Paola Elizabeth Delgado Loayza

Entren las actividades a desarrollar en la investigación tenemos las siguientes actividades ecoturísticas:

- Senderismo interpretativo
- Camping
- Cabalgatas y
- Pesca deportiva

ZONIFICACIÓN DE LAS ACTIVIDADES ECOTURÍSTICAS

Figura N° 6 Actividades Ecoturísticas



Fuente: Trabajo de Campo
 Elaboración: Paola Elizabeth Delgado Loayza

6.2.3 Medios de transporte

Para llegar el Centro Binacional encontramos diferentes medios de transporte como son buses Intercantonal, y camionetas que lo llevan al hasta el Centro Binacional. Dentro del Centro no necesitaremos medios de transporte vehicular. Se considera que para las actividades de: cabalgatas se necesitara caballos para lo que es el recorrido por el Centro Binacional

6.2.4 Nombre del producto

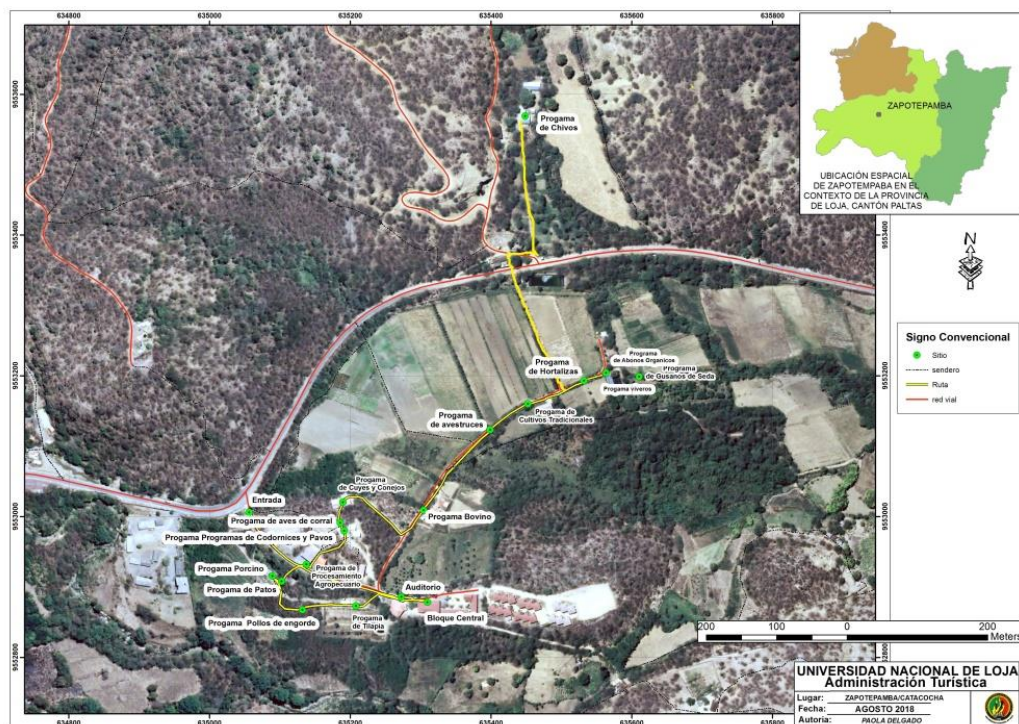
Actividades Ecoturísticas “*Nuevas experiencias por descubrir*”

Se propone este nombre a las diferentes actividades ecoturísticas para atrapar e incentivar a al turista a conocer y practicar nuevas experiencias en ecoturismo en un lugar distinto a lo tradicional de la misma manera la recreación en una nueva alternativa que ofrece el Centro Binacional.

6.2.5 Descripción de las actividades

a) Actividades: Senderismo interpretativo

Figura N° 7 Mapa Senderismo Interpretativo



Fuente: Trabajo de Campo
Elaboración: Paola Elizabeth Delgado Loayza

Senderismo interpretativo: Se realizará en el Centro Binacional de Formación Técnica Zapotepamba conociendo y disfrutando de la belleza de la naturaleza vegetación diversidad de flora y fauna, entre las diferentes especies encontramos las siguientes:

Flora: Entre las especies dominantes están: ceibo (*ceiba pentandra*) faique (*Acacia macracantha*) y algarrobo (*Prosopis juliflora*).

Fauna: colibríes, gavilanes, ardillas, murciélagos y guatusas, loras, chirocas, iguanas y una gran variedad de reptiles entre las especies de aves se tiene las siguientes: Carpintero (*Piculus rubiginosus*), perico (*Leptosittacus*), paloma (*Columba fasciata*).

Para realizar esta actividad se recomienda estar en buena condición física, lo que va a depender también de la complejidad del sendero.

La importancia fundamental del senderismo es el contacto directo con la naturaleza, por lo que una de muchas ventajas es la educación para la conservación del medio ambiente sin importar el grado de escolaridad en el grupo que se encuentren y formen parte las personas que realizan esta actividad. En esta actividad se puede realizar:

- **Fotografía:** el turista puede realizar fotografía en los diferentes paisajes que ofrece el Bosque Seco
- **Observación de flora y fauna:** la diversidad que ofrece el bosque seco.

Equipamiento para realizar el senderismo es el siguiente:

Equipo para el turista

- Calzado y vestimenta adecuados según la zona.
- Linterna, cuando la modalidad sea nocturna.
- Bastón (opcional).

Equipo del guía

- Calzado y vestimenta adecuados según la zona

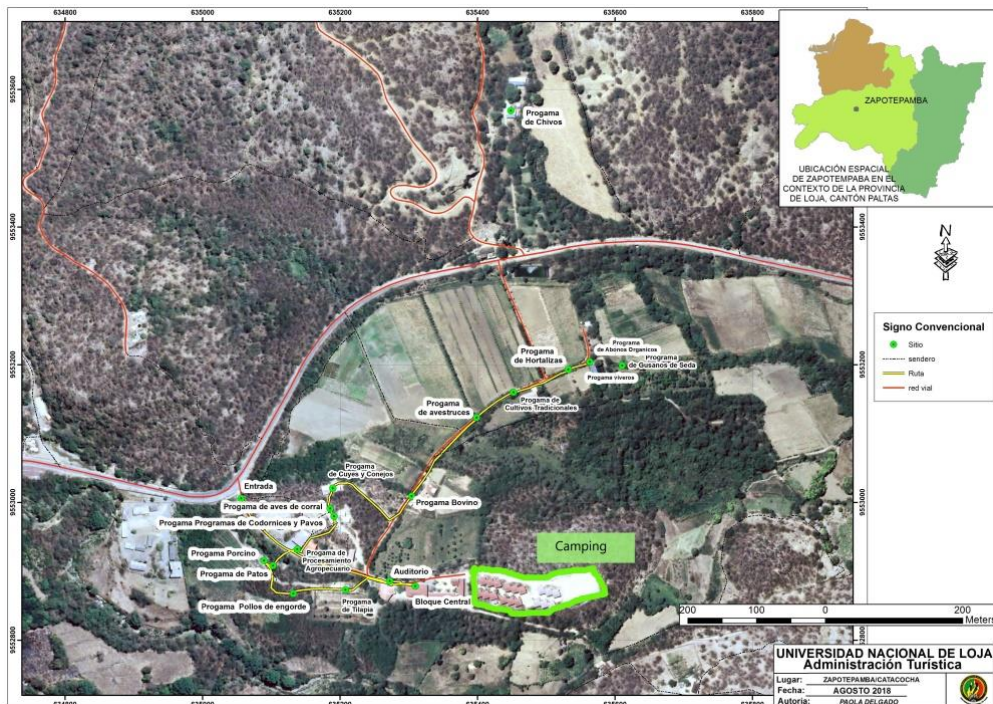
- Linterna, cuando la modalidad sea nocturna.
- Botiquín de primeros auxilios equipado de acuerdo a la zona en la que se realiza la operación enfocado en traumas e hipotermia.
- Sistema de comunicación.
- Equipo de orientación en aéreas remotas.
- Navaja multiuso o cuchillo.
- Bolsas secas para guardar el equipo y ropa, que proporcione protección contra las inclemencias del clima y que esté fabricado con materiales resistentes reforzados anti desgarro y abrasión.
- Bastones.

Equipo complementario

- Hidratación y alimentación de acuerdo a las características del programa.
- Bastones extras.

b) Camping

Figura N° 8 Mapa de Camping



Fuente: Trabajo de Campo
Elaboración: Paola Elizabeth Delgado Loayza

Camping: se realizará en el Centro Binacional de Formación Técnica de Zapotepamba para pernoctar por una noche o las noches que desee el turista en esta actividad se utilizará carpas la cuales encontraremos en el Centro Binacional de Formación Técnica Zapotepamba

El turista puede llevar su propia carpa y el que desee puede alquilar en el centro, se contara con carpas para capacidad de 2 a 8 personas

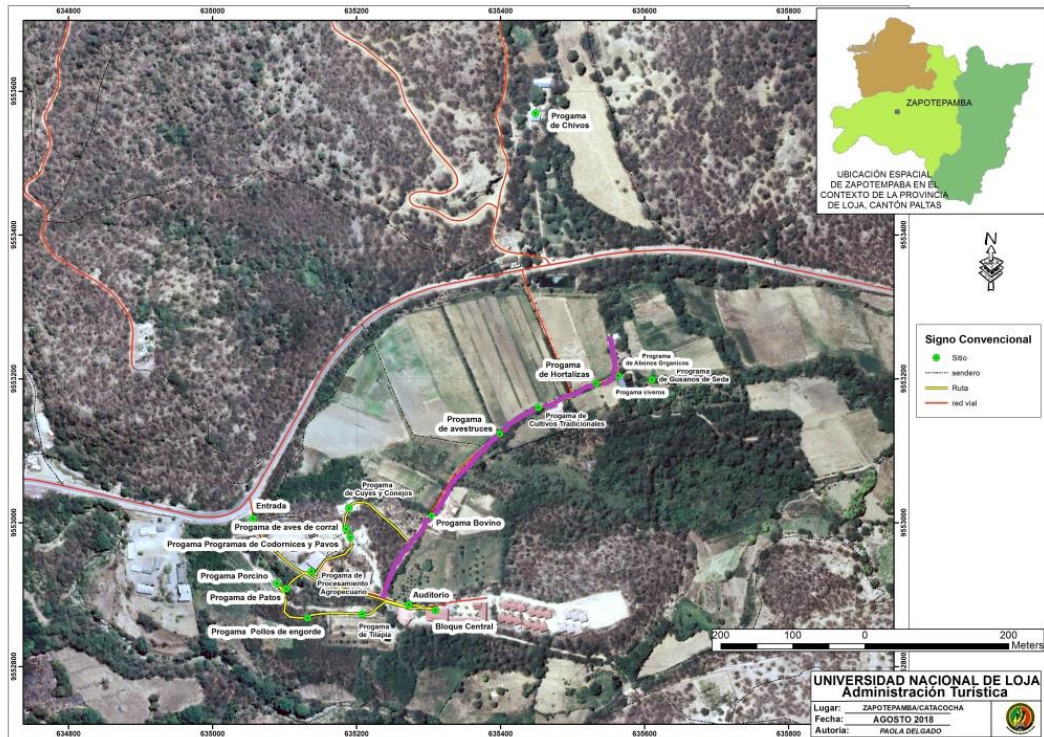
En primera instancia, los participantes del campamento deben reunirse en el punto de encuentro previamente planificado para lo cual se ruega puntualidad. El staff del camping debe llegar con anticipación para organizar a los campistas.

En el trayecto del punto de encuentro hacia el lugar de campamento se aprovecha el tiempo organizando a los campistas por equipos, también se realizan dinámicas de integración y se indican datos generales del lugar de camping

Equipo para el campamento

- Carpa
- Sleeping
- Linterna de cabeza LED y pilas extras
- Botella de agua
- Ropa para dormir en bolsa impermeable
- Abrigo (si el área es fría)
- Repelente contra insectos

Figura N° 9 Mapa de la Cabalgata



Fuente: Trabajo de Campo
Elaboración: Paola Elizabeth Delgado Loayza

Cabalgatas: se realizará la visita a diferentes programas agrícolas que ofrece el Centro Binacional, los turistas podrán disfrutar de la gran riqueza paisajística, apreciar de la flora y fauna existente en este sector, siendo una actividad de aventura y esparcimiento del entorno natural, pensando siempre en la satisfacción del cliente y buscando una posición competitiva en el mercado turístico para el beneficio de sus pobladores.

Así brindará, la oportunidad de experimentar sensaciones de adrenalina, diversión, relajación, convivencia y lograr satisfacer las necesidades de nuestros turistas, logrando el respeto a la naturaleza y sus componentes. Las cabalgatas que se ofrecen no son exclusivamente para jinetes especializados, están direccionadas para un turista sin experiencia, pero con todas las ganas de vivir una aventura llena de adrenalina y el disfrute con el entorno natural.

Se ofrecerá caballos que se adaptan de acuerdo a las necesidades del turista con el fin de realizar esta actividad sin dificultad. Nuestros compañeros de viaje en estas travesías serán caballos criollos propios de la zona, que por sus características son idóneos para esta actividad, por ser de todo terreno y con una fortaleza física que poseen.

Entre algunos programas a visitar son:

- Programa bovino
- Programa de avestruces
- Programa Cultivos Tradicionales,
- Programa de Abonos Orgánicos,
- Programa de Viveros,
- Programa de Hortalizas,
- Programa de Sericicultura (cría del gusano de seda).

Con el respectivo orden y con la respectiva instrumentación para realizar esta actividad la cual se necesitará lo siguiente:

La distancia entre caballos será de al menos 3 metros para evitar riesgo para el turista y el caballo que está atrás.

Equipamiento para el animal

- Instrumentos en buen estado (sin rotos, remellados o cortes) y que se ajuste a la anatomía del caballo en proporción al guía y al turista (niño o adulto).
- La montura debe ser cómoda y no lastimar al animal.

Equipo para el turista

- Caballo apto para la modalidad (referirse al punto 1 y 5 del presente artículo).
- Casco acorde a la modalidad.
- Capa o poncho de aguas (según las condiciones climáticas) sin rotos, remellados o cortes.

Equipo del guía

- Caballo apto para la modalidad.
- Casco acorde a la modalidad.
- Botiquín de primeros auxilios para personas equipado de acuerdo a la zona en la que se realiza la operación enfocado en traumas.
- Botiquín de primeros auxilios para equinos.
- Un caballo adicional en expediciones largas de más de un día apto para la modalidad
- Capa o poncho de aguas (según las condiciones climáticas) sin rotos o remendados.
- Cuerdas extras para tirar de otro caballo.
- Sistema de comunicación.
- Silbato.
- Cuchillo.

Equipo complementario

- Hidratación y/o alimentación dependiendo del programa.

Características del animal

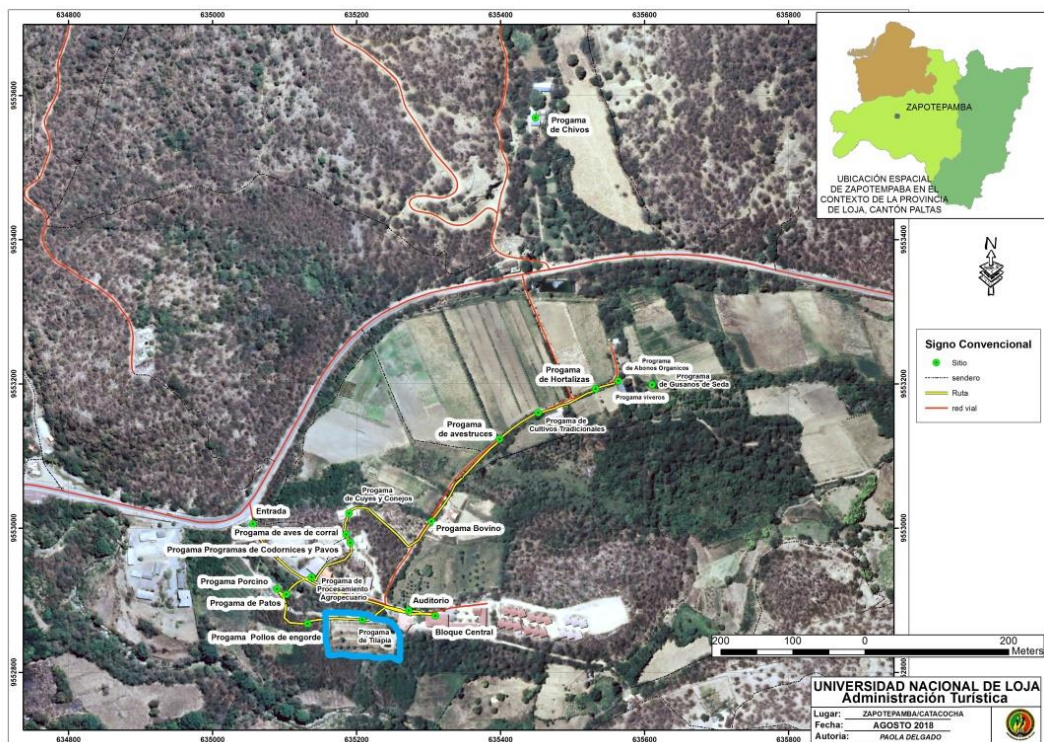
- Gozar de buen estado de salud determinado por un veterinario y tener su carnet reconocido por la entidad pertinente.
- Las yeguas que se encuentren en período de celo, estado avanzado de gestación (más de 9 meses) o amamantando hasta un mes, no podrán ser utilizadas para esta modalidad.
- Tener por lo menos tres años de edad para empezar a domarlos.
- Tener cascos en buen estado y herraduras cuando el terreno lo requiera.
- Mansos sin defectos conocidos o mañas como patadas o mordidas y no asustadizos, con dos años de estar domados, como mínimo. Se recomienda que no sean caballos enteros ni reproductores.
- Estar vacunados de acuerdo al medio y contar con chequeos veterinarios semestrales que deben verificarse con la presentación respectiva del carnet veterinario de cada animal, otorgado por el o la médico

veterinario. Sólo se reconocerán los carnets de los médicos veterinarios registrados en la Secretaría Nacional de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación.

El Centro Binacional de Formación Técnica Zapotepamba no cuenta con la disposición de caballos para realizar esta actividad se avisto la necesidad de alquilar caballos a los pobladores y de la misma manera contribuir al desarrollo económico y turístico de los mismos.

c) Pesca deportiva

Figura N° 9 Mapa de la Pesca Deportiva



Fuente: Trabajo de Campo
Elaboración: Paola Elizabeth Delgado Loayza

Pesca deportiva: esta actividad se realizará en las diferentes piscinas de Tilapia, el centro cuenta con 12 piscinas de las cuales encontraremos 2 en las que el turista puede realizar la pesca deportiva.

En la pesca deportiva se emplearán cañas de pescar, carretes, red de pesca y anzuelos con cebos naturales para conseguir los peces en este caso será la tilapia. Es una de las formas más populares de esparcimiento

en todo el mundo. Permite a la gente disfrutar al aire libre y aceptar el desafío de su persecución, luchar con peces escurridizos, y quizás, obtener comida

Para esta actividad el turista deberá contar con un instrumento principal que será red de pesca, cañas de pescar son instrumentos que el Centro Binacional tendrá a disposición de turista cuando necesite alquilarlo y recordar que este lugar se autofinancia por si solo por tal motivo se ve la necesidad de alquilar los diferentes instrumentos para las distintas actividades turísticas que contará el Centro.

Equipo para el turista

- Ropa cómoda
- Gorra (según el clima)
- Caña de pescar o red de pesca
- Carnada para los peces

Equipo complementario

- Hidratación y/o alimentación dependiendo del programa.

Tiempo y duración del recorrido

Las diferentes actividades se las realizara dentro del Centro Binacional de Formación Técnica Zapotepamba

Tiempo para actividades: para cada actividad tendrá la duración de un día.

ITINERARIO

ITINERARIO

Centro Binacional de Formación Técnica Zapotepamba “Bosque Seco”

7:00 Punto de encuentro en el Centro Binacional de Formación Técnica de Zapotepamba

7:30 Desayuno

8:30 Charla e indicaciones

9:00 Inicio del recorrido “senderismo interpretativo”

9:15 Visita al programa de tilapia, explicación; se realizará PESCA DEPORTIVA. (Cada persona podrá pescar la tilapia que desee del cual esto será preparado para su almuerzo)

12:30 Almuerzo “Plato típico del Lugar”

13:30 Visita al Programa de Pollos de engorde

14:00 Visita al Programa Porcino (explicación)

14:30 Visita al Programa de Patos (explicación)

15:30 Visita al programa de Procesamiento agropecuario (explicación)

16:00 Visita al programa de aves de corral (explicación, el visitante podrá realizar la alimentación a las aves de corral)

16:30 Visita al programa de codornices y pavos (explicación)

17:00 Visita al programa de cuyes y conejos (explicación)

17:30 Fin del recorrido del día

18:00 Instalación de carpas

19:00 Cena

19:30 Descanso (camping)

DIA 2 RECORRIDO EN EL CBFTZ

07:00 Desayuno

08:00 Indicaciones para realizar la cabalgata

08:30 Entrega del equipo adecuado para realizar esta actividad

08:45 Entrega de caballos a cada turista

08:55 Inicio del recorrido

09:00 Visita al programa bovino (explicación)

09:30 Visita al programa de avestruces (explicación)

10:00 Visita al Programa de cultivos Tradicionales (explicación)

10:30 visita a la Bodega de Almacenamiento

11:00 Visita al programa de Hortalizas

11:30 Visita al programa de abonos orgánicos

12:00 Visita al programa de viveros

12:30 Visita al programa caprino

13:00 Almuerzo

14:30 Recorrido por las cabañas del centro

15:00 Fin del recorrido

Guion turístico

Buenos días y bienvenidos al Centro Binacional de Formación Técnica de Zapotepamba, mi nombre es Paola Delgado, en esta mañana tengo el agrado de compartir con ustedes y a la vez seré su guía durante todo el día, si tienen alguna inquietud no duden en hacerla.

El recorrido tiene una distancia de 1.35km. Esta guianza se lo hará de forma pedestre, e iremos indicando la importancia de cada uno de los programas que se visitará, el punto de inicio es el Programa de Tilapias y como punto final será en el Programa de Viveros. Para este recorrido se les recomienda permanecer en grupo.

Antes de iniciar el recorrido es necesario mencionar que el Centro Binacional de Formación Técnica de Zapotepamba se sitúa en el Valle de Casanga del cual es una parroquia rural del cantón Paltas de la provincia de Loja, cuenta un clima subtropical apto para la pasar momentos agradables a más de la amabilidad de su gente y por qué no mencionar que Catacocha es un lugar turístico Cultural por ser declarado por la UNESCO Patrimonio Cultural del Ecuador el 25 de Mayo de 1994 es uno de los lugares de gran interés turístico de la provincia de Loja.

En este momento nos encontramos en el Programa de Tilapia aquí como pueden ver la fuente de agua es de buena calidad, el agua puede provenir de un pozo, un canal de irrigación, una vertiente, o de un rio de la misma manera se necesita suficiente agua para llenar la piscina, hay que mantener los niveles de acuerdo al nivel de evaporación y filtración del área. Para el suelo de las piscinas se necesita que sean de tipo arcilloso, la temperatura de las piscinas es determinada en gran parte por el clima de la zona, hay que tomar en cuenta que la especie como la tilapia necesita una temperatura superior a 22 °C para un óptimo crecimiento.

Se puede realizar la pesca deportiva en caso de que alguien guste hacerlo la pesca que cada uno haga lo pueden utilizar para su almuerzo.

Nos encontramos en programa de gallinas de engorde en el que se puede visualizar en cada pieza o cuarto cuenta de 50 a 75 pollos, de estos pollos cada semana se hace entrega a distribución para todo el cantón Paltas.

En este momento estamos en el programa porcino, los cerdos es un elemento clave en la producción integral. Entre sus ventajas estas su capacidad de adaptación a diferentes formas de manejo y alimentación incluso de convierte en un reciclador dentro de su sistema pecuario-agrícola

Este programa dispone de cuatro cerdas reproductoras, se realiza 30 días de edad de los lechones para luego venderlos a la edad de dos meses de 20kg. Razas de cerdos, Landrace: es la más larga de todas las razas, de orejas caídas, tiene aptitud materna y muy prolífera, York Shire: son blancos sin manchas con orejas erectas y por último la raza Pietrain: tiene abundante musculatura y poca grasa es empleada para producir madres destinadas a producir cerdos híbridos

Seguidamente nos encontramos en el programa de patos en este programa podemos encontrar diversidad de patos los cuales son criados con maíz podemos visualizar en una cantidad de 50 a 100 patos, estos en fechas como navidad son comercializados en el cantón Paltas y la provincia de Loja; encontramos el programa caprino son animales grandes con extremidades largas y robustas, sus orejas son largas y caídas y cuelgan a los lados de la cabeza, los colores más usuales son el negro, el rojo y el canela que pueden presentarse combinados con el blanco, tienen pelo corto; su producción de leche es 1,5 a 2 litros al día al igual que su contenido en grasa de un 5-6% encontramos 3 razas como son: Raza Saanen, Raza Anglo Nubia, Raza Boer.

Nos encontramos en el programa de procesamiento de alimentos en este lugar se realiza con los productos que se obtiene en la finca se realiza el manjar, mermeladas de diferentes productos, el garrapiñado, los bocadillos en este lugar se hace el debido procesamiento desde la recolección del producto hasta en enfundado y la comercialización del mismo.

Llegamos al programa de aves de corral en este lugar podemos observar gallinas, codornices y pavos, cada grupo se encuentra por separado las gallinas las cuales ellas pones sus huevos y en la tarde son recolectados por el personal del centro por este lado encontramos los codornices en su respectivas jaulas ellas también pones sus huevos y de la misma manera son recolectados en las horas de la tarde, por este lado encontramos los pavos aquí podemos ver entre 5 y 8 pavos, el centro no cuenta con bastantes por lo que son aves grandes y un poco ariscas por lo que se ponen a pelear entre ellos.

Seguidamente nos encontramos en el programa de cuyes y conejos por esta parte encontramos a los cuyes que son animales muy reproductores que cada vez que paren tienen entre 9 a 11 cuyes se los mantiene separados a las hembras y machos. Por este lado encontramos a los conejos a estos animalitos se los mantiene en jaulas separadas pero cada una con su pareja para la debida reproducción estos tienen entre dos o tres crías por lo que es difícil su reproducción.

A pocos metros nos encontraremos con el programa bovino en este lugar como se observa se les da su alimentación y luego se los deja sueltos en un área verde para que ingieran hierva.

Nos encontramos en el programa de avestruces estas son las aves más grandes en el mundo, pero estas aves no pueden volar se las alimenta con maíz y con alimentación variada.

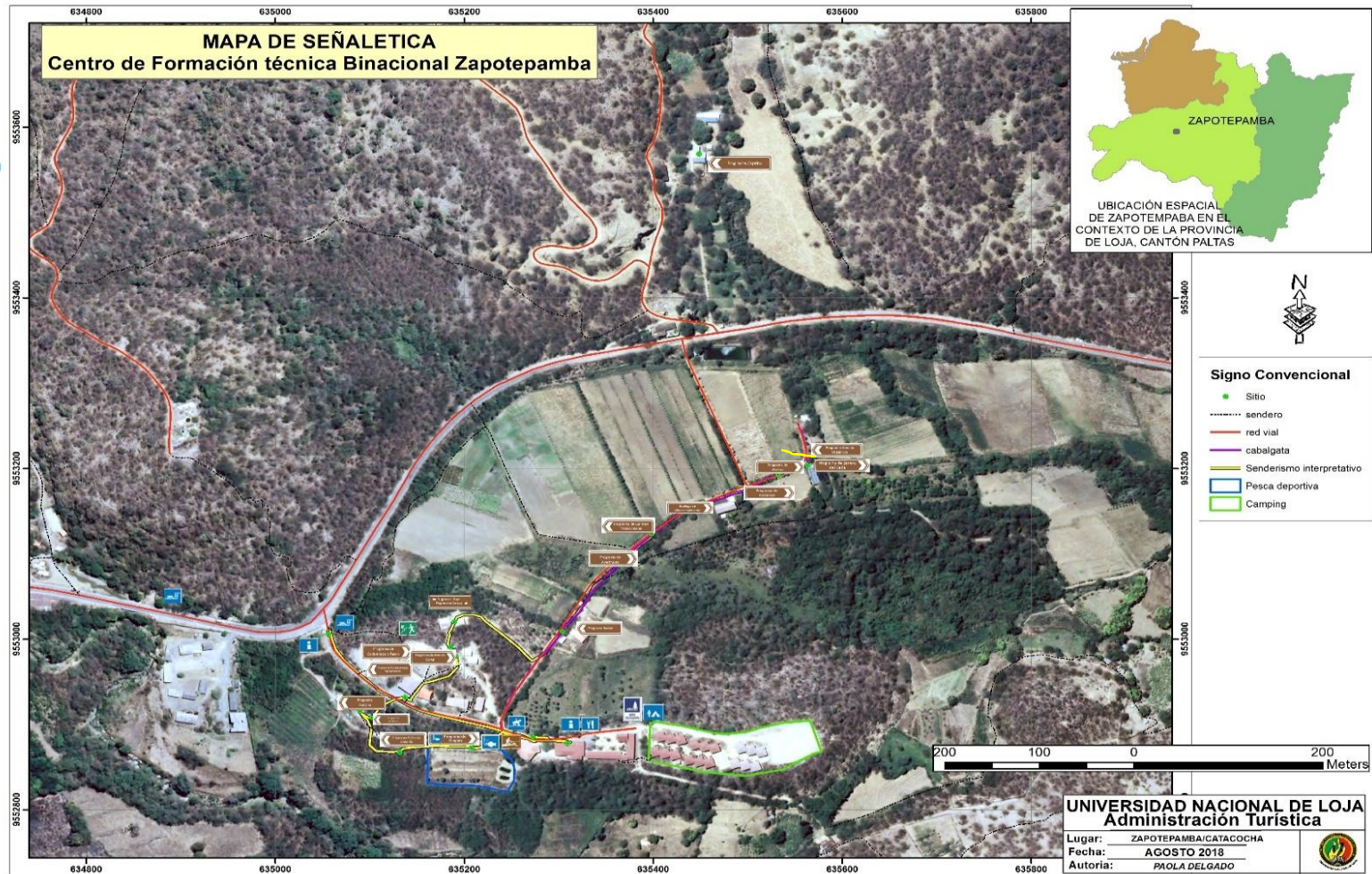
Nos encontramos en los programas de cultivos tradicionales el manejo de sus suelos de la finca del CBFTZ se ha ido mejorando con la incorporación de materia orgánica a través de diversas maneras como: Humus, Compost, Bocashy lo que ayudan a mejorar las condiciones físico - químicas del suelo, en este lugar podemos observar diferentes plantaciones desde las hortalizas, cultivos de maní, cultivos de maíz, cultivos de fréjol

Siguiendo con el recorrido encontramos los programas de elaboración de abonos orgánicos en este lugar se hace el procesamiento para los abonos y colocarlos en cada sembrío, encontramos los abonos Biol, el té de estiércol y frutas, el Humus y varios abonos más que son utilizados en los

cultivos tanto en cultivos de ciclo corto y ciclo largo, para frutales para que tengan una buena concentración. Nos encontramos el programa de viveros en este lugar se observa plantas florales como para decorar jardines y plantas medicinales orquídeas entre otras.

Por último, encontramos el programa de Sericicultura (gusano de seda) en este programa podemos observar dentro de la bóveda los gusanos que se encuentran en su envoltura y dentro de ellos están los gusanos, pero ellos ya se encuentran muertos por motivo que el gusano tiene un periodo de dos a tres horas de vida, cabe mencionar que en la bóveda que se encuentran los gusanos tiene que estar en una temperatura de menos 2°C. Hasta aquí hemos concluido con el recorrido turístico referente a la guianza por los diferentes programas agrícolas del Centro Binacional de Formación Técnica de Zapotepamba, esperando que la misma haya sido de su agrado y motive una próxima visita en el futuro. De mi parte les extiende un caluroso hasta pronto a todas las personas que fueron participes de esta guianza. Muchas gracias.

Figura N° 10 MAPA DE SEÑALÉTICA



Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Paola Elizabeth Delgado Loayza

6.2.6 Marca

Para la posible ejecución de la propuesta de actividades Ecoturísticas, se tomó en cuenta la creación de una marca y un slogan, sin olvidar que el Centro Binacional de Formación Técnica de Zapotepamba ya cuenta con un sello que representa al mismo, esta nueva marca y slogan se conocerá de manera local, regional e internacional y de la misma manera ofrecer una nueva alternativa de turismo en el Centro.

Figura N° 11 Marca de Actividades Ecoturísticas



Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Paola Elizabeth Delgado Loayza

Descripción

Este logotipo representa la producción, la variedad que se da en el Centro Binacional de Formación Técnica de Zapotepamba, los colores como es el amarillo representa el valle de Casanga por ser un lugar de clima cálido en la mayoría del año, el verde representa la naturaleza y la variedad de flora que posee el centro y parte del bosque seco que se encuentra en el centro binacional, el café representa la producción con la que cuenta la institución como es la agrícola y ganadera, el celeste representa el afluente que se encuentra en los alrededores ya que este es de gran ayuda para el riego de los cultivos.

6.2.6.1 Lema o Slogan

“Nuevas experiencias por descubrir”

El lema significa que al momento de salir de su lugar habitual el turista disfrutara de nuevas e inolvidables experiencias participando en actividades Ecoturísticas y agrarias que se pueden presentar en la vida.

6.2.6.2 Cliente objetivo

Basado en la entrevista realizada al director del Centro esta propuesta va dirigido para personas de 8 a 50 años. Para los Amantes al ecoturismo protección del medio ambiente, naturaleza, preferencias de realizar agroturismo, caminatas, camping, pesca deportiva y lo más importante para disfrutar en familia y amigos.

Para lo que es cabalgatas y senderismo va dirigido para personas de 12 a 40 años amante a estas actividades. Se lo puede dirigir para personas menores de 12 años, pero con la debida responsabilidad y supervisión de un adulto y con los debidos implementos para cada actividad.

Para estudiantes de colegios y universidad que les guste estar en contacto con el medio ambiente y disfrutar de la flora y fauna que encontramos en el Centro Binacional de Formación Técnica de Zapotepamba.

Servicios Turísticos

En el Centro Binacional de Formación Técnica de Zapotepamba cuenta con los servicios de alojamiento y alimentación en el que el turista puede acceder a estos servicios.

Normativa para el funcionamiento

Lo que debe llevar el turista

- Ropa y zapatos cómodos para realizar senderismo
- Gorra, gafas, protector solar, repelente y ropa de baño
- Cámara fotográfica, filmadora, etc.

Recomendaciones

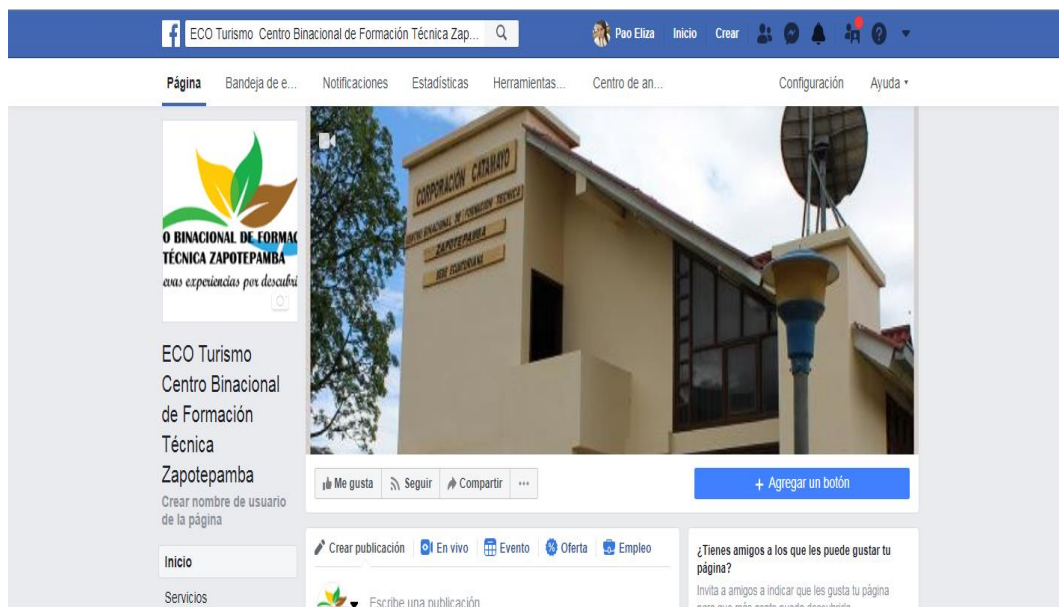
- Respetar los horarios establecidos en el itinerario
- Colocar la basura en los lugares destinados para ella, no contaminar los atractivos turísticos
- Cuidar la flora, fauna y la infraestructura turística.
- No consumir bebidas alcohólicas

6.2.7 Comercialización

La comercialización está a cargo del director del Centro Binacional de Formación técnica de Zapotepamba, esta entidad podrá promocionar esta propuesta mediante su página Web en la parte de TURISMO; podremos promocionar esta propuesta mediante trípticos, Toma todo, gorras y recuerdos en miniatura

Tríptico

Figura N° 12 Página de Facebook



Elaboración: Paola Elizabeth Delgado Loayza

Por medio de Facebook se podrá identificar la marca de la propuesta y actividades ecoturísticas, por medio de esta se podrán observar las actividades que se pueden desarrollar dentro de la misma, al igual que mostrara la dirección exacta del Centro Binacional.

SOUVENIRS

Con la elaboración y venta de souvenirs, fortaleceremos la existencia de la propuesta de actividades ecoturísticas, de tal manera que se posea como un turismo alternativo dentro del cantón Paltas y provincia de Loja, entre los souvenirs que ayudaran a difundir esta propuesta estarán las gorras, toma todo, canguro y llaveros, estos se exhibirán en diferentes oficinas de turismo y en cualquier punto de información u actividad turística del sector, dentro del Centro Binacional, esto se encuentra direccionado a jóvenes adultos y público en general. También encontraremos unos recuerdos en miniatura que se les entregara al final de todas las actividades a los turistas que deseen optar por una nueva forma de turismo.

Figura N° 14 Canguros con el distintivo de la Marca de Actividades Ecoturísticas



Fuente: Trabajo de Campo
Elaboración: Paola Elizabeth Delgado Loayza

Figura N° 15 Toma todo con el distintivo de la Marca de Actividades



Fuente: Trabajo de Campo
Elaboración: Paola Elizabeth Delgado Loayza

Figura N° 16 Gorra con el distintivo de la Marca de Actividades Ecoturísticas



Fuente: Trabajo de Campo
Elaboración: Paola Elizabeth Delgado Loayza

Recuerdos en miniatura

Figura N° 17 Llaverito de caballo con el distintivo de la Marca de Actividades Ecoturísticas



Fuente: Trabajo de Campo
Elaboración: Paola Elizabeth Delgado Loayza

Figura N° 18 Llaverero de Pescado con el distintivo de la Marca de Actividades Ecoturísticas



Figura N° 19 recuerdo de gallo con el distintivo de la Marca de Actividades Ecoturísticas



Fuente: Trabajo de Campo
Elaboración: Paola Elizabeth Delgado Loayza

Fuente: Trabajo de Campo
Elaboración: Paola Elizabeth Delgado Loayza

6.2.8 Gastos de operación

Cuadro N° 20 Determinación De Costos (10 Pax + Guía) (Tres días)

Rubro	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Costos Fijos			
Salario Personal	3	\$13.17	\$39.51
Arriendo	3	\$10.00	\$30.00
Servicios Básicos	3	\$3.00	\$9.00
C. Variables			
DESAYUNO	33	\$3.00	\$ 99.00
ALMUERZO	33	\$3.00	\$ 99.00
Cena	22	\$3.00	\$66.00
Alquiler instrumentos de camping	11	\$5.00	\$55.00
Alojamiento	11	\$5.00	\$55.00
Aguas	33	\$0.75	\$24.75
Guía	1	25,00	\$50,00
SUBTOTAL			\$ 527.26
Imprevistos 10%			\$52.73
Ganancia 30%			\$158.17
Presupuesto Total			\$738.16

COSTO UNITARIO POR PERSONA= \$ 73.82 ctvs.

Cuadro N° 21 Determinación De Costos (15 Pax + Guía) (Tres días)

Rubro	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Costos Fijos			
Salario Personal	3	\$13.17	\$39.51
Arriendo	3	\$10.00	\$30.00
Servicios Básicos	3	\$3.00	\$9.00
C. Variables			
Desayuno	48	\$3.00	\$144.00
Almuerzo	48	\$3.00	\$144.00
Cena	32	\$3.00	\$96.00
Alquiler instrumentos de camping	16	\$5.00	\$80.00
Alojamiento	16	\$5.00	\$80.00
Aguas	48	\$0.75	\$36.00
Guía	1	25,00	\$75,00
SUBTOTAL			\$733.51
Imprevistos 10%			\$73.51
Ganancia 30%			\$220.05
Presupuesto Total			\$1027.07

COSTO UNITARIO POR PERSONA= \$ 68.50 ctvs.

6.2.9 Señalética

Para el desarrollo de una de las estrategias de la investigación se ha presentado el desarrollo de señalética por motivo que el centro Binacional de Formación Técnica Zapotepamba no cuenta con la suficiente identificación y pensando en cada uno de los turistas al momento de visitar el atractivo se realizara este trabajo de campo con la finalidad de orientar y asegurar su bienestar, de manera correcta y a su vez llevarse una buena imagen del recorrido dentro del atractivo turístico.

Para el sendero interpretativo se emplearán 24 señaléticas de diferente tipo informativa, descriptiva, direccional y cédulas de identificación, cada una de ellas se las instalara a lo largo del sendero, en lugares adecuados para obtener una buena visibilidad del turista, indicando cual es el camino correcto para poder llegar al punto deseado con facilidad.

CUADRO N.º 22 Pictograma del Centro Binacional de Formación Técnica de Zapotepamba

SISTEMA DE SEÑALÉTICA TURÍSTICA		
TIPO DE SEÑAL:	Información	Coordenadas
TIPO DE MEDIO:	Actividad Turística	
FUNCIÓN:	UBICACIÓN:	
Permite dirigir al turista hacia la dirección correcta	Centro Binacional de Formación Técnica de Zapotepamba.	
MATERIALES:		DISEÑO GRÁFICO DE LA SEÑALÉTICA
<p>Sustrato: 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>Plintos: Serán cubos de dimensiones geométricas definidas, de hormigón de 180 kg/cm² 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>Pantallas: Tendrá 2 componentes: La estructura, fabricada en tubos de acero de 1" x 1,5 mm. La pantalla usará como sustrato láminas de aluminio liso anodizado de 2mm.; 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>Postes o Parantes: Para el pictograma se usa un solo tubo galvanizado de 50,8 mm. x 50,8 mm. (2" x 2") x 2mm. de espesor y 3300mm. de largo.</p> <p>Deberán dejar una altura libre entre el suelo con la parte baja de la señal de 2200 mm.</p> <p>Fondo: 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>		
MANTENIMIENTO:	COSTO:	
Revisión anual de la pintura, letras e imágenes o regeneración en caso de deterioro	380	
OBSERVACIONES: Se utiliza la simbología de lenguaje universal basado en el Manual de señalética del Ministerio de Turismo.		

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Paola Delgado

CUADRO N.º 23 Diseño y Propuesta del Centro Binacional de Formación Técnica de Zapotepamba

Diseño y Propuesta de la Señalética	
Situación Actual	Propuestas de la señalética
	
Situación Actual	Propuestas de la señalética
	

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Paola Elizabeth Delgado Loayza

CUADRO N.º 24 Pictograma del Restaurante en el CBFTZ

SISTEMA DE SEÑALÉTICA TURÍSTICA		
TIPO DE SEÑAL:	Información	Coordenadas
TIPO DE MEDIO:	Actividad Turística	
FUNCION:	UBICACIÓN:	
Permite dirigir al turista hacia la dirección correcta	Centro Binacional de Formación Técnica de Zapotepamba.	
<p>MATERIALES:</p> <p>Sustrato: El elemento sobre el que se adherirá el material retroreflectivo, está constituido por láminas de aluminio liso anodizado de 2 mm.</p> <p>Medida: 600 mm. x 600 mm.</p> <p>Plintos: Serán cubos de dimensiones geométricas definidas, de hormigón de 180 kg/cm2 fundidos en sitio, los que servirán además de soportar la estructura, para nivelar la señal.</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>Pantallas: Tendrá 2 componentes: La estructura, fabricada en tubos de acero de 1" x 1,5 mm. La pantalla usará como sustrato láminas de aluminio liso anodizado de 2mm.; estas pantallas se sujetarán a los postes mediante acoples y pernos de carrocería galvanizados de al menos 2" x ½". 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 automotriz.</p>	<p>DISEÑO GRÁFICO DE LA SEÑALÉTICA</p> 	
<p>Postes o Parantes: Para el pictograma se usa un solo tubo galvanizado de 50,8 mm. x 50,8 mm. (2" x 2") x 2mm.de espesor y 3300mm.delargo.</p> <p>Deberán dejar una altura libre entre el suelo con la parte baja de la señal de 2200 mm.</p> <p>Fondo: El fondo será una composición de mate- rial retroreflectivo prismático, que cumplirá los niveles de retroreflectividad tipo XI o tipo IV (de acuerdo a la información de zonas pluviosas)</p>		
MANTENIMIENTO:	COSTO:	
Revisión anual de la pintura, letras e imágenes o regeneración en caso de deterioro	190	
OBSERVACIONES: Se utiliza la simbología de lenguaje universal basado en el Manual de señalética del Ministerio de Turismo.		

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Paola Elizabeth Delgado Loayza

CUADRO Nº 25 Diseño y Propuesta del Restaurante en el CBFTZ
Diseño y Propuesta de la Señalética

Situación Actual



Propuestas de la señalética



Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Paola Elizabeth Delgado Loayza

CUADRO N.º 26 Señal de Direccionamiento Programas de Tilapia

SISTEMA DE SEÑALÉTICA TURÍSTICA		
TIPO DE SEÑAL:	Información	Coordenadas
TIPO DE MEDIO:	Actividad Turística	
FUNCIÓN:	UBICACIÓN:	
Permite dirigir al turista hacia la dirección correcta	Centro Binacional de Formación Técnica de Zapotepamba.	
<p>MATERIALES:</p> <p>Sustrato: 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. Plintos: 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>Postes o Parantes: Para la señal turística de aproximación se usa dos tubos galvanizados de 50,8 mm. X 50,8 mm. (2" x 2") x 2 mm., de espesor de 3800 mm. de longitud. • Deberán dejar una altura libre bajo la señal de 2200 mm. Para soporte de la señal turística de aproximación al suelo, se soldarán seis crucetas de 200 mm. de largo, perpendiculares al tubo de acero galvanizado; las crucetas serán fabricadas de varilla corrugada de acero de ½" de diámetro.</p>		<p>DISEÑO GRÁFICO DE LA SEÑALÉTICA</p>
<p>Pantalla: • 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 estructuras será tratada mediante anticorrosivo promotor de adherencia, se deberá aplicar 2 manos. • La pantalla usará como sustrato láminas de aluminio liso anodizado de 2mm.; estas pantallas se sujetarán a los postes mediante acoples y perno galvanizados de al menos 2" x ½". 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. Fondo: • 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) con norma ASTM D4956 y vinilos transparentes de electro corte de color verde, café o azul para textos, logotipos, logos, símbolos de servicios.</p>		
MANTENIMIENTO:	COSTO:	
Revisión anual de la pintura, letras e imágenes o regeneración en caso de deterioro	230	
OBSERVACIONES: Se utiliza la simbología de lenguaje universal basado en el Manual de señalética del Ministerio de Turismo.		

Fuente: Trabajo de Campo

Elaboración: Paola Elizabeth Delgado Loayza

CUADRO N.º 27 Diseño y Propuesta Direccionamiento Programas de Tilapia

Diseño y Propuesta de la Señalética

Situación Actual



Propuestas de la señalética



Fuente: Trabajo de Campo

Elaboración: Paola Elizabeth Delgado Loayza

CUADRO N.º 28 Pictograma de Pesca deportiva

SISTEMA DE SEÑALÉTICA TURÍSTICA		
TIPO DE SEÑAL:	Información	Coordenadas
TIPO DE MEDIO:	Actividad Turística	
FUNCIÓN:	UBICACIÓN:	
Permite dirigir al turista hacia la dirección correcta	Centro Binacional de Formación Técnica de Zapotepamba.	
<p>MATERIALES: constituido por láminas de aluminio liso anodizado de 2 mm. Medida: 600 mm. x 600 mm.</p> <p>Plintos: Serán cubos de dimensiones geométricas definidas, de hormigón de 180 kg/cm² fundidos en sitio, los que servirán además de soportar la estructura, para nivelar la señal.</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>Pantallas: Tendrá 2 componentes: La estructura, fabricada en tubos de acero de 1" x 1,5 mm. La pantalla usará como sustrato láminas de aluminio liso anodizado de 2mm.; estas pantallas se sujetarán a los postes mediante acoples y pernos de carrocería galvanizados de al menos 2" x ½". 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>DISEÑO GRÁFICO DE LA SEÑALÉTICA</p>
<p>Postes o Parantes: Para el pictograma se usa un solo tubo galvanizado de 50,8 mm. x 50,8 mm. (2" x 2") x 2mm.de espesor y 3300mm.delargo.</p> <p>Deberán dejar una altura libre entre el suelo con la parte baja de la señal de 2200 mm.</p> <p>Fondo: El fondo será una composición de mate- rial retroreflectivo prismático, que cumplirá los niveles de retroreflectividad tipo XI o tipo IV (de acuerdo a la información de zonas pluviosas)</p>		
MANTENIMIENTO:	COSTO:	
Revisión anual de la pintura, letras e imágenes o regeneración en caso de deterioro	190	
OBSERVACIONES: Se utiliza la simbología de lenguaje universal basado en el Manual de señalética del Ministerio de Turismo.		

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Paola Elizabeth Delgado Loayza

CUADRO N.º 29 Diseño y Propuesta de Pesca deportiva

Diseño y Propuesta de la Señalética	
Situación Actual	
	
Propuestas de la señalética	
	

Fuente: Trabajo de Campo

Elaboración: Paola Elizabeth Delgado Loayza

CUADRO N.º 30 Señal de Direccionamiento Programa de Pollos de engorde

SISTEMA DE SEÑALÉTICA TURÍSTICA		
TIPO DE SEÑAL:	Información	Coordenadas
TIPO DE MEDIO:	Actividad Turística	
FUNCIÓN:	UBICACIÓN:	
Permite dirigir al turista hacia la dirección correcta	Centro Binacional de Formación Técnica de Zapotepamba.	
<p>MATERIALES:</p> <p>Sustrato: 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>Plintos: 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>Postes o Parantes: • Para la señal turística de aproximación se usa dos tubos galvanizados de 50,8 mm. x 50,8 mm. (2" x 2") x 2 mm., de espesor de 3800 mm. de longitud. • Deberán dejar una altura libre bajo la señal de 2200 mm. • Para soporte de la señal turística de aproximación al suelo, se soldarán seis crucetas de 200 mm. de largo, perpendiculares al tubo de acero galvanizado; las crucetas serán fabricadas de varilla corrugada de acero de ½" de diámetro.</p> <p>Pantalla: • 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 la 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.; estas pantallas se sujetarán a los postes mediante acoples y perno galvanizados de al menos 2" x ½".</p> <p>Fondo: • 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) con norma ASTM D4956 y vinilos transparentes de electro corte de color verde, café o azul para textos, logotipos, logos, símbolos de servicios.</p>	<p align="center">DISEÑO GRÁFICO DE LA SEÑALÉTICA</p>	
MANTENIMIENTO:	COSTO:	
Revisión anual de la pintura, letras e imágenes o regeneración en caso de deterioro	230	
OBSERVACIONES: Se utiliza la simbología de lenguaje universal basado en el Manual de señalética del Ministerio de Turismo.		

Fuente: Trabajo de Campo

Elaboración: Paola Elizabeth Delgado Loayza

CUADRO N.º 31 Diseño y Propuesta Programa de Pollos de engorde

Diseño y Propuesta de la Señalética

Situación Actual



Propuestas de la señalética



Fuente: Trabajo de Campo

Elaboración: Paola Elizabeth Delgado Loayza

CUADRO N.º 32 Señal de Direccionamiento Programa Porcino

SISTEMA DE SEÑALÉTICA TURÍSTICA		
TIPO DE SEÑAL:	Información	Coordenadas
TIPO DE MEDIO:	Actividad Turística	
FUNCIÓN:	UBICACIÓN:	
Permite dirigir al turista hacia la dirección correcta	Centro Binacional de Formación Técnica de Zapotepamba.	
<p>MATERIALES:</p> <p>Sustrato: 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>Plintos: 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>Postes o parantes: • Para la señal turística de aproximación se usa dos tubos galvanizados de 50,8 mm. x 50,8 mm. (2" x 2") x 2 mm., de espesor de 3800 mm. de longitud. • Deberán dejar una altura libre bajo la señal de 2200 mm. • Para soporte de la señal turística de aproximación al suelo, se soldarán seis crucetas de 200 mm. de largo, perpendiculares al tubo de acero galvanizado; las crucetas serán fabricadas de varilla corrugada de acero de ½" de diámetro.</p> <p>Pantalla: • 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 la 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.; estas pantallas se sujetarán a los postes mediante acoples y perno galvanizados de al menos 2" x ½". 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. Fondo: • 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) con norma ASTM D4956 y vinilos transparentes de electro corte de color verde, café o azul para textos, logotipos, logos, símbolos de servicios.</p>	<p>DISEÑO GRÁFICO DE LA SEÑALÉTICA</p>	
MANTENIMIENTO:	COSTO:	
Revisión anual de la pintura, letras e imágenes o regeneración en caso de deterioro	230	
OBSERVACIONES: Se utiliza la simbología de lenguaje universal basado en el Manual de señalética del Ministerio de Turismo.		

Fuente: Trabajo de Campo

Elaboración: Paola Elizabeth Delgado Loayza

CUADRO N.º 33 Diseño y Propuesta Programa Porcino

Diseño y Propuesta de la Señalética

Situación Actual



Propuestas de la señalética



Fuente: Trabajo de Campo
Elaboración: Paola Elizabeth Delgado Loayza

CUADRO N.º 34 Señal de Direccionamiento Programa de Patos

SISTEMA DE SEÑALÉTICA TURÍSTICA		
TIPO DE SEÑAL:	Información	Coordenadas
TIPO DE MEDIO:	Actividad Turística	
FUNCIÓN:	UBICACIÓN:	
Permite dirigir al turista hacia la dirección correcta	Centro Binacional de Formación Técnica de Zapotepamba.	
<p>MATERIALES:</p> <p>Sustrato: 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. Plintos: Serán cubos de dimensiones geométricas definidas, de hormigón de 180 kg/cm² 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>Postes o parantes: • Para la señal turística de aproximación se usa dos tubos galvanizados de 50,8 mm. x 50,8 mm. (2" x 2") x 2 mm., de espesor de 3800 mm. de longitud. • Deberán dejar una altura libre bajo la señal de 2200 mm. (No se usan placas complementarias). • Para soporte de la señal turística de aproximación al suelo, se soldarán seis crucetas de 200 mm. de largo, perpendiculares al tubo de acero galvanizado; las crucetas serán fabricadas de varilla corrugada de acero de ½" de diámetro.</p> <p>Pantalla: • 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 la 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.; estas pantallas se sujetarán a los postes mediante acoples y perno galvanizados de al menos 2" x ½". 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. Fondo: • 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) con norma ASTM D4956 y vinilos transparentes de electro corte de color verde, café o azul para textos, logotipos, logos, símbolos de servicios.</p>		<p>DISEÑO GRÁFICO DE LA SEÑALÉTICA</p>
MANTENIMIENTO:	COSTO:	
Revisión anual de la pintura, letras e imágenes o regeneración en caso de deterioro	230	
OBSERVACIONES: Se utiliza la simbología de lenguaje universal basado en el Manual de señalética del Ministerio de Turismo.		

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Paola Elizabeth Delgado Loayza

**CUADRO N.º 35 Diseño y Propuesta Programa de Patos
Diseño y Propuesta de la Señalética**

Situación Actual



Propuestas de la señalética



Fuente: Trabajo de Campo

Elaboración: Paola Elizabeth Delgado Loayza

CUADRO N.º 36 Señal de Direccionamiento Programa procesamiento Agropecuario

SISTEMA DE SEÑALÉTICA TURÍSTICA		
TIPO DE SEÑAL:	Información	Coordenadas
TIPO DE MEDIO:	Actividad Turística	
FUNCIÓN:	UBICACIÓN:	
Permite dirigir al turista hacia la dirección correcta	Centro Binacional de Formación Técnica de Zapotepamba.	
<p>MATERIALES:</p> <p>Sustrato: 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. Plintos: Serán cubos de dimensiones geométricas definidas, de hormigón de 180 kg/cm² 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>Postes o parantes: • Para la señal turística de aproximación se usa dos tubos galvanizados de 50,8 mm. x 50,8 mm. (2" x 2") x 2 mm., de espesor de 3800 mm. de longitud. • Deberán dejar una altura libre bajo la señal de 2200 mm. (No se usan placas complementarias). • Para soporte de la señal turística de aproximación al suelo, se soldarán seis crucetas de 200 mm. de largo, perpendiculares al tubo de acero galvanizado; las crucetas serán fabricadas de varilla corrugada de acero de ½" de diámetro.</p> <p>Pantalla: • 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 la 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.; estas pantallas se sujetarán a los postes mediante acoples y perno galvanizados de al menos 2" x ½". 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. Fondo: • 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) con norma ASTM D4956 y vinilos transparentes de electro corte de color verde, café o azul para textos, logotipos, logos, símbolos de servicios.</p>		<p>DISEÑO GRÁFICO DE LA SEÑALÉTICA</p>
MANTENIMIENTO:	COSTO:	
Revisión anual de la pintura, letras e imágenes o regeneración en caso de deterioro	230	
OBSERVACIONES: Se utiliza la simbología de lenguaje universal basado en el Manual de señalética del Ministerio de Turismo.		

Fuente: Trabajo de Campo

Elaboración: Paola Elizabeth Delgado Loayza

CUADRO N.º 37 Diseño y Propuesta Programa procesamiento Agropecuario

Diseño y Propuesta de la Señalética

Situación Actual



Propuestas de la señalética



Fuente: Trabajo de Campo

Elaboración: Paola Elizabeth Delgado Loayza

CUADRO N.º 38 Señal de Direccionamiento Programa de aves de corral

SISTEMA DE SEÑALÉTICA TURÍSTICA		
TIPO DE SEÑAL:	Información	Coordenadas
TIPO DE MEDIO:	Actividad Turística	
FUNCIÓN:	UBICACIÓN:	
Permite dirigir al turista hacia la dirección correcta	Centro Binacional de Formación Técnica de Zapotepamba.	
<p>MATERIALES:</p> <p>Sustrato: 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>Plintos: 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>Postes o parantes: • Para la señal turística de aproximación se usa dos tubos galvanizados de 50,8 mm. x 50,8 mm. (2" x 2") x 2 mm., de espesor de 3800 mm. de longitud. • Deberán dejar una altura libre bajo la señal de 2200 mm. (No se usan placas complementarias). • Para soporte de la señal turística de aproximación al suelo, se soldarán seis crucetas de 200 mm. de largo, perpendiculares al tubo de acero galvanizado; las crucetas serán fabricadas de varilla corrugada de acero de ½" de diámetro.</p> <p>Pantalla: • 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 la 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.; estas pantallas se sujetarán a los postes mediante acoples y perno galvanizados de al menos 2" x ½". 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. Fondo: • 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) con norma ASTM D4956 y vinilos transparentes de electro corte de color verde, café o azul para textos, logotipos, logos, símbolos de servicios.</p>		<p>DISEÑO GRÁFICO DE LA SEÑALÉTICA</p>
MANTENIMIENTO:	COSTO:	
Revisión anual de la pintura, letras e imágenes o regeneración en caso de deterioro	230	
OBSERVACIONES: Se utiliza la simbología de lenguaje universal basado en el Manual de señalética del Ministerio de Turismo.		

Fuente: Trabajo de Campo

Elaboración: Paola Elizabeth Delgado Loayza

CUADRO N.º 39 Diseño y Propuesta Programa de aves de corral

Diseño y Propuesta de la Señalética

Situación Actual



Propuestas de la señalética



Fuente: Trabajo de Campo

Elaboración: Paola Elizabeth Delgado Loayza

CUADRO N.º 40 Señal de Direccionamiento Programa de codornices y pavos

SISTEMA DE SEÑALÉTICA TURÍSTICA		
TIPO DE SEÑAL:	Información	Coordenadas
TIPO DE MEDIO:	Actividad Turística	
FUNCIÓN:	UBICACIÓN:	
Permite dirigir al turista hacia la dirección correcta	Centro Binacional de Formación Técnica de Zapotepamba.	
<p>MATERIALES:</p> <p>Sustrato: 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. Plintos: 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>Postes o parantes: • Para la señal turística de aproximación se usa dos tubos galvanizados de 50,8 mm. x 50,8 mm. (2" x 2") x 2 mm., de espesor de 3800 mm. de longitud. • Deberán dejar una altura libre bajo la señal de 2200 mm. (No se usan placas complementarias). • Para soporte de la señal turística de aproximación al suelo, se soldarán seis crucetas de 200 mm. de largo, perpendiculares al tubo de acero galvanizado; las crucetas serán fabricadas de varilla corrugada de acero de ½" de diámetro.</p>		<p align="center">DISEÑO GRÁFICO DE LA SEÑALÉTICA</p>
<p>Pantalla: • 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 la 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.; estas pantallas se sujetarán a los postes mediante acoples y perno galvanizados de al menos 2" x ½". 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. Fondo: • 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) con norma ASTM D4956 y vinilos transparentes de electro corte de color verde, café o azul para textos, logotipos, logos, símbolos de servicios.</p>		
MANTENIMIENTO:	COSTO:	
Revisión anual de la pintura, letras e imágenes o regeneración en caso de deterioro	230	
OBSERVACIONES: Se utiliza la simbología de lenguaje universal basado en el Manual de señalética del Ministerio de Turismo.		

Fuente: Trabajo de Campo

Elaboración: Paola Elizabeth Delgado Loayza

CUADRO N.º 41 Diseño y Propuesta Programa de Codornices y pavos

Diseño y Propuesta de la Señalética
Situación Actual

Propuestas de la señalética


Fuente: Trabajo de Campo

Elaboración: Paola Elizabeth Delgado Loayza

CUADRO N.º 42 Pictogramas de precaución de Gradas

SISTEMA DE SEÑALÉTICA TURÍSTICA		
TIPO DE SEÑAL:	Información	Coordenadas
TIPO DE MEDIO:	Actividad Turística	
FUNCIÓN:	UBICACIÓN:	
Permite dirigir al turista hacia la dirección correcta	Centro Binacional de Formación Técnica de Zapotepamba.	
<p>MATERIALES:</p> <p>MATERIALES: constituido por láminas de aluminio liso anodizado de 2 mm. Medida: 600 mm. x 600 mm.</p> <p>Plintos: Serán cubos de dimensiones geométricas definidas, de hormigón de 180 kg/cm² 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>Pantallas: Tendrá 2 componentes: La estructura, fabricada en tubos de acero de 1" x 1,5 mm. La pantalla usará como sustrato láminas de aluminio liso anodizado de 2mm.; 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. El sustrato será pegado a la estructura de la pantalla mediante silicón industrial automotriz</p> <p>Postes o Parantes: Para el pictograma se usa un solo tubo galvanizado de 50,8 mm. x 50,8 mm. (2" x 2") x 2mm. de espesor y 3300mm. de largo. Deberán dejar una altura libre entre el suelo con la parte baja de la señal de 2200 mm.</p> <p>Fondo: 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>	<p>DISEÑO GRÁFICO DE LA SEÑALÉTICA</p>	
MANTENIMIENTO:	COSTO:	
Revisión anual de la pintura, letras e imágenes o regeneración en caso de deterioro	190	
OBSERVACIONES: Se utiliza la simbología de lenguaje universal basado en el Manual de señalética del Ministerio de Turismo.		

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Paola Elizabeth Delgado Loayza

CUADRO N.º 43 Diseño y Propuesta de precaución de Gradas

Diseño y Propuesta de la Señalética
Situación Actual

Propuestas de la señalética


Fuente: Trabajo de Campo

Elaboración: Paola Elizabeth Delgado Loayza

CUADRO N.º 44 Señal de Direccionamiento Programa de Cuyes y conejos

SISTEMA DE SEÑALÉTICA TURÍSTICA		
TIPO DE SEÑAL:	Información	Coordenadas
TIPO DE MEDIO:	Actividad Turística	
FUNCIÓN:	UBICACIÓN:	
Permite dirigir al turista hacia la dirección correcta	Centro Binacional de Formación Técnica de Zapotepamba.	
<p>MATERIALES:</p> <p>Sustrato: 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. Plintos: Serán cubos de dimensiones geométricas definidas, de hormigón de 180 kg/cm² 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>Postes o parantes: • Para la señal turística de aproximación se usa dos tubos galvanizados de 50,8 mm. x 50,8 mm. (2" x 2") x 2 mm., de espesor de 3800 mm. de longitud. • Deberán dejar una altura libre bajo la señal de 2200 mm. (No se usan placas complementarias). • Para soporte de la señal turística de aproximación al suelo, se soldarán seis crucetas de 200 mm. de largo, perpendiculares al tubo de acero galvanizado; las crucetas serán fabricadas de varilla corrugada de acero de ½" de diámetro.</p> <p>Pantalla: • 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 la 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.; estas pantallas se sujetarán a los postes mediante acoples y perno galvanizados de al menos 2" x ½". 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. Fondo: • 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) con norma ASTM D4956 y vinilos transparentes de electro corte de color verde, café o azul para textos, logotipos, logos, símbolos de servicios.</p>		<p align="center">DISEÑO GRÁFICO DE LA SEÑALÉTICA</p>
MANTENIMIENTO:	COSTO:	
Revisión anual de la pintura, letras e imágenes o regeneración en caso de deterioro	230	
OBSERVACIONES: Se utiliza la simbología de lenguaje universal basado en el Manual de señalética del Ministerio de Turismo.		

Fuente: Trabajo de Campo

Elaboración: Paola Elizabeth Delgado Loayza

CUADRO N.º 45 Diseño y Propuesta Programa de Cuyes y conejos

Diseño y Propuesta de la Señalética

Situación Actual



Propuestas de la señalética



Fuente: Trabajo de Campo

Elaboración: Paola Elizabeth Delgado Loayza

CUADRO N.º 46 Señal de Direccionamiento Programa Bovino

SISTEMA DE SEÑALÉTICA TURÍSTICA		
TIPO DE SEÑAL:	Información	Coordenadas
TIPO DE MEDIO:	Actividad Turística	
FUNCIÓN:	UBICACIÓN:	
Permite dirigir al turista hacia la dirección correcta	Centro Binacional de Formación Técnica de Zapotepamba.	
<p>MATERIALES:</p> <p>Sustrato: 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. Plintos: 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>Postes o parantes: • Para la señal turística de aproximación se usa dos tubos galvanizados de 50,8 mm. x 50,8 mm. (2" x 2") x 2 mm., de espesor de 3800 mm. de longitud. • Deberán dejar una altura libre bajo la señal de 2200 mm. (No se usan placas complementarias). • Para soporte de la señal turística de aproximación al suelo, se soldarán seis crucetas de 200 mm. de largo, perpendiculares al tubo de acero galvanizado; las crucetas serán fabricadas de varilla corrugada de acero de ½" de diámetro.</p> <p>Pantalla: • 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 la 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.; estas pantallas se sujetarán a los postes mediante acoples y perno galvanizados de al menos 2" x ½". 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. Fondo: • 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) con norma ASTM D4956 y vinilos transparentes de electro corte de color verde, café o azul para textos, logotipos, logos, símbolos de servicios.</p>		<p align="center">DISEÑO GRÁFICO DE LA SEÑALÉTICA</p>
MANTENIMIENTO:	COSTO:	
Revisión anual de la pintura, letras e imágenes o regeneración en caso de deterioro	230	
OBSERVACIONES: Se utiliza la simbología de lenguaje universal basado en el Manual de señalética del Ministerio de Turismo.		

Fuente: Trabajo de Campo

Elaboración: Paola Elizabeth Delgado Loayza

CUADRO N.º 47 Diseño y Propuesta Programa Bovino

Diseño y Propuesta de la Señalética

Situación Actual



Propuestas de la señalética



Fuente: Trabajo de Campo

Elaboración: Paola Elizabeth Delgado Loayza

CUADRO N.º 48 Señal de Direccionamiento Programa de Avestruces

SISTEMA DE SEÑALÉTICA TURÍSTICA		
TIPO DE SEÑAL:	Información	Coordenadas
TIPO DE MEDIO:	Actividad Turística	
FUNCIÓN:	UBICACION:	
Permite dirigir al turista hacia la dirección correcta	Centro Binacional de Formación Técnica de Zapotepamba.	
<p>MATERIALES:</p> <p>Sustrato: 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. Plintos: 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>Postes o parantes: • Para la señal turística de aproximación se usa dos tubos galvanizados de 50,8 mm. x 50,8 mm. (2" x 2") x 2 mm., de espesor de 3800 mm. de longitud. • Deberán dejar una altura libre bajo la señal de 2200 mm. (No se usan placas complementarias). • Para soporte de la señal turística de aproximación al suelo, se soldarán seis crucetas de 200 mm. de largo, perpendiculares al tubo de acero galvanizado; las crucetas serán fabricadas de varilla corrugada de acero de ½" de diámetro.</p> <p>Pantalla: • 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 la 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.; estas pantallas se sujetarán a los postes mediante acoples y perno galvanizados de al menos 2" x ½". 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. Fondo: • 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) con norma ASTM D4956 y vinilos transparentes de electro corte de color verde, café o azul para textos, logotipos, logos, símbolos de servicios.</p>		<p align="center">DISEÑO GRÁFICO DE LA SEÑALÉTICA</p> <p>El diagrama muestra una señal rectangular con un triángulo a la derecha, montada sobre dos postes. Las dimensiones indicadas son: ancho de la señal 2,40 cm, altura de la señal 0,50 cm, y altura libre bajo la señal 2,20 m.</p>
MANTENIMIENTO:	COSTO:	
Revisión anual de la pintura, letras e imágenes o regeneración en caso de deterioro	230	
OBSERVACIONES: Se utiliza la simbología de lenguaje universal basado en el Manual de señalética del Ministerio de Turismo.		

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Paola Elizabeth Delgado Loayza

CUADRO N.º 49 Diseño y Propuesta Programa de avestruces

Diseño y Propuesta de la Señalética

Situación Actual



Propuestas de la señalética



Fuente: Trabajo de Campo

Elaboración: Paola Elizabeth Delgado Loayza

CUADRO N.º 50 Señal de Direccionamiento Programa de Cultivos tradicionales

SISTEMA DE SEÑALÉTICA TURÍSTICA		
TIPO DE SEÑAL:	Información	Coordenadas
TIPO DE MEDIO:	Actividad Turística	
FUNCIÓN:	UBICACIÓN:	
Permite dirigir al turista hacia la dirección correcta	Centro Binacional de Formación Técnica de Zapotepamba.	
<p>MATERIALES:</p> <p>Sustrato: 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. Plintos: 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>Postes o parantes: • Para la señal turística de aproximación se usa dos tubos galvanizados de 50,8 mm. x 50,8 mm. (2" x 2") x 2 mm., de espesor de 3800 mm. de longitud. • Deberán dejar una altura libre bajo la señal de 2200 mm. (No se usan placas complementarias). • Para soporte de la señal turística de aproximación al suelo, se soldarán seis crucetas de 200 mm. de largo, perpendiculares al tubo de acero galvanizado; las crucetas serán fabricadas de varilla corrugada de acero de ½" de diámetro.</p> <p>Pantalla: • 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 la 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.; estas pantallas se sujetarán a los postes mediante acoples y perno galvanizados de al menos 2" x ½". 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. Fondo: • 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) con norma ASTM D4956 y vinilos transparentes de electro corte de color verde, café o azul para textos, logotipos, logos, símbolos de servicios.</p>		<p align="center">DISEÑO GRÁFICO DE LA SEÑALÉTICA</p>
MANTENIMIENTO:	COSTO:	
Revisión anual de la pintura, letras e imágenes o regeneración en caso de deterioro	230	
OBSERVACIONES: Se utiliza la simbología de lenguaje universal basado en el Manual de señalética del Ministerio de Turismo.		

Fuente: trabajo de campo

Elaboración: Paola Elizabeth Delgado Loayza

CUADRO N.º 51 Diseño y Propuesta Programa de Cultivos tradicionales

Diseño y Propuesta de la Señalética

Situación Actual



Propuestas de la señalética



Fuente: Trabajo de Campo

Elaboración: Paola Elizabeth Delgado Loayza

CUADRO N.º 52 Señal de Direccionamiento Bodega de Almacenamiento

SISTEMA DE SEÑALÉTICA TURÍSTICA		
TIPO DE SEÑAL:	Información	Coordenadas
TIPO DE MEDIO:	Actividad Turística	
FUNCIÓN:	UBICACIÓN:	
Permite dirigir al turista hacia la dirección correcta	Centro Binacional de Formación Técnica de Zapotepamba.	
<p>MATERIALES:</p> <p>Sustrato: 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. Plintos: 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>Postes o parantes: • Para la señal turística de aproximación se usa dos tubos galvanizados de 50,8 mm. x 50,8 mm. (2" x 2") x 2 mm., de espesor de 3800 mm. de longitud. • Deberán dejar una altura libre bajo la señal de 2200 mm. (No se usan placas complementarias). • Para soporte de la señal turística de aproximación al suelo, se soldarán seis crucetas de 200 mm. de largo, perpendiculares al tubo de acero galvanizado; las crucetas serán fabricadas de varilla corrugada de acero de ½" de diámetro.</p> <p>Pantalla: • 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 la 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.; estas pantallas se sujetarán a los postes mediante acoples y perno galvanizados de al menos 2" x ½". 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. Fondo: • 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) con norma ASTM D4956 y vinilos transparentes de electro corte de color verde, café o azul para textos, logotipos, logos, símbolos de servicios.</p>		<p align="center">DISEÑO GRÁFICO DE LA SEÑALÉTICA</p>
MANTENIMIENTO:	COSTO:	
Revisión anual de la pintura, letras e imágenes o regeneración en caso de deterioro	230	
OBSERVACIONES: Se utiliza la simbología de lenguaje universal basado en el Manual de señalética del Ministerio de Turismo.		

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Paola Elizabeth Delgado Loayza

CUADRO N.º 53 Diseño y Propuesta bodega de almacenamiento

Diseño y Propuesta de la Señalética

Situación Actual



Propuestas de la señalética



Fuente: Trabajo de Campo

Elaboración: Paola Elizabeth Delgado Loayza

CUADRO N.º 54 Señal de Direccionamiento Programa de Hortalizas

SISTEMA DE SEÑALÉTICA TURÍSTICA		
TIPO DE SEÑAL:	Información	Coordenadas
TIPO DE MEDIO:	Actividad Turística	
FUNCIÓN:	UBICACIÓN:	
Permite dirigir al turista hacia la dirección correcta	Centro Binacional de Formación Técnica de Zapotepamba.	
<p>MATERIALES:</p> <p>Sustrato: 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. Plintos: 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>Postes o parantes: • Para la señal turística de aproximación se usa dos tubos galvanizados de 50,8 mm. x 50,8 mm. (2" x 2") x 2 mm., de espesor de 3800 mm. de longitud. • Deberán dejar una altura libre bajo la señal de 2200 mm. (No se usan placas complementarias). • Para soporte de la señal turística de aproximación al suelo, se soldarán seis crucetas de 200 mm. de largo, perpendiculares al tubo de acero galvanizado; las crucetas serán fabricadas de varilla corrugada de acero de ½" de diámetro.</p>		<p>DISEÑO GRÁFICO DE LA SEÑALÉTICA</p>
<p>Pantalla: • 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 la 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.; estas pantallas se sujetarán a los postes mediante acoples y perno galvanizados de al menos 2" x ½". 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. Fondo: • 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) con norma ASTM D4956 y vinilos transparentes de electro corte de color verde, café o azul para textos, logotipos, logos, símbolos de servicios.</p>		
MANTENIMIENTO:	COSTO:	
Revisión anual de la pintura, letras e imágenes o regeneración en caso de deterioro	230	
OBSERVACIONES: Se utiliza la simbología de lenguaje universal basado en el Manual de señalética del Ministerio de Turismo.		

Fuente: trabajo de campo

Elaboración: Paola Elizabeth Delgado Loayza

CUADRO N.º 55 Diseño y Propuesta Programa de Hortalizas

Diseño y Propuesta de la Señalética
Situación Actual

Propuestas de la señalética


Fuente: Trabajo de Campo

Elaboración: Paola Elizabeth Delgado Loayza

CUADRO N.º 56 Señal de Direccionamiento Programa de Viveros

SISTEMA DE SEÑALÉTICA TURÍSTICA		
TIPO DE SEÑAL:	Información	Coordenadas
TIPO DE MEDIO:	Actividad Turística	
FUNCIÓN:	UBICACIÓN:	
Permite dirigir al turista hacia la dirección correcta	Centro Binacional de Formación Técnica de Zapotepamba.	
<p>MATERIALES:</p> <p>Sustrato: 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. Plintos: Serán cubos de dimensiones geométricas definidas, de hormigón de 180 kg/cm² 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>Postes o parantes: • Para la señal turística de aproximación se usa dos tubos galvanizados de 50,8 mm. x 50,8 mm. (2" x 2") x 2 mm., de espesor de 3800 mm. de longitud. • Deberán dejar una altura libre bajo la señal de 2200 mm. (No se usan placas complementarias). • Para soporte de la señal turística de aproximación al suelo, se soldarán seis crucetas de 200 mm. de largo, perpendiculares al tubo de acero galvanizado; las crucetas serán fabricadas de varilla corrugada de acero de ½" de diámetro.</p> <p>Pantalla: • 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 la 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.; estas pantallas se sujetarán a los postes mediante acoples y perno galvanizados de al menos 2" x ½". 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. Fondo: • 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) con norma ASTM D4956 y vinilos transparentes de electro corte de color verde, café o azul para textos, logotipos, logos, símbolos de servicios.</p>		<p align="center">DISEÑO GRÁFICO DE LA SEÑALÉTICA</p>
MANTENIMIENTO:	COSTO:	
Revisión anual de la pintura, letras e imágenes o regeneración en caso de deterioro	230	
OBSERVACIONES: Se utiliza la simbología de lenguaje universal basado en el Manual de señalética del Ministerio de Turismo.		

Fuente: trabajo de campo

Elaboración: Paola Elizabeth Delgado Loayza

CUADRO N.º 57 Diseño y Propuesta Programa de Viveros

Diseño y Propuesta de la Señalética

Situación Actual



Propuestas de la señalética



Fuente: Trabajo de Campo

Elaboración: Paola Elizabeth Delgado Loayza

CUADRO N.º 58 Señal de Direccionamiento Programa de Abonos orgánicos

SISTEMA DE SEÑALÉTICA TURÍSTICA		
TIPO DE SEÑAL:	Información	Coordenadas
TIPO DE MEDIO:	Actividad Turística	
FUNCIÓN:	UBICACIÓN:	
Permite dirigir al turista hacia la dirección correcta	Centro Binacional de Formación Técnica de Zapotepamba.	
<p>MATERIALES:</p> <p>Sustrato: 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. Plintos: 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>Postes o parantes: • Para la señal turística de aproximación se usa dos tubos galvanizados de 50,8 mm. x 50,8 mm. (2" x 2") x 2 mm., de espesor de 3800 mm. de longitud. • Deberán dejar una altura libre bajo la señal de 2200 mm. (No se usan placas complementarias). • Para soporte de la señal turística de aproximación al suelo, se soldarán seis crucetas de 200 mm. de largo, perpendiculares al tubo de acero galvanizado; las crucetas serán fabricadas de varilla corrugada de acero de ½" de diámetro.</p> <p>Pantalla: • 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 la 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.; estas pantallas se sujetarán a los postes mediante acoples y perno galvanizados de al menos 2" x ½". 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. Fondo: • 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) con norma ASTM D4956 y vinilos transparentes de electro corte de color verde, café o azul para textos, logotipos, logos, símbolos de servicios.</p>		<p align="center">DISEÑO GRÁFICO DE LA SEÑALÉTICA</p>
MANTENIMIENTO:	COSTO:	
Revisión anual de la pintura, letras e imágenes o regeneración en caso de deterioro	230	
OBSERVACIONES: Se utiliza la simbología de lenguaje universal basado en el Manual de señalética del Ministerio de Turismo.		

Fuente: Trabajo de Campo

Elaboración: Paola Elizabeth Delgado Loayza

**CUADRO N.º 59 Diseño y Propuesta Programa de Abonos orgánicos
Diseño y Propuesta de la Señalética**

Situación Actual



Propuestas de la señalética



Fuente: Trabajo de Campo
Elaboración: Paola Elizabeth Delgado Loayza

CUADRO N.º 60 Pictograma de Camping
SISTEMA DE SEÑALÉTICA TURÍSTICA

TIPO DE SEÑAL:	Información	Coordenadas
TIPO DE MEDIO:	Actividad Turística	
FUNCIÓN:	UBICACIÓN:	
Permite dirigir al turista hacia la dirección correcta	Centro Binacional de Formación Técnica de Zapotepamba.	
MATERIALES: Sustrato: 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. Plintos: Serán cubos de dimensiones geométricas definidas, de hormigón de 180 kg/cm ² fundidos en sitio, los que servirán además de soportar la estructura, para nivelar la señal. Tendrán las siguientes dimensiones: largo 300mm., ancho 300mm.y profundidad 500 mm.; estas especificaciones dependerán de la capacidad portante del suelo. Pantallas: Tendrá 2 componentes: La estructura, fabricada en tubos de acero de 1" x 1,5 mm. La pantalla usará como sustrato láminas de aluminio liso anodizado de 2mm.; estas pantallas se sujetarán a los postes mediante acoples y pernos de carrocería galvanizados de al menos 2" x ½". 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. El sustrato será pegado a la estructura de la pantalla mediante silicón industrial auto- motriz		DISEÑO GRÁFICO DE LA SEÑALÉTICA 
Postes o Parantes: Para el pictograma se usa un solo tubo galvanizado de 50,8 mm. x 50,8 mm. (2" x 2") x 2mm.de espesor y 3300mm.delargo. Deberán dejar una altura libre entre el suelo con la parte baja de la señal de 2200 mm. Fondo: El fondo será una composición de mate- rial retroreflectivo prismático, que cumplirá los niveles de retroreflectividad tipo XI o tipo IV (de acuerdo a la información de zonas pluviosas)		
MANTENIMIENTO:	COSTO:	
Revisión anual de la pintura, letras e imágenes o regeneración en caso de deterioro	190	
OBSERVACIONES: Se utiliza la simbología de lenguaje universal basado en el Manual de señalética del Ministerio de Turismo.		

Fuente: trabajo de campo

Elaboración: Paola Elizabeth Delgado Loayza

**CUADRO N.º 61 Diseño y Propuesta de Camping
Diseño y Propuesta de la Señalética**

Situación Actual



Propuestas de la señalética



Fuente: Trabajo de Campo
Elaboración: Paola Elizabeth Delgado Loayza

CUADRO N.º 62 Pictogramas de Área Recreativa

SISTEMA DE SEÑALÉTICA TURÍSTICA

TIPO DE SEÑAL:	Información	Coordenadas
TIPO DE MEDIO:	Actividad Turística	
FUNCIÓN:	UBICACIÓN:	
Permite dirigir al turista hacia la dirección correcta	Centro Binacional de Formación Técnica de Zapotepamba.	
MATERIALES: <p>Sustrato: 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. Plintos: Serán cubos de dimensiones geométricas definidas, de hormigón de 180 kg/cm² fundidos in situ, los que servirán además de soportar la estructura, para nivelar la señal. Tendrán las siguientes dimensiones: largo 300mm., ancho 300mm.y profundidad 500 mm.; estas especificaciones dependerán de la capacidad portante del suelo. Pantallas: Tendrá 2 componentes: La estructura, fabricada en tubos de acero de 1" x 1,5 mm. La pantalla usará como sustrato láminas de aluminio liso anodizado de 2mm.; estas pantallas se sujetarán a los postes mediante acoples y pernos de carrocería galvanizados de al menos 2" x ½". 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. El sustrato será pegado a la estructura de la pantalla mediante silicón industrial auto- motriz</p>		DISEÑO GRÁFICO DE LA SEÑALÉTICA 
<p>Postes o Parantes: Para el pictograma se usa un solo tubo galvanizado de 50,8 mm. x 50,8 mm. (2" x 2") x 2mm.de espesor y 3300mm.delargo. Deberán dejar una altura libre entre el suelo con la parte baja de la señal de 2200 mm. Fondo: 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>		
MANTENIMIENTO:	COSTO:	
Revisión anual de la pintura, letras e imágenes o regeneración en caso de deterioro	190	
OBSERVACIONES: Se utiliza la simbología de lenguaje universal basado en el Manual de señalética del Ministerio de Turismo.		

Fuente: trabajo de campo

Elaboración: Paola Elizabeth Delgado Loayza

CUADRO N.º 63 Diseño y Propuesta Área Recreativa
Diseño y Propuesta de la Señalética

Situación Actual



Propuestas de la señalética



Fuente: Trabajo de Campo

Elaboración: Paola Elizabeth Delgado Loayza

CUADRO N.º 64 Pictogramas de Piscina
SISTEMA DE SEÑALÉTICA TURÍSTICA

TIPO DE SEÑAL:	Información	Coordenadas
TIPO DE MEDIO:	Actividad Turística	
FUNCIÓN:	UBICACIÓN:	
Permite dirigir al turista hacia la dirección correcta	Centro Binacional de Formación Técnica de Zapotepamba.	
MATERIALES: Sustrato: 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. Plintos: Serán cubos de dimensiones geométricas definidas, de hormigón de 180 kg/cm ² fundidos en sitio, los que servirán además de soportar la estructura, para nivelar la señal. Tendrán las siguientes dimensiones: largo 300mm., ancho 300mm. y profundidad 500 mm.; estas especificaciones dependerán de la capacidad portante del suelo. Pantallas: Tendrá 2 componentes: La estructura, fabricada en tubos de acero de 1" x 1,5 mm. La pantalla usará como sustrato láminas de aluminio liso anodizado de 2mm.; estas pantallas se sujetarán a los postes mediante acoples y pernos de carrocería galvanizados de al menos 2" x ½". 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. El sustrato será pegado a la estructura de la pantalla mediante silicón industrial auto- motriz		DISEÑO GRÁFICO DE LA SEÑALÉTICA 
Postes o Parantes: Para el pictograma se usa un solo tubo galvanizado de 50,8 mm. x 50,8 mm. (2" x 2") x 2mm. de espesor y 3300mm. de largo. Deberán dejar una altura libre entre el suelo con la parte baja de la señal de 2200 mm. Fondo: 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)		
MANTENIMIENTO:	COSTO:	
Revisión anual de la pintura, letras e imágenes o regeneración en caso de deterioro	190	
OBSERVACIONES: Se utiliza la simbología de lenguaje universal basado en el Manual de señalética del Ministerio de Turismo.		

Fuente: trabajo de campo

Elaboración: Paola Elizabeth Delgado Loayza

CUADRO N.º 65 Diseño y Propuesta Piscina

Diseño y Propuesta de la Señalética

Situación Actual



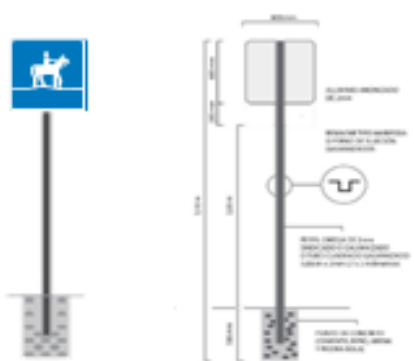
Propuestas de la señalética



Fuente: Trabajo de Campo

Elaboración: Paola Elizabeth Delgado Loayza

CUADRO N.º 66 Pictogramas cabalgata
SISTEMA DE SEÑALÉTICA TURÍSTICA

TIPO DE SEÑAL:	Información	Coordenadas
TIPO DE MEDIO:	Actividad Turística	
FUNCIÓN:	UBICACIÓN:	
Permite dirigir al turista hacia la dirección correcta	Centro Binacional de Formación Técnica de Zapotepamba.	
MATERIALES: <p>Sustrato: 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>Plintos: Serán cubos de dimensiones geométricas definidas, de hormigón de 180 kg/cm² fundidos en sitio, los que servirán además de soportar la estructura, para nivelar la señal.</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>Pantallas: Tendrá 2 componentes: La estructura, fabricada en tubos de acero de 1" x 1,5 mm. La pantalla usará como sustrato láminas de aluminio liso anodizado de 2mm.; estas pantallas se sujetarán a los postes mediante acoples y pernos de carrocería galvanizados de al menos 2" x ½". 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>		DISEÑO GRÁFICO DE LA SEÑALÉTICA 
<p>Postes o Parantes: Para el pictograma se usa un solo tubo galvanizado de 50,8 mm. x 50,8 mm. (2" x 2") x 2mm.de espesor y 3300mm.delargo.</p> <p>Deberán dejar una altura libre entre el suelo con la parte baja de la señal de 2200 mm.</p> <p>Fondo: El fondo será una composición de mate- rial retroreflectivo prismático, que cumplirá los niveles de retroreflectividad tipo XI o tipo IV (de acuerdo a la información de zonas pluviosas)</p>		
MANTENIMIENTO:	COSTO:	
Revisión anual de la pintura, letras e imágenes o regeneración en caso de deterioro	190	
OBSERVACIONES: Se utiliza la simbología de lenguaje universal basado en el Manual de señalética del Ministerio de Turismo.		

Fuente: trabajo de campo

Elaboración: Paola Elizabeth Delgado Loayza

CUADRO N.º 67 Diseño y Propuesta cabalgata
Diseño y Propuesta de la Señalética
Situación Actual



Propuestas de la señalética



Fuente: Trabajo de Campo

Elaboración: Paola Elizabeth Delgado Loayza

CUADRO N.º 68 Pictogramas senderismo

SISTEMA DE SEÑALÉTICA TURÍSTICA		
TIPO DE SEÑAL:	Información	Coordenadas
TIPO DE MEDIO:	Actividad Turística	
FUNCIÓN:	UBICACIÓN:	
Permite dirigir al turista hacia la dirección correcta	Entrada Bosque Seco	
<p>MATERIALES:</p> <p>Sustrato: • El elemento sobre el que se adherirá el material retroreflectivo, está constituido por láminas de aluminio liso anodizado de las dimensiones que se requiera. Plintos: • Para soporte de señales de aproximación y vallas informativas de destinos 300 mm x 300 mm x 1000 mm. • Estas especificaciones dependerán del coeficiente y resistencia del suelo, el contratista deberá presentar una propuesta en caso de haber complicaciones en la instalación.</p> <p>Postes o parantes: • Para el Pictograma se usa un solo tubo galvanizado de 25,4mm x 25,4 mm (1" x 1") y 1,2 mm de espesor. • Deberán dejar una altura libre bajo la señal de 2,20 m. • El oferente podrá presentar la opción de acabado niquelado.</p> <p>Pantallas: • Para las pantallas de las señales de aproximación y vallas informativas de destinos Tendrán 2 componentes: La estructura, fabricada en tubo cuadrado de 50,8mmx 1,5 mm (2" x 1,5 mm), sus uniones serán soldadas</p>		<p align="center">DISEÑO GRÁFICO DE LA SEÑALÉTICA</p>
<p>mediante suelda eléctrica, electrodos 6011, totalmente limpias y esmeriladas; ésta estructura estará conformada por un marco y diagonales de refuerzo del mismo tubo y será tratada mediante anticorrosivo promotor de adherencia y laca automotriz al menos 2 manos. • La pantalla usará como sustrato láminas de aluminio liso anodizado. Estas pantallas se sujetarán a los postes mediante acoples y pernos de carrocería galvanizados de 50,8 mm x 12,7 mm (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>Fondo: • Para los pictogramas con poste y leyenda complementaria, el fondo será una composición de material retroreflectivo prismáticos, que cumplirán los niveles de retroreflectividad tipo XI con norma ASTM, láminas traslúcidas de electro corte que cumplirán los niveles de reflectancia mencionadas anteriormente. • El pictograma deberá estar protegido por un laminado transparente (lámina líquida o adhesiva) que asegure su estabilidad en presencia de rayos UV.</p>		
MANTENIMIENTO:	COSTO:	
Revisión anual de la pintura, letras e imágenes o regeneración en caso de deterioro	190	
OBSERVACIONES: Se utiliza la simbología de lenguaje universal basado en el Manual de señalética del Ministerio de Turismo.		

Fuente: trabajo de campo

Elaboración: Paola Elizabeth Delgado Loayza

CUADRO N.º 69 Diseño y Propuesta senderismo

**Diseño y Propuesta de la Señalética
Situación Actual**



Propuestas de la señalética



Fuente: Trabajo de Campo

Elaboración: Paola Elizabeth Delgado Loayza

6.2.10 Propuesta de implementar y mejorar el lugar de información para los turistas

En este lugar se dará mejoras colocando una caseta de información turística para que el turista pueda tener la información suficiente del lugar

CUADRO N.º 70 Diseño y Propuesta de caseta informativa

Diseño y Propuesta de la Señalética
Situación Actual

Propuestas de la señalética


Fuente: Trabajo de Campo

Elaboración: Paola Elizabeth Delgado Loayza

CUADRO N.º 71 Determinación de precios y beneficios de operación

Materiales	Unidad	Valor Unitario	Total
Paquete turístico Pax. 15		56.51	847.71
Señalética	26		5580
Caseta de información	1		
Suvenires	400	3	1200
Trípticos	1000	1	1000
Total			8627.71

Fuente: Trabajo de Campo

Elaboración: Paola Elizabeth Delgado Loayza

6.3 Socialización de la propuesta de actividades ecoturísticas para el Centro Binacional de Formación Técnica Zapotepamba.

Con la participación de autoridades del Centro Binacional de Formación Técnica de Zapotepamba y estudiantes del mismo y la sociedad civil se logra cumplir con la socialización de la Propuesta de Actividades Ecoturísticas para el Centro Binacional de Formación Técnica Zapotepamba, socialización que se llevó a cabo en el auditorio del Centro Binacional el día viernes 23 de marzo a las 14:00 hasta las 15.30; con los siguientes puntos expuestos:

- Tema
- Problema
- Justificación
- Objetivos
- Diseño de la propuesta de actividades ecoturísticas para el Centro Binacional de Formación Técnica Zapotepamba

Para la socialización se utilizó la técnica de MARPP (método de Análisis Rápida y Planificación Participativa), la cual nos permitió una consulta directa y el intercambio de opiniones con las autoridades que conforma el Centro Binacional.

Se la dividió en tres etapas según la técnica de MARPP

Preparación Previa (Etapa uno)

Para el cumplimiento de esta etapa se procedió a realizar actividades que nos permitieron reunir a las autoridades competentes, estas son:

- Oficio al director del Centro Binacional de Formación Técnica de Zapotepamba para la petición de fecha y hora para llevar a cabo la socialización. Ver anexo N 4
- Realización y entrega de invitaciones. Ver anexo N 5

Nombre y Apellido	Cargo
--------------------------	--------------

Ing. Roberth Guerrero	Director del Centro Binacional de Formación Técnica de Zapotepamba
Dr. Nikolay Aguirre,	Director de Investigación
Lic. Diana Nagua	Docente y Director de tesis de la Universidad Nacional de Loja
Ing. Maruxi Loarte	Docente UNL
Arq. Ramiro Maita Sánchez,	Alcalde del Cantón Paltas
Ing. Ovidio Ramírez Jiménez	Presidente del GAD parroquial de Casanga

Fuente: La autora.

Elaboración: Paola Elizabeth Delgado Loayza

Socialización (Etapa dos)

Con la finalidad de dar cumplimiento adecuado a la socialización del diseño de la propuesta de actividades ecoturísticas para el Centro Binacional de Formación Técnica Zapotepamba se realizó actividades como:

- Elaboración de la presentación mediante diapositivas. Ver anexo N° 7
- Preparación de la logística del Lugar de exposición.
- Ingreso de los invitados
- Socialización

Durante la socialización todos los asistentes pudieron intervenir mediante dudas y comentarios sobre la exposición de la propuesta, tuvo una duración de 1:30 hora, finalizando al final un debate con los participantes acerca del tema; de la forma siguiente se llevó a cabo la exposición:

1. Palabras de bienvenida del Ing. Roberth Guerrero director del Centro Binacional de Formación Técnica de Zapotepamba
2. Firma del registro de asistencia
3. Saludo y presentación de la propuesta a cargo de la Srta. Paola Elizabeth Delgado Loayza, tesista.
4. Socialización del trabajo de investigación con el apoyo del equipo audiovisual y material sobre la propuesta de actividades

Ecoturísticas para el Centro Binacional de Formación Técnica de Zapotepamba

5. Conversatorio con los asistentes para determinar las conclusiones y recomendaciones del trabajo de investigación, con el afán de contribuir al implemento de actividades Ecoturísticas.
6. Fin de la socialización a las 15.30.

Resultados (etapa tres)

La socialización del diseño de una propuesta de actividades ecoturísticas para el Centro Binacional de Formación Técnica de Zapotepamba, tuvo buena acogida con todos los asistentes cada personas dieron sus puntos de vista, que sería una nueva y buena propuesta para el centro por lo que el mismo no cuenta con estas actividades en el que los turista podrían realizar y a la ves ayudar como una fuente de trabajo e ingresos para el centro, y a la vez que se permite al desarrollo local del Centro.

Dando por concluido la socialización los asistentes nos brindaron sugerencias de las cuales detallamos a continuación:

- Motivar e incentivar a los estudiantes sobre el turismo, siendo ellos participes en visitar y cuidar del Centro Binacional esto se logrará mediante charlas para involucrarlos en el desarrollo turístico.
- Los habitantes de Parroquias no conocen de sus propios recursos turísticos, siendo ellos mismos del sector no visitan el Centro y por ende no se lo puede dar a conocer fuera del cantón paltas.
- Estos proyectos ayudarán al desarrollo turístico de la misma manera en el factor económicamente al Centro Binacional de Formación Técnica Zapotepamba y a su vez les permite aportar al desarrollo local.

7. DISCUSIÓN

En la actualidad el turismo se considera una actividad económica y cultural dentro de una región, donde los seres humanos tenemos la oportunidad de conocer la riqueza de un lugar fuera del habitual y sobre todo aprender a través de experiencias vivenciales como la gente local, contribuyendo de una u otra manera a los lugares de crecimiento.

La parroquia de Casanga y barrio de Zapotepamba son lugares aptos para el desarrollo del turismo donde los visitantes o turistas pueden disfrutar distintas actividades de ocio y recreación promoviendo un ambiente de buen vivir en la comunidad.

Para el cumplimiento del desarrollo del tema: Propuesta de actividades ecoturísticas para el Centro Binacional de Formación técnica de Zapotepamba.

En cuanto a las técnicas utilizadas; la observación directa permitió recabar información que ayudó a determinar el estado actual de la parroquia Casanga y del Centro Binacional ya que mediante la misma se logró tener un contacto directo con el entorno a investigar, permitiendo una mejor comprensión del mismo; la entrevista permitió determinar el grado de importancia y aplicabilidad de la propuesta, sustentando el desarrollo de la misma.

Esta investigación partió desde un diagnóstico turístico de la parroquia casanga y el Centro Binacional de Formación Técnica de Zapotepamba utilizando la matriz de diagnóstico turístico de Carla Ricaurte, las fichas de atractivos turísticos del Ministerio de Turismo de Ecuador 2017, de la misma manera se consideró con el apoyo de la información del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia de Casanga que fue

de gran ayuda, ya que mediante las mismas se pudo determinar el estado actual de todos los aspectos de interés turístico; la utilización de la matriz FODA que demuestra las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del entorno externo e interno del Centro Binacional, y finalmente con la información para el cumplimiento del tercer objetivo que se obtuvo de los distintos actores de donde se pudo constatar el potencial turístico de la parroquia y el Centro Binacional.

En el segundo objetivo se realizó diferentes análisis del Centro para lograr realizar el Diseño de una Propuesta de actividades ecoturísticas que servirá como un referente para el director para una nueva oportunidad de desarrollo en el ámbito turístico. Para el cumplimiento del tercer objetivo se utilizó la técnica de MARPP que sirvió para la socialización a las autoridades y personal involucrado con el tema, logrando sugerencias y opiniones de los asistentes que sirvieron para determinar resultados.

Con los objetivos de la investigación se pudo dar solución a la problemática, constatando que el Centro Binacional carecía de actividades ecoturísticas que les ayude a direccionar en el ámbito turístico para que el turista conozca nuevas alternativas que presenta el Centro.

La propuesta de Actividades Ecoturísticas para el Centro Binacional de Formación Técnica de Zapotepamba fue planteada por la razón de aprovechar el potencial turístico que posee con la implementación de actividades ecoturísticas para que el turista experimente nuevas formas de descanso y diversión con relación al cuidado del medio ambiente y con esto posicionarse en el ámbito turístico obteniendo beneficios y utilidades para el Centro Binacional.

Finalmente, las adecuaciones propuestas respecto a las actividades ecoturísticas y señalización contribuyen a la mejora de la seguridad del usuario, la confortabilidad ambiental y la calidad paisajística.

8. CONCLUSIONES

Al finalizar el desarrollo del trabajo de investigación en el Centro Binacional de Formación Técnica de Zapotepamba se concluye que:

- El Centro Binacional de Formación Técnica de Zapotepamba cuenta con 14 programas agrícolas en los que el turista podría disfrutar de sus diferentes actividades.
- El apoyo e información que me brindaron las autoridades del Centro Binacional de Formación Técnica de Zapotepamba y de la parroquia Casanga fue de gran ayuda para el buen desempeño y culminación del presente trabajo con éxito.
- El Centro Binacional de Formación Técnica de Zapotepamba es un lugar poco conocido por los turistas, pero es un lugar que cuenta con una variada vegetación en el que el turista o visitante puede disfrutar de descanso y recreación.
- Es un lugar con buenos y amplios espacios físicos para el desarrollo de actividades ecoturísticas como son el camping, pesca deportiva senderismo interpretativo y cabalgata.
- Mediante la propuesta de Actividades Ecoturísticas ayudara a ingresos económicos tanto para el Centro como para la parroquia de Casanga.
- Existe buena disposición de la población y estudiantes-pasantes en desarrollar proyectos que permitan un mejor crecimiento de la actividad ecoturística para el Centro Binacional.
- Mediante la comercialización se pretende que la localidad y las personas del entorno identifiquen las diferentes actividades ecoturísticas y empiecen a interesarse mediante la información del potencial turístico que posee el Centro Binacional de Formación Técnica Zapotepamba.
- El desarrolló de la Señalética Turística, basado en el Manual del Ministerio de Turismo, la misma que pretende proveer al visitante

información concreta y clara acerca de los diferentes programas agrícolas y las actividades ecoturísticas a proponer.

- La técnica de socialización aplicada a los actores involucrados despertó el interés de los mismos por continuar con el apoyo a la academia para que sigan desarrollando proyectos, en caminados en el ámbito turístico.

9. RECOMENDACIONES

- Al GAD del Cantón Paltas a través del departamento de turismo, tomen en consideración la siguiente propuesta de turismo, la misma que generará beneficios dentro de la economía local y contribuir al desarrollo turístico del Centro Binacional de Formación Técnica de Zapotepamba.
- Al director del Centro dar mayor importancia a las actividades que se pueden realizar dentro del Centro con la finalidad que ingresen recursos económicos para el mejoramiento de su infraestructura.
- Al director del Centro Binacional que se lleve a cabo la presente Señalética Turística para las actividades ecoturísticas y los diferentes programas agrícolas de acuerdo al Manual del Ministerio de Turismo, a fin de utilizar materiales afines con la zona.
- Al director del Centro Binacional de Formación Técnica de Zapotepamba. realizar proyectos que incluya campañas de difusión turística al centro Binacional incluyendo la propuesta de actividades ecoturísticas y todos los programas agrícolas que posee con el propósito de fortalecer al turismo.
- A las instituciones gubernamentales de turismo, apoyar a estas propuestas turísticas con lo cual se beneficiarán el cantón Paltas y la provincia de Loja a través de los recursos turísticos existente en el lugar.
- A la Universidad Nacional de Loja dar apertura y apoyo para que se realicen proyectos turísticos orientados al mejoramiento, difusión e implementación turística del Centro Binacional de Formación Técnica de Zapotepamba.
- A la Universidad Nacional de Loja que se le dé importancia al Centro Binacional de Zapotepamba e incluya personal en el ámbito turístico para que sea reconocido a nivel regional y nacional.
- Se sugiere a la Universidad Nacional de Loja se realice futuras investigaciones como propuesta de agroturismo, turismo sostenible, identificación de un plan de manejo ambiental del Centro o un plan de mitigación

10. Bibliografía

- Acuña, A. L. (05 de 11 de 2003). GUÍA PARA LAS MEJORES PRÁCTICAS. *GUÍA PARA LAS MEJORES PRÁCTICAS*. MEXICO, MEXICO, MEXICO: CDI. Obtenido de ucipfg.com:
- Agüera, O., Francisco, Morales, C., & Pablo. (2015). EL ECOTURISMO COMO MOTOR DE DESARROLLO EN ZONAS RURALES. *Ciencia y Sociedad*, 31.
- Arleco. (1 de 12 de 2009). *Viajar*. Obtenido de Viajar: <http://dondeviajar.republica.com/viajes/ecoturismo-en-ecuador.html>
- Bermúdez, S. (2015). *Ecuador Travel*. Obtenido de <https://ecuador.travel/es/ruta-del-cacao-la-pepa-de-oro-del-guayas/>
- Blanco, H. R. (junio de 2003). *EL AGROTURISMO, UNA ALTERNATIVA PARA REVALORIZAR LA AGROINDUSTRIA RURAL COMO MECANISMO DE DESARROLLO LOCAL*.
- Blanco, M., & Hernando, R. (2010). *El agroturismo como diversificación de la actividad agropecuaria y agroindustrial*. Lima: Estudios Agrarios.
- Bosque, I. R., & Gutiérrez, H. S. (2001). TURISMO DE REUNIONES: OPORTUNIDAD DE NEGOCIO. En I. R. Bosque, & H. S. Gutiérrez, *TURISMO DE REUNIONES: OPORTUNIDAD DE NEGOCIO* (pág. 19). Patria.
- Bringas Rábago, N. L. (2018). El ecoturismo: ¿una nueva modalidad del turismo de masas?. *Economía, Sociedad y Territorio [en línea] 2000*, II (Enero-Junio. *UEMA redalyc.org*, 400.
- Bulla, L. H. (09 de 07 de 2013). ECOTURISMO. En L. H. Bulla, *ECOTURISMO* (págs. 3-4). COLOMBIA: ADREA DEL PILAR SIERRA. Obtenido de eumed.
- Campoverde, G. C. (31 de julio de 2012). *repositorio universitario UNI*. Obtenido de repositorio universitario UNL: <dspace.unl.edu.ec/.../TESIS%20DIAGNOSTICO%20SITUASIONAL%20TURISTICO>.
- CONALEP2013. (05 de 11 de 2013). *CONALEP*. Obtenido de CONALEP: http://sied.conalep.edu.mx/bv3/biblioteca/area/carrera/modulo/recurso/223/trpticos_tursticos_continuacin.html

- Consulado de Ecuador*. (15 de 02 de 2009). Obtenido de Consulado de Ecuador
- CostaRica. (2013). *GoVisitCostaRica*. Obtenido de GoVisitCostaRica: www.GoVisitCostaRica.co.cr
- Desarrollo, S. (23 de 03 de 2012). *blogspot*. Obtenido de blogspot: <http://ruiz-desarrollosust.blogspot.com/2012/03/caracteristicas-del-ecoturismo.html>
- Ecuador, P. (15 de 01 de 2014). *Ecuador, PaisTuristico*. Obtenido de Ecuador, PaisTuristico:
- El Universo. (04 de Diciembre de 2010). Agroturismo se abre paso en zonas rurales. *Agroturismo se abre paso en zonas rurales*.
- EMILIANI. (10 de ENERO de 2013). *Administracion turistica y hotelera*. Obtenido de Administracion turistica y hotelera.
- Escovedo, C. (17 de 08 de 2016). *Entorno Turistico* . Obtenido de Entorno Turistico: <http://www.entornoturistico.com/cuales-son-los-tipos-de-turismo-que-existen/>
- Ferro, M. (12 de 02 de 2013). *Mexico* . Obtenido de Mexico: <https://www.mexicodesconocido.com.mx/nuevos-destinos-ecoturísticos-mexico.html>
- González, P. E., & Mendoza, J. R. (2014). INTRODUCCIÓN AL TURISMO. En L. P. Mendoza, *INTRODUCCIÓN AL TURISMO* (pág. 47). Mexico: Patria.
- Guerrero, R. (24 de 01 de 2017). CENTRO BINACIONAL DE FORMACION TECNICA. Iloa, Loja, Ecuador.
- Guerrero, R. (2017). *Centro Binacional de Formación Técnica Zapotepamba*.
- Ilizaliturri, A. A. (2007). EL ECOTURISMO COMO ESTRATEGIA DE DESARROLLO SOSTENIBLE: UN ANÁLISIS BASADO EN LA TEORÍA ECONOMICA. En A. A. Ilizaliturri, *EL ECOTURISMO COMO ESTRATEGIA DE DESARROLLO SOSTENIBLE: UN ANÁLISIS BASADO EN LA TEORÍA ECONOMICA* (pág. 19). MEXICO.
- INEC, 2. (20 de 12 de 2010). *INEC*. Obtenido de INEC .

- Láinez, Á. M. (02 de 11 de 2011). *citur.linktic*. Obtenido de citur.linktic.
- LAVANGUARDIA. (18 de 05 de 2016). Obtenido de LAVANGUARDIA:
<https://www.lavanguardia.com/ocio/viajes/20160517/401850171469/turismo-ecologico-costa-rica-ecolodge-lujo.html>
- Loja, M. d. (09 de 2002). *Municipio de Loja*. Obtenido de Municipio de Loja:
<http://www.loja.gob.ec/contenido/historia-de-loja>
- Loja, P. d. (25 de 01 de 2017). Obtenido de
<https://www.loja.gob.ec/files/image/LOTAIP/podt2014.pdf>
- Malo, G. (s.f.). *revista el agro*. Recuperado el 03 de Agosto de 2017, de
<http://www.revistaelagro.com/turismo-rural-en-crecimiento-o-decadencia-en-ecuador/>
- Milan, Genoveva, & Loyola, U. (2014). estudios de economia y administracion. *revista cientifica*, 5-150.
- MINTUR. (08 de Enero de 2014).
- MINTUR Turismo., M. d. (octubre de 2017). *Ministerio de Turismo*. Obtenido de Ministerio de Turismo.:
https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/Guia_MetodologicaInventarioAtractivosGeneracionEspacios2017.pdf
- MINTUR. (julio de 2011). *wordpress*. Obtenido de wordpress:
<https://jorgepaguay.files.wordpress.com/2011/10/manual-sec3b1alizacic3b3n-25-08-2011.pdf>
- OMT. (2007). *OMT*. Obtenido de OMY.
- PDOT, L. (11 de 2014-2022). Obtenido de
<https://www.loja.gob.ec/files/image/LOTAIP/podt2014.pdf>
- PDyOT PALTAS, M. D. (|5 de 02 de 2015-2019). *MUNICIPIO DE PALTAS*. Obtenido de MUNICIPIO DE PALTAS:
<http://paltas.gob.ec/pdf/PDyOTGADPaltas.pdf>
- Portillo, R. B. (2006). EL TURISMO DE NATURALEZA EN ESPAÑA. En R. B. Portillo, *EL TURISMO DE NATURALEZA EN ESPAÑA* (pág. 32). España: UNIVERSIDAD DE CASTILLA LA MANCHA.

- QUESADA CASTRO, R. (29 de 07 de 2007). ELEMENTOS DEL TURISMO. En R. QUESADA CASTRO, *ELEMENTOS DEL TURISMO* (págs. 101-107). COSTA RICA: EUNED. Obtenido de ENTORNO TURISTICO
- Quijano, C. R. (2009). *Manual de Diagnostico*. Obtenido de Manual de Diagnostico: <http://unrn.edu.ar/blogs/pt/files/2013/03/6-Ricaurte09-GuiaPlanTuris-ver-fichas-al-final-post-2007.pdf>
- RAGOZINA, K. (2005). @VIX. Obtenido de @VIX: <https://www.vix.com/es/imj/mundo/3694/ecoturismo-en-ecuador-galapagos-bolivar-y-quito>
- Reglamento General de Actividades Turísticas, B. G. (16 de 09 de 2011). Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/REGLAMENTO-GENERAL-DE-ACTIVIDADES-TUR%C3%8DSTICAS.pdf>
- Riveros, M. B. (2010). *El agroturismo como diversificación de la actividad agropecuaria y agroindustrial*. Lima: Estudios Agrarios.
- Riveros, M. B. (sf). *El agroturismo como diversificación de la actividad agropecuaria y agroindustrial*.
- Rojas, J. L. (2002). Procedimiento para la elaboración de un análisis FODA . *mazonaws.com*, 8.
- Rural, t. (22 de 07 de 2018). Obtenido de http://moodle2.unid.edu.mx/dts_cursos_md/lic/AET/TR/AM/05/Actividades.pdf
- Ruta Viva* . (sf). Obtenido de <http://www.rutaviva.com/rutas-turisticas-ecuador/ruta-de-las-flores>
- Sanchez, V. (2013). *Minube*. Obtenido de Minube: <https://www.minube.com/rincon/cerro-el-mandango-a3667787>
- Turismo, & Accesible. (2014). *Turismo Accesible*. Obtenido de Turismo Accesible: <http://turismoaccesible.ec/site/destination/region-sierra/loja/>
- Turismo, A. (26 de marzo de 2016). *Asesores en Turismo para Empresas e Instituciones Públicas* .

Turismo, C. d. (01 de 2017). *Gobierno de Canarias*. Obtenido de Gobierno de Canarias:

TURISMO, M. (JULIO de 2014). *MINTUR*. Obtenido de MINTUR.

Vazquez. (08 de 2015). *Scribd*. Obtenido de Scribd:
<https://es.scribd.com/doc/63155301/Demanda-Insatisfecha>

Wunder, S. (15 de 05 de 2012). Ecoturismo, ingresos locales y conservación: el caso de Cuyabeno, Ecuador. En S. Wunder, & S. Wunder (Ed.), *Ecoturismo, ingresos locales y conservación: el caso de Cuyabeno, Ecuador* (págs. 45-50). QUITO: ABYA YALA. Obtenido de Ecuador turistico:

Yunga, M. E. (20 de 02 de 2017). *Repositorio UNL*. Obtenido de Repositorio UNL.

11. ANEXOS

ANEXO N.º 1 Anteproyecto de Tesis



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

“PROPUESTA DE ACTIVIDADES ECOTURÍSTICAS PARA
EL CENTRO BINACIONAL DE FORMACIÓN TÉCNICA
ZAPOTEPAMBA”



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

ASPIRANTE:

Paola Elizabeth Delgado Loayza

1859

LOJA – ECUADOR
2017

1. TEMA

“PROPUESTA DE ACTIVIDADES ECOTURÍSTICAS PARA EL CENTRO BINACIONAL DE FORMACIÓN TÉCNICA ZAPOTEPAMBA”.

2. PROBLEMÁTICA

Las actividades turísticas encaminadas a ofrecer al turista la posibilidad de ocupar su tiempo ocio y/o vacacional, forman parte de la oferta turística y comprende toda una serie de productos, servicios y actividades en los que el propio turista es agente activo y pasivo de la propia actividad turística a desarrollar. (Turismo C. d., 2017)

Las actividades turísticas en las áreas protegidas se hacen a través de su zonificación. Todas las áreas protegidas tienen zonas intangibles, en las cuales las actividades humanas deben ser restringidas o muy estrictamente controladas. Las zonas, en las cuales se permiten diferentes formas de presencia humana, son zonas de uso especial, de recuperación, de manejo de recursos o de uso público. En el Ecuador se encuentra experiencias como el Bosque Seco Jerusalén ubicado en la provincia de Pichincha, en este lugar se puede realizar actividades turísticas como: paseos y caminatas dirigidas por guías especializados por lo que el paseo conjuga las aventuras al aire libre y el aprendizaje de las maravillas de la naturaleza en forma vivencial que el parque ofrece como un atractivo para los turistas. (Ecuador, 2014)

En la provincia de Loja, existen experiencias de turismo en bosques como el Bosque Petrificado de Puyango, en el cual se realizan actividades como son caminatas, senderismo, área de camping, y guianza.

En el cantón Paltas, se encuentra el Centro Binacional de Formación Técnica, sede ecuatoriana de Zapotepamba (CBFTZ) el cual contribuye al desarrollo social, económico, político y ambiental de la región sur del Ecuador y norte del Perú, a través de la formación profesional, la investigación, la vinculación con la colectividad y la prestación de servicios profesionales para el mejoramiento de procesos productivos, transferencia de técnica y tecnologías a nivel urbano-rural. (Guerrero, CENTRO BINACIONAL DE FORMACION TECNICA, 2017)

El CBFTZ tiene una superficie aproximada de 196 has, de las cuales 40 has son potencialmente regables, las mismas que están ubicados en la parte baja de la finca; y, las 150 has con áreas de secano y formaciones naturales de bosque seco. Se ha construido una moderna infraestructura donde los estudiantes del Área Agropecuaria y Recursos Naturales Renovables de la Universidad realizan sus prácticas pre – profesionales, tesis e investigaciones. Sin embargo, todo este conjunto no ha sido aprovechado para desarrollar propuestas de tipo turístico, específicamente por sus características realizar ecoturismo.

Existe limitadas iniciativas para potenciar las áreas naturales existentes y ofrecer a visitantes nacionales como internacionales oportunidades de interactuar con el ambiente con fines de relajación y disfrute.

El desconocimiento de esta actividad, genera deficiencia en el desarrollo de proyectos productivos de interacción de los visitantes locales, nacionales e internacionales con la naturaleza, unido a la inexistencia de programas de difusión que muestre las bondades del CBFTZ.

Esta problemática descrita, genera que exista poca afluencia de personas que visiten el centro; ya que el mismo no ofrece actividades turísticas que lo relacionen con el entorno, por lo que las instalaciones y sus espacios naturales están subutilizadas.

Este proyecto se involucra en la actividad turística determinando que el problema en este sector es: la Falta de una PROPUESTA DE ACTIVIDADES ECOTURÍSTICAS PARA EL CENTRO BINACIONAL DE FORMACIÓN TÉCNICA ZAPOTEPAMBA que involucre a los visitantes con el entorno.

3. JUSTIFICACIÓN

El turismo es una fuente generadora de divisas y empleos, además tiene la finalidad de identificar las oportunidades y ventajas que se puede obtener mediante la propuesta de actividades ecoturísticas, englobadas en el ecoturismo, para el Centro Binacional de Zapotepamba; esta investigación permitirá a los turistas realizar caminatas, camping, observación de flora y fauna y otras actividades que para el turista serán recuerdos inolvidables y además posicionar al CBFTZ en la Región Sur, el país y a nivel binacional e internacional.

Con el desarrollo de este proyecto de tesis lo que pretende es retribuir a la sociedad todo el esfuerzo realizado para brindar aportes que generen oportunidades de desarrollo con base a las actividades que promuevan la conservación, con un bajo impacto ambiental y cultural y propicie un involucramiento activo y socioeconómicamente benéfico de las poblaciones locales.

Se dará impulso al turismo en este sector del cantón Paltas, - patrimonio cultural de la Humanidad- y tendrá grandes beneficios como la afluencia de turistas, y la oportunidad de compartir con la comunidad de Zapotepamba realizando las actividades turísticas que se realizaran en el lugar, además de ello se generará:

- Involucramiento en viajes a destinos naturales
- Minimización de los impactos en áreas naturales
- Promoción de una conciencia ecológica
- Aporte de beneficios financieros directos a la conservación
- Aporte de beneficios sostenibles y fortalecimiento a las comunidades locales
- Respeto a la cultura local

Se contribuirá a mejorar la economía en este sector, esto será posible a través del fomento del turismo ya que de esta manera se generará fuentes de ingresos para el Centro Binacional de Formación Técnica de Zapotepamba y en las comunidades circundantes.

El proyecto generará en interés en el mejoramiento de las instalaciones para dar un mejor servicio a los turistas. La Universidad Nacional de Loja, principal beneficiario del proyecto ya que los estudiantes de las diferentes carreras podrán realizar sus prácticas de profesionalización, principalmente de la carrera de Administración turística.

En lo académico aportará para obtener el título de Ingeniera en Administración Turística en la Universidad Nacional de Loja, donde se adquiridos conocimientos durante los años de formación universitaria.

4. OBJETIVOS

4.1. OBJETIVO GENERAL

- Desarrollar una propuesta de actividades ecoturísticas en el Centro de Binacional de Formación Técnica Zapotepamba CBFTZ.

4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar un diagnóstico turístico en el centro Binacional de Zapotepamba.
- Diseñar la propuesta de actividades ecoturísticas para el Centro Binacional de Formación Técnica Zapotepamba.
- Socializar de la propuesta de actividades ecoturísticas para el Centro Binacional de Formación Técnica Zapotepamba.

5. MARCO TEÓRICO

5.1. MARCO CONCEPTUAL

5.2. Turismo

5.2.1. Tipos de Turismo

5.2.2. Definición de turista o viajero

5.2.3. Tipos de turistas

5.3. Actividades turísticas

5.3.1. Reglamento de Actividades Turísticas

5.3.2. Flora

5.3.3. Fauna

5.4. MARCO REFERENCIAL

5.4.1. Área de estudio

5.4.1.1. Cantón Paltas

5.4.1.1.1. Ubicación geográfica

5.4.1.1.2. Límites

5.4.1.1.3. Población

5.4.1.2. Parroquia Casanga

5.4.1.2.1. Ubicación

5.4.1.2.2. Límites

5.4.1.2.3. Población

5.4.1.3. Centro Binacional de Formación Técnica Zapotepamba

5.4.1.3.1. Ubicación

5.4.1.3.2. Actividades turísticas

5.4.1.3.2.1. Guianza

5.4.1.3.2.2. Camping

5.4.1.3.2.3. Avistamiento de Flora y Fauna

5.4.1.3.2.4. Pesca deportiva

5.4.1.3.2.5. Senderismo

6. METODOLOGÍA

Para dar cumplimiento a la siguiente investigación se utilizará una metodología activa y participativa, utilizando fuentes de información primaria y secundaria.

Para el diagnóstico turístico se utilizará la **Metodología de Carla Ricaurte Quijano**.

Para el inventario de atractivos turísticos se utilizará Metodología MINTUR.

Técnicas

- Técnica de observación directa
- Entrevista
- FODA
- MARPP

6.3. Metodología por Objetivos

1. Para el cumplimiento del primer objetivo: **Realizar un diagnóstico turístico en el Centro Binacional de Formación Técnica Zapotepamba**, se utilizará el manual para el diagnóstico turístico local del Ministerio de Turismo (MINTUR) para recolectar información de infraestructura, planta turística, servicios básicos y atractivos turísticos posee el CBFTZ

Además, se utilizarán las siguientes técnicas:

Observación Directa: Ayudará a detectar algún, hecho lo que facilitará obtener información sobre el funcionamiento actual del sitio en potencial turístico.

Entrevista: Se utilizará para la recolección de información oral. Mediante una conversación directa entre el entrevistador y el entrevistado, y utilizando fichas de inventario de oferta y demanda ecoturística, se recopilará la información relacionada con la oferta y demanda turística en la zona.

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

FODA

Se utilizará esta técnica para determinar las estrategias a seguir para potenciar los atractivos turísticos de la zona del proyecto.

2. Para el cumplimiento del segundo objetivo: **Diseñar la propuesta de actividades ecoturísticas para el Centro Binacional de Formación Técnica Zapotepamba**, se realizará:

Se realizará el trabajo de campo con ayuda del GPS, para la toma de puntos georreferenciales. Teniendo en consideración la distancia entre los atractivos, los servicios turísticos y los puntos complementarios para el desarrollo del proyecto.

Para el cumplimiento del tercer objetivo: **Socializar la propuesta de actividades ecoturísticas para el Centro Binacional de Formación Técnica Zapotepamba.**, se utilizará las técnicas de MARPP siguiendo tres fases:

1. Se realizará convocatorias, orden del día y presentaciones.
2. Se expondrá la propuesta del trabajo de investigación a todos los asistentes.
3. Se receptará sugerencias de las personas a quienes se socializará la propuesta

7. CRONOGRAMA

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																										
ACTIVIDADES	MES 1				MES 2				MES 3				MES 4				MES 5				MES 6					
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4		
Objetivo 1																										
Visita in situ	X	X																								
Recopilación de información			X	X	X																					
Procesamiento de información						X	X																			
Objetivo 1 Diagnostico turístico								X	X																	
Entrega 1 objetivo y socialización										X																
Objetivo 2																										
Diseñar la propuesta de actividades ecoturísticas.											X	X														
Identificación y Zonificación de las áreas de uso turístico.												X	X													
Definición de las actividades y servicios turísticos a ofrecer															X	X										
Entrega 2 objetivo y socialización																	X									
Objetivo 3																										
Socialización del proyecto a los involucrados																		X								
Elaboración de la propuesta de promoción del producto turístico.																		X	X							
Entrega 3 objetivo y socialización																				X						
Borrador de tesis																					X	X				
Pedido Tribunal y trámites legales																								X	X	

8. PRESUPUESTO

Para el desarrollo de la presente investigación se utilizará los siguientes recursos:

8.1 Recursos Humanos

- Director de tesis
- Estudiante a cargo de la Investigación Srta. Paola Elizabeth Delgado Loayza
- Personal del Centro Binacional de Formación Técnica Zapotepamba, presidente de la parroquia Casanga

8.2 Recursos materiales

- Materiales de oficina
- Cámara digital
- Flash Memory
- Internet
- Transporte
- Alimentación

EQUIPO TÉCNICO			
Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Cámara fotográfica	1	300.00	300.00
Flash Memory	1	15.00	15.00
Internet	1	20.00	20.00
GPS	1	25	25,00
Total			360.00

LOGÍSTICA			
Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Transporte	10	15	150.00
Alimentación	20	10.00	200.00
hospedaje	10	12	120.00
Total			470.00

SUMINISTROS DE OFICINA			
Detalles	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Resma de papel	5	5.00	25.00
Copias	100	0.02	2.00
Impresiones	300	0.15	45.00
Carpetas	4	0.50	2.00
Empastados	5	60.00	300.00
Anillados	3	5.00	15.00
Total			389.00

PRESUPUESTO TOTAL	
Equipo técnico	360.00
Logística	470.00
Suministros de oficina	389.00
Subtotal	1219.00
Imprevistos 5%	60.95
Total	1279.95

Bibliografía

- Acuña, A. L. (05 de 11 de 2003). GUÍA PARA LAS MEJORES PRÁCTICAS. *GUÍA PARA LAS MEJORES PRÁCTICAS*. MEXICO, MEXICO, MEXICO: CDI. Obtenido de uciptfg.com: <http://www.uciptfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS15/MGTSV15-10/Modulos/Modulo2/Principales/001.pdf>
- Agüera, O., Francisco, Morales, C., & Pablo. (2015). EL ECOTURISMO COMO MOTOR DE DESARROLLO EN ZONAS RURALES. *Ciencia y Sociedad*, 31.
- Arleco. (1 de 12 de 2009). *Viajar*. Obtenido de Viajar: <http://dondeviajar.republica.com/viajes/ecoturismo-en-ecuador.html>
- Bermúdez, S. (2015). *Ecuador Travel*. Obtenido de <https://ecuador.travel/es/ruta-del-cacao-la-pepa-de-oro-del-guayas/>
- Blanco, H. R. (junio de 2003). *EL AGROTURISMO, UNA ALTERNATIVA PARA REVALORIZAR LA AGROINDUSTRIA RURAL COMO MECANISMO DE DESARROLLO LOCAL*. Obtenido de http://territorioscentroamericanos.org/sites/default/files/El%20agroturismo%2C%20una%20alternativa%20para%20revalorizar%20la%20agroindustria%20rural_0.pdf
- Blanco, M., & Hernando, R. (2010). *El agroturismo como diversificación de la actividad agropecuaria y agroindustrial*. Lima: Estudios Agrarios.
- Bosque, I. R., & Gutiérrez, H. S. (2001). TURISMO DE REUNIONES: OPORTUNIDAD DE NEGOCIO. En I. R. Bosque, & H. S. Gutiérrez, *TURISMO DE REUNIONES: OPORTUNIDAD DE NEGOCIO* (pág. 19). Patria.
- Bringas Rábago, N. L. (2018). El ecoturismo: ¿una nueva modalidad del turismo de masas?. *Economía, Sociedad y Territorio* [en línea] 2000, II (Enero-Junio. *UEMA redalyc.org*, 400.
- Bulla, L. H. (09 de 07 de 2013). ECOTURISMO. En L. H. Bulla, *ECOTURISMO* (págs. 3-4). COLOMBIA: ADREA DEL PILAR SIERRA. Obtenido de eumed.
- Campoverde, G. C. (31 de julio de 2012). *repositorio universitario UNI*. Obtenido de repositorio universitario UNL: [dspace.unl.edu.ec/.../TESIS%20DIAGNOSTICO%20SITUASIONAL%20TURISTICO](https://space.unl.edu.ec/.../TESIS%20DIAGNOSTICO%20SITUASIONAL%20TURISTICO).
- CONALEP2013. (05 de 11 de 2013). *CONALEP*. Obtenido de CONALEP: http://sied.conalep.edu.mx/bv3/biblioteca/area/carrera/modulo/recurso/223/trpticos_tursticos_continuacin.html
- Consulado de Ecuador*. (15 de 02 de 2009). Obtenido de Consulado de Ecuador: <http://www.embassyecuador.eu/site/index.php/es/turismo-inf-general-2/turismo-flora-fauna>
- CostaRica. (2013). *GoVisitCostaRica*. Obtenido de GoVisitCostaRica: www.GoVisitCostaRica.co.cr

- Desarrollo, S. (23 de 03 de 2012). *blogspot*. Obtenido de blogspot: <http://ruiz-desarrollosust.blogspot.com/2012/03/caracteristicas-del-ecoturismo.html>
- Ecuador, P. (15 de 01 de 2014). *Ecuador, PaisTuristico*. Obtenido de Ecuador, PaisTuristico: <http://www.paisturistico.com/ecuador/quito/atractivos/jerusalen>
- El Universo. (04 de Diciembre de 2010). Agroturismo se abre paso en zonas rurales. *Agroturismo se abre paso en zonas rurales*.
- EMILIANI. (10 de ENERO de 2013). *Administracion turistica y hotelera*. Obtenido de Administracion turistica y hotelera: <https://sites.google.com/site/serviciostur/conceptos-st>
- Escovedo, C. (17 de 08 de 2016). *Entorno Turistico* . Obtenido de Entorno Turistico: <http://www.entornoturistico.com/cuales-son-los-tipos-de-turismo-que-existen/>
- Ferro, M. (12 de 02 de 2013). *Mexico* . Obtenido de Mexico: <https://www.mexicodesconocido.com.mx/nuevos-destinos-ecoturisticos-mexico.html>
- González, P. E., & Mendoza, J. R. (2014). INTRODUCCIÓN AL TURISMO. En L. P. Mendoza, *INTRODUCCIÓN AL TURISMO* (pág. 47). Mexico: Patria.
- Guerrero, R. (24 de 01 de 2017). CENTRO BINACIONAL DE FORMACION TECNICA. Loja, Loja, Ecuador.
- Guerrero, R. (2017). *Centro Binacional de Formación Técnica Zapotepamba*.
- Ilizaliturri, A. A. (2007). EL ECOTURISMO COMO ESTRATEGIA DE DESARROLLO SOSTENIBLE: UN ANÁLISIS BASADO EN LA TEORÍA ECONOMICA. En A. A. Ilizaliturri, *EL ECOTURISMO COMO ESTRATEGIA DE DESARROLLO SOSTENIBLE: UN ANÁLISIS BASADO EN LA TEORÍA ECONOMICA* (pág. 19). MEXICO.
- INEC, 2. (20 de 12 de 2010). *INEC*. Obtenido de INEC .
- Láinez, Á. M. (02 de 11 de 2011). *citur.linktic*. Obtenido de citur.linktic.
- LAVANGUARDIA. (18 de 05 de 2016). Obtenido de LAVANGUARDIA: <https://www.lavanguardia.com/ocio/viajes/20160517/401850171469/turismo-ecologico-costa-rica-ecolodge-lujo.html>
- Loja, M. d. (09 de 2002). *Municipio de Loja*. Obtenido de Municipio de Loja: <http://www.loja.gob.ec/contenido/historia-de-loja>
- Loja, P. d. (25 de 01 de 2017). Obtenido de <https://www.loja.gob.ec/files/image/LOTAIP/podt2014.pdf>

- Malo, G. (s.f.). *revista el agro*. Recuperado el 03 de Agosto de 2017, de <http://www.revistaelagro.com/turismo-rural-en-crecimiento-o-decadencia-en-ecuador/>
- Milan, Genoveva, & Loyola, U. (2014). estudios de economia y administracion. *revista cientifica*, 5-150.
- MINTUR. (08 de Enero de 2014).
- MINTUR Turismo., M. d. (octubre de 2017). *Ministerio de Turismo*. Obtenido de Ministerio de Turismo.: https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/Guia_MetodologicalInventarioAtractivosGeneracionEspacios2017.pdf
- MINTUR. (julio de 2011). *wordpress*. Obtenido de wordpress: <https://jorgepaguay.files.wordpress.com/2011/10/manual-sec3b1alizacic3b3n-25-08-2011.pdf>
- OMT. (2007). *OMT*. Obtenido de OMY.
- PDOT, L. (11 de 2014-2022). Obtenido de <https://www.loja.gob.ec/files/image/LOTAIP/podt2014.pdf>
- PDyOT PALTAS, M. D. (15 de 02 de 2015-2019). *MUNICIPIO DE PALTAS*. Obtenido de MUNICIPIO DE PALTAS: <http://paltas.gob.ec/pdf/PDyOTGADPaltas.pdf>
- Portillo, R. B. (2006). EL TURISMO DE NATURALEZA EN ESPAÑA. En R. B. Portillo, *EL TURISMO DE NATURALEZA EN ESPAÑA* (pág. 32). España: UNIVERSIDAD DE CASTILLA LA MANCHA.
- QUESADA CASTRO, R. (29 de 07 de 2007). ELEMENTOS DEL TURISMO. En R. QUESADA CASTRO, *ELEMENTOS DEL TURISMO* (págs. 101-107). COSTA RICA: EUNED. Obtenido de ENTORNO TURISTICO: <https://www.entornoturistico.com/cuales-son-los-tipos-de-turismo-que-existen/>
- Quijano, C. R. (2009). *Manual de Diagnostico*. Obtenido de Manual de Diagnostico: <http://unrn.edu.ar/blogs/pt/files/2013/03/6-Ricaurte09-GuiaPlanTuris-ver-fichas-al-final-post-2007.pdf>
- RAGOZINA, K. (2005). *@VIX*. Obtenido de @VIX: <https://www.vix.com/es/imj/mundo/3694/ecoturismo-en-ecuador-galapagos-bolivar-y-quito>
- Reglamento General de Actividades Turisticas, B. G. (16 de 09 de 2011). Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/REGLAMENTO-GENERAL-DE-ACTIVIDADES-TUR%3%8DSTICAS.pdf>

- Riveros, M. B. (2010). *El agroturismo como diversificación de la actividad agropecuaria y agroindustrial*. Lima: Estudios Agrarios. Obtenido de http://www.pa.gob.mx/publica/rev_49/An%C3%A1lisis/el_agroturismo_como_-_Marvin_Blanco_M..pdf
- Riveros, M. B. (sf). *El agroturismo como diversificación de la actividad agropecuaria y agroindustrial*. Obtenido de http://www.pa.gob.mx/publica/rev_49/An%C3%A1lisis/el_agroturismo_como_-_Marvin_Blanco_M..pdf
- Rojas, J. L. (2002). Procedimiento para la elaboración de un análisis FODA . *mazonaws.com*, 8.
- Rural, t. (22 de 07 de 2018). Obtenido de http://moodle2.unid.edu.mx/dts_cursos_md/lic/AET/TR/AM/05/Actividades.pdf
- Ruta Viva* . (sf). Obtenido de <http://www.rutaviva.com/rutas-turisticas-ecuador/ruta-de-las-flores>
- Sanchez, V. (2013). *Minube*. Obtenido de Minube: <https://www.minube.com/rincon/cerro-el-mandango-a3667787>
- Turismo, & Accesible. (2014). *Turismo Accesible*. Obtenido de Turismo Accesible: <http://turismoaccesible.ec/site/destination/region-sierra/loja/>
- Turismo, A. (26 de marzo de 2016). *Asesores en Turismo para Empresas e Instituciones Públicas* . Obtenido de <https://asesoresenturismoperu.wordpress.com/2016/03/26/definicion-ruta-turistica/>
- Turismo, C. d. (01 de 2017). *Gobierno de Canarias*. Obtenido de Gobierno de Canarias: http://www.gobiernodecanarias.org/turismo/dir_gral_ordenacion_promocion/actividades_complementarias/index.html
- TURISMO, M. (JULIO de 2014). *MINTUR*. Obtenido de MINTUR.
- Vazquez. (08 de 2015). *Scribd*. Obtenido de Scribd: <https://es.scribd.com/doc/63155301/Demanda-Insatisfecha>
- Wunder, S. (15 de 05 de 2012). Ecoturismo, ingresos locales y conservación: el caso de Cuyabeno, Ecuador. En S. Wunder, & S. Wunder (Ed.), *Ecoturismo, ingresos locales y conservación: el caso de Cuyabeno, Ecuador* (págs. 45-50). QUITO: ABYA YALA. Obtenido de Ecuador turistico: <https://www.ecuador-turistico.com/2012/05/el-ecoturismo-en-el-ecuador-ecoturismo.html>
- Yunga, M. E. (20 de 02 de 2017). *Repositorio UNL*. Obtenido de Repositorio UNL.

ANEXO N° 2 FICHAS PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

Ficha N° 1 Chorro El Almendral

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																																											
Código del atractivo:	1	1	0	9	5	8	A	N	0	9	0	6	0	2	0	0	1																										
	Provincia		Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo																												
1. DATOS GENERALES																																											
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																																											
CHORRO "EL ALMENDRAL"																																											
1.2 Categoría					1.3 Tipo					1.4 Subtipo																																	
ATRATIVOS_NATURALES					COSTAS_O_LITORALES					CANAL																																	
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO																																											
2.1 Provincia					2.2 Cantón					2.3 Parroquia																																	
LOJA					PALTAS					CASANGA																																	
2.4 Barrio, Sector o Comuna					2.5 Calle Principal					2.6 Número		2.7 Transversal																															
Sector Zapotepamba					Via Panamerica					s/n		s/l																															
2.8 Latitud (grados decimales)					2.9 Longitud (grados decimales)					Click		2.10 Altura (msnm)																															
-4.0425					-79.785							902msnm																															
2.11 Información del administrador																																											
a. Tipo de Administrador:					PUBLICO					b. Nombre de la Institución:							GAD CASANGA																										
c. Nombre del Administrador:					d. Cargo que ocupa:																																						
e. Teléfono / Celular:					3030475					f. Correo Electrónico:																																	
Observaciones:																																											
3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO																																											
3.1 Características climatológicas <input checked="" type="checkbox"/>																																											
a. Clima:					Semi Humedo					b. Temperatura(°C):		20°		c. Precipitación Pluviométrica (mm):					1016mm																								
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 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:				Meses de Julio y Junio por fiestas religiosas																																							
Observaciones:																																											
4. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO																																											
SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>																																											
a. Nombre de la ciudad o poblado más cercano (Que presente condiciones mínimas de servicios):																	Parroquia Casanga																										
b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano:			15 km		c. Tiempo estimado de desplazamiento en auto:			de 0:20 h/min		d. Coordenadas (grados decimales):			Lat.:		-4.014437		Long.:																										
4.2 Vías de Acceso (M) <input checked="" type="checkbox"/>																																											
a. Terrestre (M)		<input checked="" type="checkbox"/>		Tipo de vía		Coordenada de inicio		Coordenada de fin		Distancia (km)		Tipo de material		Estado																													
				a. Primer orden		<input checked="" type="checkbox"/>		-4.014437; -79.763272		-4.029861; -79.73027777777779		15		Asfalto		Bueno																											
				b. Segundo orden		<input type="checkbox"/>				0		0		texto																													
				c. Tercer orden		<input type="checkbox"/>		0		0		0		texto																													

b. Acuático (U) <input type="checkbox"/>	Marítimo <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida <input type="text"/>	Estado <input type="text"/>	Puerto / Muelle de Llegada <input type="text"/>	Estado <input type="text"/>		
	Lacustre <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida <input type="text"/>	Estado <input type="text"/>	Puerto / Muelle de Llegada <input type="text"/>	Estado <input type="text"/>		
	Fluvial <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida <input type="text"/>	Estado <input type="text"/>	Puerto / Muelle de Llegada <input type="text"/>	Estado <input type="text"/>		
Observaciones:							
c. Aéreo (U) <input type="checkbox"/>	Nacional: <input type="checkbox"/>		Internacional: <input type="checkbox"/>				
Observaciones:							
4.3 Servicio de transporte (M) <input checked="" type="checkbox"/>							
a. Bus <input checked="" type="checkbox"/>	b. Buseta <input type="checkbox"/>	c. Transporte 4x4 <input 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 checked="" type="checkbox"/>	n. Otro <input checked="" type="checkbox"/>	Especifique Servicio de camionetas					
Observaciones:							
4.3.1 Detalle de transporte hacia el atractivo (M) <input checked="" type="checkbox"/>							
a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio	b. Estación / terminal	c. Frecuencia		d. Detalle (Traslado origen / destino)			
		Día	Sem	Mensual	Eventual		
Cooperativa "San Francisco"	Estacion	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
Alquiler de camionetas	Estacion	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
Cooperativa Loja	Terminal	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
Cooperativa Carimanga	Terminal	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
4.4 Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad (M) <input type="checkbox"/>							
a. Accesibilidad motriz <input type="checkbox"/>	b. Accesibilidad visual <input type="checkbox"/>	c. Accesibilidad auditiva <input type="checkbox"/>	d. No es accesible <input type="checkbox"/>				
Observaciones:							
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:							
5. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS <input checked="" type="checkbox"/> SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/>							
5.1 Planta turística (M) <input checked="" type="checkbox"/>							
a. En el Atractivo <input type="checkbox"/>				b. En la ciudad o poblado cercano <input checked="" type="checkbox"/>			
Alojamiento <input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas	Alojamiento <input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas
Hotel <input type="checkbox"/>	0	0	0	Hotel <input type="checkbox"/>	0	0	0
Hostal <input type="checkbox"/>	0	0	0	Hostal <input type="checkbox"/>	0	0	0
Hostería <input type="checkbox"/>	0	0	0	Hostería <input checked="" type="checkbox"/>	1	5	30
Hacienda Turística <input type="checkbox"/>	0	0	0	Hacienda Turística <input type="checkbox"/>	0	0	0
Lodge <input type="checkbox"/>	0	0	0	Lodge <input type="checkbox"/>	0	0	0
Resort <input type="checkbox"/>	0	0	0	Resort <input type="checkbox"/>	0	0	0
Refugio <input type="checkbox"/>	0	0	0	Refugio <input type="checkbox"/>	0	0	0
Campamento Turístico <input type="checkbox"/>	0	0	0	Campamento Turístico <input type="checkbox"/>	0	0	0
Casa de Huéspedes <input type="checkbox"/>	0	0	0	Casa de Huéspedes <input type="checkbox"/>	0	0	0
Observaciones:				Observaciones:			
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"/>	4	20	150
Cafeterías <input type="checkbox"/>	0	0	0	Cafeterías <input type="checkbox"/>	0	0	0

Bares	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Bares	<input type="checkbox"/>	0	0	0			
Fuentes de soda	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Fuentes de soda	<input type="checkbox"/>	0	0	0			
Observaciones:					Observaciones:							
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:					Observaciones:							
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:					Observaciones:							
5.2 Facilidades en el entorno al atractivo <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"/>		
	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		<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 guardiana		<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Miradores		<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Torres de avistamiento de aves		<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Torres de vigilancia para salvavidas		<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
c. De recorrido y descanso <input checked="" 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	0	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Áreas de acampar		<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Refugio de alta montaña		<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
d. De servicio <input type="checkbox"/>	Baterías sanitarias		<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Estacionamientos		<input type="checkbox"/>	0	0		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
e. Otros	<input type="checkbox"/>		0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
Observaciones:												
5.3 Complementarios a la actividad turística (M) <input checked="" type="checkbox"/>												
a. En el Atractivo <input type="checkbox"/>						b. En la ciudad o poblado cercano <input checked="" type="checkbox"/>						
Alquiler y venta de equipo especializado		<input type="checkbox"/>	Venta de artesanías y merchandising		<input type="checkbox"/>	Alquiler y venta de equipo especializado		<input type="checkbox"/>	Venta de artesanías y merchandising		<input checked="" type="checkbox"/>	
Casa de cambio	<input type="checkbox"/>	Cajero automático	<input type="checkbox"/>	Otro	<input type="checkbox"/>	Casa de cambio	<input type="checkbox"/>	Cajero automático	<input type="checkbox"/>	Otro	<input type="checkbox"/>	
Especifique: texto						Especifique: Venta de bolsos y artesanías del lugar						
Observaciones:												
6. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO							SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	SI	<input type="checkbox"/>
6.1 Atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>												
a. Conservado		<input type="checkbox"/>	b. Alterado		<input checked="" type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro		<input type="checkbox"/>	d. Deteriorado		<input type="checkbox"/>	
Observaciones:												
6.1.1 Factores de alteración y deterioro (M)												
6.1.1.1 Naturales (M)					6.1.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)							

a. Erosión	<input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Actividades forestales	<input type="checkbox"/>	c. Actividades extractivas / minería	<input type="checkbox"/>	
b. Humedad	<input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales	<input type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono	<input type="checkbox"/>	f. Huaquearías	<input type="checkbox"/>	
c. Desastres naturales	<input type="checkbox"/>	g. Conflicto de tenencia	<input type="checkbox"/>	h. Condiciones de uso y exposición	<input type="checkbox"/>	i. Falta de mantenimiento	<input type="checkbox"/>	
d. Flora/Fauna	<input type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente	<input type="checkbox"/>	k. Generación de residuos	<input type="checkbox"/>	l. Expansión urbana	<input type="checkbox"/>	
e. Clima	<input type="checkbox"/>	m. Conflicto político / social	<input type="checkbox"/>	n. Desarrollo industrial / comercial	<input type="checkbox"/>	o. Vandalismo	<input type="checkbox"/>	
Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:						
Observaciones:								
6.2 Entorno (U) <input checked="" type="checkbox"/>								
a. Conservado	<input type="checkbox"/>	b. Alterado	<input checked="" type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro	<input type="checkbox"/>	d. Deteriorado	<input type="checkbox"/>	
Observaciones:								
6.2.1 Factores de alteración y deterioro (M)								
6.2.1.1 Naturales (M)				6.2.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)				
a. Erosión	<input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Actividades forestales	<input type="checkbox"/>	c. Actividades extractivas / minería	<input type="checkbox"/>	
b. Humedad	<input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales	<input type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono	<input type="checkbox"/>	f. Huaquearías	<input type="checkbox"/>	
c. Desastres naturales	<input type="checkbox"/>	g. Conflicto de tenencia	<input type="checkbox"/>	h. Condiciones de uso y exposición	<input type="checkbox"/>	i. Falta de mantenimiento	<input type="checkbox"/>	
d. Flora/Fauna	<input type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente	<input type="checkbox"/>	k. Generación de residuos	<input type="checkbox"/>	l. Expansión urbana	<input checked="" 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:						
Observaciones:								
6.3. Declaratoria del espacio turístico asociado al atractivo <input type="checkbox"/>								
a. Declarante:		b. Denominación:		b. Fecha de declaración:		c. Alcance:		
Observaciones:								
7. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/>								
7.1 Servicios Básicos <input checked="" type="checkbox"/>								
a. En el atractivo <input type="checkbox"/>				b. En la ciudad o poblado mas cercano <input checked="" type="checkbox"/>				
Agua:		<input type="checkbox"/>	Agua:		<input checked="" type="checkbox"/>			
Especifique:		A	Especifique:		Agua Potable			
Energía eléctrica:		<input type="checkbox"/>	Energía eléctrica:		<input checked="" type="checkbox"/>			
Especifique:			Especifique:		Posee energia electrica a traves de la red publica			
Saneamiento:		<input type="checkbox"/>	Saneamiento:		<input checked="" type="checkbox"/>			
Especifique:			Especifique:		Posee alcantarillado			
Disposición de desechos:		<input type="checkbox"/>	Disposición de desechos:		<input checked="" type="checkbox"/>			
Especifique:			Especifique:		Poseen servicio de carro recolector			
Observaciones:								
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	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"/>
Normativos de concienciación		0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Señalética interna de seguridad <input type="checkbox"/>	Protección de los elementos del atractivo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otros <input type="checkbox"/>	texto							
Observaciones:								
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 type="checkbox"/>					
Puesto / Centro de salud <input type="checkbox"/>		0	Puesto / Centro de salud <input checked="" type="checkbox"/>			1		
Dispensario médico <input type="checkbox"/>		0	Dispensario médico <input type="checkbox"/>			0		
Botiquín de primeros auxilios <input type="checkbox"/>		0	Botiquín de primeros auxilios <input type="checkbox"/>			0		
Otros <input type="checkbox"/>		0	Otros <input type="checkbox"/>			0		
Observaciones:								
7.4 Seguridad (M) <input checked="" type="checkbox"/>								
a. Privada <input type="checkbox"/>	Detalle							
b. Policía nacional <input checked="" type="checkbox"/>		UPC Casanga						
c. Policía metropolitana / Municipal <input type="checkbox"/>								
d. Otra <input type="checkbox"/>								
Observaciones:								
7.5 Servicio de comunicación de uso público (M) <input checked="" type="checkbox"/>								
a. En el atractivo <input checked="" type="checkbox"/>					b. En la ciudad o poblado mas cercano <input checked="" type="checkbox"/>			
Telefonía (M) <input type="checkbox"/>	Conexión a internet (M) <input type="checkbox"/>				Telefonía (M) <input checked="" type="checkbox"/>	Conexión a internet (M) <input type="checkbox"/>		
Fija <input type="checkbox"/>	Línea telefónica <input type="checkbox"/>	Fibra óptica <input type="checkbox"/>			Fija <input type="checkbox"/>	Línea telefónica <input type="checkbox"/>	Fibra óptica <input type="checkbox"/>	
Móvil <input checked="" type="checkbox"/>	Satélite <input type="checkbox"/>	Redes inalámbricas <input type="checkbox"/>			Móvil <input checked="" type="checkbox"/>	Satélite <input type="checkbox"/>	Redes inalámbricas <input checked="" type="checkbox"/>	
Satelital <input type="checkbox"/>	Telefonía móvil <input type="checkbox"/>				Satelital <input type="checkbox"/>	Telefonía móvil <input type="checkbox"/>		
Observaciones:								

Radio portátil (U) <input type="checkbox"/>							
De uso exclusivo para el visitante <input type="checkbox"/>		De uso exclusivo para comunicación interna <input type="checkbox"/>		De uso exclusivo en caso de emergencia <input type="checkbox"/>			
Observaciones:							
7.6 Multiamenazas (M) <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. <input type="text"/>		Nombre del documento: <input type="text"/>		Año de elaboración: <input type="text" value="0"/>	
Observaciones:							
8. POLÍTICAS Y REGULACIONES				SI <input type="checkbox"/>		NO <input type="checkbox"/>	
a. ¿El GAD cuenta con el Plan de Desarrollo Turístico Territorial?				SI <input type="checkbox"/>		NO <input type="checkbox"/>	
				Año de elaboración:		2016	
b. ¿El atractivo se encuentra dentro de la planificación turística territorial (GAD'S)?				SI <input type="checkbox"/>		NO <input type="checkbox"/>	
				Especifique:			
c. ¿Existen normativas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?				SI <input type="checkbox"/>		NO <input type="checkbox"/>	
				Especifique:			
d. ¿Existen ordenanzas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?				SI <input type="checkbox"/>		NO <input type="checkbox"/>	
				Especifique:			
Observaciones:							
9. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U)				SI <input checked="" type="checkbox"/>		NO <input type="checkbox"/>	
9.1 ATRACTIVOS NATURALES (M) <input checked="" 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"/>	
						<input type="text"/>	
Observaciones:							
9.1.2 En el Aire (M) <input type="checkbox"/>							
a. Alas Delta <input type="checkbox"/>		b. Canopy <input type="checkbox"/>		c. Parapente <input type="checkbox"/>		d. Otro <input type="checkbox"/>	
						<input type="text"/>	
Observaciones:							
9.1.3 En Superficie Terrestre (M) <input checked="" type="checkbox"/>							
a. Montañismo <input type="checkbox"/>		b. Escalada <input type="checkbox"/>		c. Senderismo <input checked="" type="checkbox"/>		d. Cicloturismo <input type="checkbox"/>	
e. Canyoning <input type="checkbox"/>		f. Exploración de cuevas <input type="checkbox"/>		g. Actividades Recreativas <input type="checkbox"/>		h. Cabalgata <input type="checkbox"/>	
i. Caminata <input checked="" type="checkbox"/>		j. Camping <input type="checkbox"/>		k. Pínic <input type="checkbox"/>		l. Observación de flora y fauna <input type="checkbox"/>	
m. Observación de astros <input type="checkbox"/>		n. Otro <input type="checkbox"/>				<input type="text"/>	
Observaciones:							
9.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U) <input type="checkbox"/>							
9.2.1 Tangibles e intangibles <input type="checkbox"/>							
a. Recorridos guiados <input checked="" type="checkbox"/>		b. Recorrido autoguiados <input type="checkbox"/>		c. Visita a talleres artísticos <input type="checkbox"/>			
h. Participación en talleres artísticos <input type="checkbox"/>		d. Visita a talleres artesanales <input type="checkbox"/>		i. Participación en talleres artesanales <input type="checkbox"/>			
e. Exposiciones temáticas permanentes, temporales y eventuales <input type="checkbox"/>		f. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales. <input 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"/>		<input type="text"/>	
Observaciones:							

10. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO										SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	SI	<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:																											
¿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:																									
b. Red Social <input type="checkbox"/>		Nombre:																									
c. Revistas Especializadas <input type="checkbox"/>		Nombre:																									
d. Material POP <input type="checkbox"/>		Nombre:																									
e. Oficina de Información Turística <input type="checkbox"/>		Nombre:																									
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa) <input type="checkbox"/>		Nombre:																									
g. Asistencia a ferias turísticas <input type="checkbox"/>		Nombre:																									
h. Otro <input type="checkbox"/>		Nombre:																									
Observaciones:																											
10.2. El atractivo forma parte de una oferta establecida (paquete turístico) SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Especifique: <input type="text" value="texto"/>																											
Observaciones:																											
11. REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA (M)										SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	SI	<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 checked="" type="checkbox"/> Tipo: Digital <input type="checkbox"/> Papel <input type="checkbox"/> Años de registro <input type="text" value="0"/>																											
b. ¿Se genera reporte de estadísticas de visita al atractivo? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> Frecuencia de los reportes:																											
c. Temporalidad de visita al atractivo																											
Alta (meses) <input type="checkbox"/>		Especifique												Número de visitantes		450											
Baja (meses) <input type="checkbox"/>																250											
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		Países de origen		texto		0		0													
		texto		0		0				texto		0		0													
		texto		0		0				texto		0		0													
Observaciones:																											
11.2. Frecuencia de visita según informantes clave <input type="checkbox"/>																											
Nombre del Informante Clave:										Contactos:																	
Demanda según días de visita <input type="checkbox"/>								Demanda según frecuencia de visita <input type="checkbox"/>																			
Lunes a viernes		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:																											
12. RECURSO HUMANO										SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	SI	<input type="checkbox"/>												
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		0		Secundaria		0		Primeros Auxilios		0		Hospitalidad		0		Inglés		0		Alemán		0					
Tercer Nivel		0		Cuarto Nivel		0		Atención al Cliente		0		Guianza		0		Francés		0		Italiano		0					
Otro		texto		Sensibilización de discapacidades		de 0		Otro		texto		Chino		0		Otro		texto									
Observaciones:																											

13. DESCRIPCION DEL ATRACTIVO (500 caracteres)

El balneario es un sitio muy visitado por propios y extraños, sobre todo en las festividades de carnaval. El agua cae caudalosa sobre un piso de cemento, es decir, es un sitio para tomar un baño con un clima cálido.
Actualmente cuenta con tres cabañas y un chorro adicional con la finalidad de evitar accidentes.

14. ANEXOS

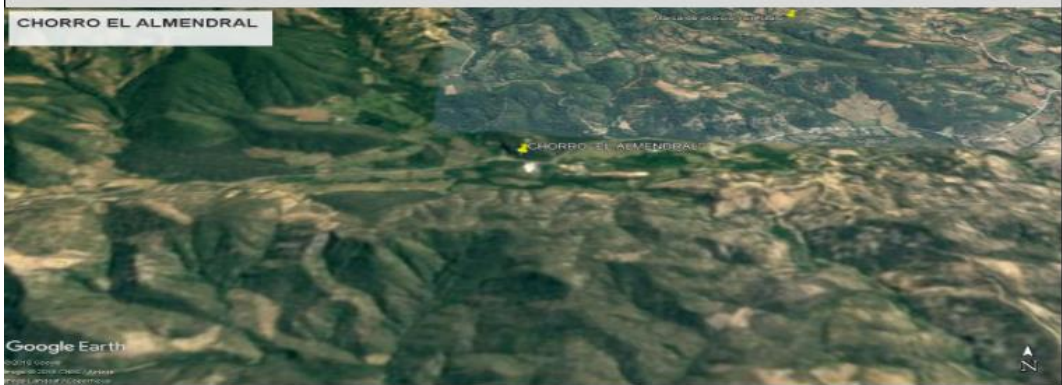
Ingreso de datos
Ingresar hasta 500
caracteres

a. Archivo Fotográfico (dos) (HD)



Fuente: Observacion Directa

c. Ubicación gráfica del Atractivo



Fuente: Google Earth

FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)

ELABORADO POR:		VALIDADO POR:		APROBADO POR:	
Apellido y Nombre	Delgado Paola	Apellido y Nombre	Ing. Gladys Alexandra Suarez	Apellido y Nombre	
Institución	Universidad Nacional de Loja	Institución	Universidad Nacional de Loja	Institución	
Cargo	Estudiante	Cargo	Docente, Directora de Tesis	Cargo	
Correo Electrónico	pao24.edl@gmail.com	Correo Electrónico	gladys.suarez@unl.edu.ec	Correo Electrónico	
Teléfono	986862840	Teléfono	982.978.241	Teléfono	
Firma		Firma		Firma	
Fecha	Septiembre 2018	Fecha	Septiembre 2018	Fecha	

Ficha N°2 Loma Grande

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																											
Código del atractivo:	1	1	0	9	5	8	A	N	0	1	0	2	0	1	0	0	1										
	Provincia		Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo												
1. DATOS GENERALES																											
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																											
LOMA MAYOR																											
1.2 Categoría					1.3 Tipo					1.4 Subtipo																	
ATRATIVOS_NATURALES					MONTAÑAS					MEDIA MONTAÑA																	
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO																											
2.1 Provincia					2.2 Cantón					2.3 Parroquia																	
LOJA					PALTAS					CASANGA																	
2.4 Barrio, Sector o Comuna					2.5 Calle Principal			2.6 Número		2.7 Transversal																	
El Naranjo					Via Panamerica			s/n		s/i																	
2.8 Latitud (grados decimales)					2.9 Longitud (grados decimales)					2.10 Altura (msnm)																	
-4.0298611					-79.7302777777779					902msnm																	
2.11 Información del administrador																											
a. Tipo de Administrador:					PUBLICO					b. Nombre de la Institución: GAD CASANGA																	
c. Nombre del Administrador:					d. Cargo que ocupa:																						
e. Teléfono / Celular:					3030475					f. Correo Electrónico:																	
Observaciones:																											
3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO																											
3.1 Características climatológicas <input checked="" type="checkbox"/>																											
a. Clima:					Semi Humedo					b. Temperatura(°C):			20°		c. Precipitación Pluviométrica (mm):				1016mm								
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 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:					Meses de Julio y Junio por fiestas religiosas																						
Observaciones:																											
4. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO																											
SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>																											
a. Nombre de la ciudad o poblado más cercano (Que presente condiciones mínimas de servicios):												Parroquia Casanga															
b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano:			15 km		c. Tiempo estimado de desplazamiento en auto:			0:20 h/min		d. Coordenadas (grados decimales):		Lat.: -4.014437		Long.: -79.763272													
Observaciones:																											

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"/>	a. Primer orden <input checked="" type="checkbox"/>		-4.014437; -79.763272	-4.0298611; -79.73027777777779	15	Asfalto	Bueno	
	b. Segundo orden <input type="checkbox"/>			0	0	texto		
	c. Tercer orden <input type="checkbox"/>		0	0	0	texto		
Observaciones:								
b. Acuático (U) <input type="checkbox"/>	Marítimo <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto	Estado		Puerto / Muelle de Llegada	texto	Estado
	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:								
c. Aéreo (U) <input type="checkbox"/>	Nacional: <input type="checkbox"/>			Internacional: <input type="checkbox"/>				
Observaciones:								
4.3 Servicio de transporte (M) <input checked="" type="checkbox"/>								
a. Bus <input checked="" type="checkbox"/>	b. Buseta <input type="checkbox"/>	c. Transporte 4x4 <input 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 checked="" type="checkbox"/>	n. Otro <input checked="" type="checkbox"/>	Especifique Servicio de camionetas						
Observaciones:								
4.3.1 Detalle de transporte hacia el atractivo (M) <input checked="" type="checkbox"/>								
a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio	b. Estación / terminal	c. Frecuencia				d. Detalle (Traslado origen / destino)		
Alquiler de camionetas	Estacion	Diaría <input checked="" type="checkbox"/>	Semanal <input type="checkbox"/>	Mensual <input type="checkbox"/>	Eventual <input type="checkbox"/>	Casanga		
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
4.4 Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad (M) <input type="checkbox"/>								
a. Accesibilidad motriz <input type="checkbox"/>	b. Accesibilidad visual <input type="checkbox"/>	c. Accesibilidad auditiva <input type="checkbox"/>	d. No es accesible <input type="checkbox"/>					
Observaciones:								
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:								
5. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS <input checked="" type="checkbox"/>								
5.1 Planta turística (M) <input checked="" type="checkbox"/>								
a. En el Atractivo <input type="checkbox"/>				b. En la ciudad o poblado cercano <input checked="" type="checkbox"/>				
Alojamiento <input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas	Alojamiento <input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas	
Hotel <input type="checkbox"/>	0	0	0	Hotel <input type="checkbox"/>	0	0	0	
Hostal <input type="checkbox"/>	0	0	0	Hostal <input type="checkbox"/>	0	0	0	
Hostería <input type="checkbox"/>	0	0	0	Hostería <input checked="" type="checkbox"/>	1	5	30	
Hacienda Turística <input type="checkbox"/>	0	0	0	Hacienda Turística <input type="checkbox"/>	0	0	0	
Lodge <input type="checkbox"/>	0	0	0	Lodge <input type="checkbox"/>	0	0	0	



Resort	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Resort	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Refugio	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Refugio	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Campamento Turístico	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Campamento Turístico	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Casa de Huéspedes	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Casa de Huéspedes	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Observaciones:					Observaciones:						
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"/>	4	20	150		
Cafeterías	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Cafeterías	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Bares	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Bares	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Fuentes de soda	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Fuentes de soda	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Observaciones:					Observaciones:						
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:					Observaciones:						
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:					Observaciones:						
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 guardiana		<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Miradores		<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Torres de avistamiento de aves		<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Torres de vigilancia para salvavidas		<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
c. De recorrido y descanso <input checked="" 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	0	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Áreas de acampar		<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Refugio de alta montaña		<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
d. De servicio <input type="checkbox"/>	Baterías sanitarias		<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Estacionamientos		<input type="checkbox"/>	0	0		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
e. Otros	<input type="checkbox"/>		0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
Observaciones:											
5.3 Complementarios a la actividad turística (M) <input checked="" type="checkbox"/>											
a. En el Atractivo <input type="checkbox"/>						b. En la ciudad o poblado cercano <input checked="" type="checkbox"/>					

Alquiler y venta de equipo especializado <input type="checkbox"/>	Venta de artesanías y merchandising <input type="checkbox"/>	Alquiler y venta de equipo especializado <input type="checkbox"/>	Venta de artesanías y merchandising <input checked="" type="checkbox"/>
Casa de cambio <input type="checkbox"/>	Cajero automático <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>	Casa de cambio <input type="checkbox"/>
Especifique: texto		Especifique: Venta de bolsos y artesanías del lugar	
Observaciones:			
6. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>			
6.1 Atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>			
a. Conservado <input type="checkbox"/>	b. Alterado <input type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro <input checked="" type="checkbox"/>	d. Deteriorado <input type="checkbox"/>
Observaciones:			
6.1.1 Factores de alteración y deterioro (M)			
6.1.1.1 Naturales (M)		6.1.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)	
a. Erosión <input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas <input checked="" 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 checked="" 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:		
Observaciones:			
6.2 Entorno (U) <input checked="" type="checkbox"/>			
a. Conservado <input type="checkbox"/>	b. Alterado <input checked="" type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/>	d. Deteriorado <input type="checkbox"/>
Observaciones:			
6.2.1 Factores de alteración y deterioro (M)			
6.2.1.1 Naturales (M)		6.2.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)	
a. Erosión <input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas <input checked="" type="checkbox"/>	b. 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 checked="" 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:		
Observaciones:			
6.3. Declaratoria del espacio turístico asociado al atractivo <input type="checkbox"/>			
a. Declarante:	b. Denominación:	b. Fecha de declaración:	c. Alcance:
Observaciones:			
7. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>			
7.1 Servicios Básicos <input checked="" type="checkbox"/>			
a. En el atractivo <input type="checkbox"/>		b. En la ciudad o poblado mas cercano <input checked="" type="checkbox"/>	
Agua: <input type="checkbox"/>	Agua <input checked="" type="checkbox"/>		
Especifique:	Especifique: Agua Potable		
Energía eléctrica: <input type="checkbox"/>	Energía eléctrica <input checked="" type="checkbox"/>		
Especifique:	Especifique: Posee energia electrica a traves de la red publica		
Saneamiento: <input type="checkbox"/>	Saneamiento: <input checked="" type="checkbox"/>		

Especifique:		Especifique: Posee alcantarillado						
Disposición de desechos <input type="checkbox"/>		Disposición de desechos <input checked="" type="checkbox"/>						
Especifique:		Especifique: Poseen servicio de carro recolector						
Observaciones:								
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	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"/>
	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"/>
En áreas naturales <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 concienciación	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Señalética interna de seguridad <input type="checkbox"/>	Protección de los elementos del atractivo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otros <input type="checkbox"/>	texto							
Observaciones:								
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 checked="" type="checkbox"/>					
Hospital o Clínica <input type="checkbox"/>	Cantidad	0	Hospital o Clínica <input type="checkbox"/>					
Puesto / Centro de salud <input type="checkbox"/>		0	Puesto / Centro de salud <input checked="" type="checkbox"/>		1			
Dispensario médico <input type="checkbox"/>		0	Dispensario médico <input type="checkbox"/>		0			
Botiquín de primeros auxilios <input type="checkbox"/>		0	Botiquín de primeros auxilios <input type="checkbox"/>		0			
Otros <input type="checkbox"/>		0	Otros <input type="checkbox"/>		0			
Observaciones:								

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 checked="" type="checkbox"/>				
Hospital o Clínica	<input type="checkbox"/>	Cantidad	0		Hospital o Clínica	<input type="checkbox"/>			
Puesto / Centro de salud	<input type="checkbox"/>		0		Puesto / Centro de salud	<input checked="" type="checkbox"/>		1	
Dispensario médico	<input type="checkbox"/>		0		Dispensario médico	<input type="checkbox"/>		0	
Botiquín de primeros auxilios	<input type="checkbox"/>		0		Botiquín de primeros auxilios	<input type="checkbox"/>		0	
Otros	<input type="checkbox"/>		0		Otros	<input type="checkbox"/>		0	
Observaciones:									
7.4 Seguridad (M) <input checked="" type="checkbox"/>									
a. Privada	<input type="checkbox"/>	Detalle							
b. Policía nacional	<input checked="" type="checkbox"/>		UPC Casanga						
c. Policía metropolitana / Municipal	<input type="checkbox"/>								
d. Otra	<input type="checkbox"/>								
Observaciones:									
7.5 Servicio de comunicación de uso público (M) <input checked="" type="checkbox"/>									
a. En el atractivo <input type="checkbox"/>					b. En la ciudad o poblado más cercano <input checked="" type="checkbox"/>				
Telefonía (M) <input type="checkbox"/>		Conexión a internet (M) <input type="checkbox"/>			Telefonía (M) <input checked="" 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 type="checkbox"/>	Línea telefónica <input type="checkbox"/>	Fibra óptica <input type="checkbox"/>		
Móvil <input type="checkbox"/>	Satélite <input type="checkbox"/>	Redes inalámbricas <input type="checkbox"/>			Móvil <input checked="" type="checkbox"/>	Satélite <input type="checkbox"/>	Redes inalámbricas <input checked="" type="checkbox"/>		
Satelital <input type="checkbox"/>	Telefonía móvil <input type="checkbox"/>					Satelital <input type="checkbox"/>	Telefonía móvil <input type="checkbox"/>		
Observaciones:									
Radio portátil (U) <input type="checkbox"/>									
De uso exclusivo para el visitante <input type="checkbox"/>			De uso exclusivo para comunicación interna <input type="checkbox"/>				De uso exclusivo en caso de emergencia <input type="checkbox"/>		
Observaciones:									
7.6 Multiamenazas (M) <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:	0		
Observaciones:									
8. POLÍTICAS Y REGULACIONES SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>									
a. ¿El GAD cuenta con el Plan de Desarrollo Turístico Territorial?				SI <input type="checkbox"/>	NO <input checked="" type="checkbox"/>	Año de elaboración: 2016			
b. ¿El atractivo se encuentra dentro de la planificación turística territorial (GAD'S)?				SI <input type="checkbox"/>	NO <input checked="" type="checkbox"/>	Especifique:			
c. ¿Existen normativas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?				SI <input type="checkbox"/>	NO <input checked="" type="checkbox"/>	Especifique:			
d. ¿Existen ordenanzas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?				SI <input type="checkbox"/>	NO <input checked="" type="checkbox"/>	Especifique:			
Observaciones:									
9. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U) SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>									
9.1 ATRACTIVOS NATURALES (M) <input checked="" 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:									
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:									
9.1.3 En Superficie Terrestre (M) <input checked="" type="checkbox"/>									
a. Montañismo	<input type="checkbox"/>	b. Escalada	<input type="checkbox"/>	c. Senderismo	<input type="checkbox"/>	d. Cicloturismo	<input type="checkbox"/>	e. Canyoning	<input type="checkbox"/>
f. Exploración de cuevas	<input type="checkbox"/>	g. Actividades Recreativas	<input type="checkbox"/>	h. Cabalgata	<input type="checkbox"/>	i. Caminata	<input checked="" type="checkbox"/>	j. Camping	<input type="checkbox"/>
k. Picnic	<input type="checkbox"/>	l. Observación de flora y fauna	<input type="checkbox"/>	m. Observación de astros	<input type="checkbox"/>	n. Otro	<input type="checkbox"/>	texto	
Observaciones:									
9.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U) <input type="checkbox"/>									
9.2.1 Tangibles e intangibles <input type="checkbox"/>									
a. Recorridos guiados	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Recorrido autoguiados	<input type="checkbox"/>	c. Visita a talleres artísticos	<input type="checkbox"/>				
h. Participación en talleres artísticos	<input type="checkbox"/>	d. Visita a talleres artesanales	<input type="checkbox"/>	i. Participación en talleres artesanales	<input type="checkbox"/>				
e. Exposiciones temáticas permanentes, temporales y eventuales	<input type="checkbox"/>	f. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales.	<input type="checkbox"/>	i. Actividades vivenciales y/o lúdicas	<input type="checkbox"/>				
g. Presentaciones o representaciones en vivo	<input type="checkbox"/>	h. Muestras audiovisuales	<input type="checkbox"/>	g. Fotografía	<input checked="" type="checkbox"/>				
j. Degustación de platos tradicionales	<input type="checkbox"/>	l. Participación de la celebración	<input type="checkbox"/>	m. Compra de artesanías	<input type="checkbox"/>				
n. Convivencia	<input type="checkbox"/>	o. Medicina ancestral	<input type="checkbox"/>	Otro	<input type="checkbox"/>	texto			
Observaciones:									
10. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>									
10.1. Medios de Promoción del Atractivo (M)									
¿Existe un plan de promoción turística cantonal? SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Especifique:									
¿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		URL:							
b. Red Social		Nombre:							
c. Revistas Especializadas		Nombre:							
d. Material POP		Nombre:							
e. Oficina de Información Turística		Nombre:							
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa)		Nombre:							
g. Asistencia a ferias turísticas		Nombre:							
h. Otro		Nombre:							
Observaciones:									
10.2. El atractivo forma parte de una oferta establecida (paquete turístico) SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Especifique: texto									
Observaciones:									
11. REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA (M) SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>									
11.1. Frecuencia de visita según datos estadísticos <input 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 checked="" type="checkbox"/>	Frecuencia de los reportes:			
c. Temporalidad de visita al atractivo							
Alta (meses)	<input type="checkbox"/>	Especifique		Número de visitantes			450
Baja (meses)	<input type="checkbox"/>						250
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	Países de origen	texto	0	0
	texto	0	0		texto	0	0
	texto	0	0		texto	0	0
Observaciones:							
11.2. Frecuencia de visita según informantes clave <input type="checkbox"/>							
Nombre del Informante Clave:				Contactos:			
Demanda según días de visita <input type="checkbox"/>				Demanda según frecuencia de visita <input type="checkbox"/>			
Lunes a viernes	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:							
12. RECURSO HUMANO SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>							
a. Número de personas a cargo de la administración y operación del atractivo <input type="checkbox"/>				d. Número de personas especializadas en turismo <input type="checkbox"/>			
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	0	Secundaria	0	Primeros Auxilios	0	Hospitalidad	0
Inglés	0	Alemán	0	Atención al Cliente	0	Guianza	0
Francés	0	Italiano	0	Otro	texto	Chino	0
Otro	texto	Sensibilización de discapacidades	de 0	Otro	texto	Otro	texto
Observaciones:							
13. DESCRIPCION DEL ATRACTIVO (500 caracteres)							
<p>La loma Grande como muchos la conocen, se caracteriza por la abundancia de rocas. Existe una leyenda que narra que hace muchas décadas, la loma fue poblada por una cultura desconocida que edificaba sus casas de piedra y que un cierto día hizo un terremoto que destruyo todas las edificaciones y parte de ellas fueron enterradas, de igual forma se cree que existieron pirámides y que en la guerra mundial por la frecuencia de avionetas estas fueron destruidas.</p>							
14. ANEXOS							
a. Archivo Fotográfico (dos) (HD)							
							
Fuente: <input type="checkbox"/> Observacion Directa							

c. Ubicación gráfica del Atractivo



Fuente: [Google Earth](#)

FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)

ELABORADO POR:		VALIDADO POR:		APROBADO POR:	
Apellido y Nombre	Delgado Paola	Apellido y Nombre	Ing. Gladys Alexandra Suarez	Apellido y Nombre	
Institución	Universidad Nacional de Loja	Institución	Universidad Nacional de Loja	Institución	
Cargo	Estudiante	Cargo	Docente, Directora de Tesis	Cargo	
Correo Electrónico	pao24.edl@gmail.com	Correo Electrónico	gladys.suarez@unl.edu.ec	Correo Electrónico	
Teléfono	986862840	Teléfono	982.978.241	Teléfono	
Firma		Firma		Firma	
Fecha	Septiembre 2018	Fecha	Septiembre 2018	Fecha	

Ficha N°3 La Capilla

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																																							
Código del atractivo:	1	1	0	9	5	8	A	N	0	1	0	3	0	1	0	0	1																						
	Provincia		Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo																								
1. DATOS GENERALES																																							
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																																							
LOMA "LA CAPILLA"																																							
1.2 Categoría					1.3 Tipo					1.4 Subtipo																													
ATRATIVOS_NATURALES					MONTAÑAS					BAJA MONTAÑA																													
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO																																							
2.1 Provincia					2.2 Cantón					2.3 Parroquia																													
LOJA					PALTAS					CASANGA																													
2.4 Barrio, Sector o Comuna				2.5 Calle Principal				2.6 Número			2.7 Transversal																												
Sector La Cruz				s/n				s/n			s/n																												
2.8 Latitud (grados decimales)					2.9 Longitud (grados decimales) Click					2.10 Altura (msnm)																													
-4.0183031825061155					-79.74921134692627					1030msnm																													
2.11 Información del administrador																																							
a. Tipo de Administrador:					PUBLICO					b. Nombre de la Institución: GAD CASANGA																													
c. Nombre del Administrador:					d. Cargo que ocupa:																																		
e. Teléfono / Celular:					3030475					f. Correo Electrónico:																													
Observaciones:																																							
3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO																																							
3.1 Características climatológicas <input checked="" type="checkbox"/>																																							
a. Clima:					Semi Húmedo					b. Temperatura(°C):			17°			c. Precipitación Pluviométrica (mm):				1016mm																			
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 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:																													
e. Precio:		Desde	0,00		Hasta		0,00		Efectivo		<input type="checkbox"/>		Dinero Electrónico		<input type="checkbox"/>		Depósito Bancario		<input type="checkbox"/>		Tarjeta de Débito			<input type="checkbox"/>															
								Tarjeta de Crédito		<input type="checkbox"/>		Transferencia Bancaria		<input type="checkbox"/>		Cheque			<input type="checkbox"/>																				
g. Meses recomendables de visita:					Meses de Julio y Junio por fiestas religiosas																																		
Observaciones:																																							

4. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO										SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
a. Nombre de la ciudad o poblado más cercano (Que presente condiciones mínimas de servicios):										Parroquia Casanga							
b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano:		15	km	c. Tiempo estimado de desplazamiento en auto:		0:20	h/min	d. Coordenadas (grados decimales):		Lat.:	-4.014437	Long.:	-79.763272				
Observaciones:																	
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"/>		a. Primer orden		<input type="checkbox"/>				5									
		b. Segundo orden		<input checked="" type="checkbox"/>		-4.014437; -79.763272		-4.018303; -79.749211		0		Tiera		Regular			
		c. Tercer orden		<input type="checkbox"/>		0		0		0		texto					
Observaciones:																	
b. Acuático (U) <input type="checkbox"/>		Marítimo		<input type="checkbox"/>		Puerto / Muelle de partida		texto		Estado		Puerto / Muelle de Llegada		texto		Estado	
		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:																	
c. Aéreo (U) <input type="checkbox"/>		Nacional:				<input type="checkbox"/>		Internacional:				<input type="checkbox"/>					
Observaciones:																	
4.3 Servicio de transporte (M) <input checked="" type="checkbox"/>																	
a. Bus <input type="checkbox"/>		b. Buseta <input type="checkbox"/>		c. Transporte 4x4 <input 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 checked="" type="checkbox"/>		n. Otro <input type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		Especifique		Servicio de camionetas									
Observaciones:																	
4.3.1 Detalle de transporte hacia el atractivo (M) <input checked="" type="checkbox"/>																	
a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio				b. Estación / terminal				c. Frecuencia				d. Detalle (Traslado origen / destino)					
Alquiler de camionetas				Estacion				Día <input checked="" type="checkbox"/> Semana <input type="checkbox"/> Mensual <input type="checkbox"/> Eventual <input type="checkbox"/>				Casanga					
								<input type="checkbox"/>									
								<input type="checkbox"/>									
								<input type="checkbox"/>									
								<input type="checkbox"/>									
4.4 Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad (M) <input type="checkbox"/>																	
a. Accesibilidad motriz <input type="checkbox"/>				b. Accesibilidad visual <input type="checkbox"/>				c. Accesibilidad auditiva <input type="checkbox"/>				d. No es accesible <input type="checkbox"/>					
Observaciones:																	
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:																	
5. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS										SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
5.1 Planta turística (M) <input checked="" type="checkbox"/>																	
a. En el Atractivo <input type="checkbox"/>								b. En la ciudad o poblado cercano <input checked="" type="checkbox"/>									
Alojamiento <input type="checkbox"/>		Establecimientos registrados		Número de Habitaciones		Número de Plazas		Alojamiento <input type="checkbox"/>		Establecimientos registrados		Número de Habitaciones		Número de Plazas			



Hotel	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hotel	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Hostal	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hostal	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Hostería	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hostería	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5	30		
Hacienda Turística	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hacienda Turística	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Lodge	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Lodge	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Resort	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Resort	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Refugio	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Refugio	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Campamento Turístico	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Campamento Turístico	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Casa de Huéspedes	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Casa de Huéspedes	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Observaciones:					Observaciones:						
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"/>	4	20	150		
Cafeterías	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Cafeterías	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Bares	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Bares	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Fuentes de soda	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Fuentes de soda	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Observaciones:					Observaciones:						
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				
Operadoras	<input type="checkbox"/>	0			Operadoras	<input type="checkbox"/>	0				
Observaciones:					Observaciones:						
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:					Observaciones:						
5.2 Facilidades en el entorno al atractivo <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"/>		
	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"/>		
b. De observación y vigilancia <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"/>		
	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	0	<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 checked="" type="checkbox"/>	Refugio de alta montaña	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. De servicio <input type="checkbox"/>	Baterías sanitarias	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Estacionamientos	<input type="checkbox"/>	0	0		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. Otros		<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Observaciones:									
5.3 Complementarios a la actividad turística (M) <input checked="" type="checkbox"/>									
a. En el Atractivo					b. En la ciudad o poblado cercano				
<input type="checkbox"/>					<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 checked="" type="checkbox"/>		
Casa de cambio	<input type="checkbox"/>	Cajero automático	<input type="checkbox"/>	Otro	<input type="checkbox"/>	Casa de cambio	<input type="checkbox"/>	Cajero automático	<input type="checkbox"/>
Especifique: texto					Especifique: Venta de bolsos y artesanías del lugar				
Observaciones:									
6. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>									
6.1 Atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>									
a. Conservado	<input type="checkbox"/>	b. Alterado	<input type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro	<input checked="" type="checkbox"/>	d. Deteriorado	<input type="checkbox"/>		
Observaciones:									
6.1.1 Factores de alteración y deterioro (M)									
6.1.1.1 Naturales (M)					6.1.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)				
a. Erosión	<input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Actividades forestales	<input type="checkbox"/>	c. Actividades extractivas / minería	<input type="checkbox"/>		
b. Humedad	<input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales	<input type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono	<input type="checkbox"/>	f. Huaquearías	<input checked="" 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:							
Observaciones:									
6.2 Entorno (U) <input checked="" type="checkbox"/>									
a. Conservado	<input type="checkbox"/>	b. Alterado	<input checked="" type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro	<input type="checkbox"/>	d. Deteriorado	<input type="checkbox"/>		
Observaciones:									
6.2.1 Factores de alteración y deterioro (M)									
6.2.1.1 Naturales (M)					6.2.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)				
a. Erosión	<input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Actividades forestales	<input type="checkbox"/>	c. Actividades extractivas / minería	<input type="checkbox"/>		
b. Humedad	<input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales	<input type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono	<input type="checkbox"/>	f. Huaquearías	<input type="checkbox"/>		
c. Desastres naturales	<input type="checkbox"/>	g. Conflicto de tenencia	<input type="checkbox"/>	h. Condiciones de uso y exposición	<input type="checkbox"/>	i. Falta de mantenimiento	<input type="checkbox"/>		
d. Flora/Fauna	<input type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente	<input type="checkbox"/>	k. Generación de residuos	<input type="checkbox"/>	l. Expansión urbana	<input checked="" 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:							
Observaciones:									
6.3. Declaratoria del espacio turístico asociado al atractivo <input type="checkbox"/>									
a. Declarante:	b. Denominación:			b. Fecha de declaración:			c. Alcance:		
Observaciones:									

7. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA							SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>	
7.1 Servicios Básicos							<input checked="" type="checkbox"/>						
a. En el atractivo				<input type="checkbox"/>				b. En la ciudad o poblado mas cercano					<input checked="" type="checkbox"/>
Agua:				<input type="checkbox"/>				Agua					<input checked="" type="checkbox"/>
Especifique:								Especifique:					Agua Potable
Energía eléctrica:				<input type="checkbox"/>				Energía eléctrica					<input checked="" type="checkbox"/>
Especifique:								Especifique:					Posee energia electrica a traves de la red publica
Saneamiento:				<input type="checkbox"/>				Saneamiento:					<input checked="" type="checkbox"/>
Especifique:								Especifique:					Posee alcantarillado
Disposición de desechos:				<input type="checkbox"/>				Disposición de desechos:					<input checked="" type="checkbox"/>
Especifique:								Especifique:					Poseen servicio de carro recolector
Observaciones:													
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	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 concienciación	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
Señalética interna de seguridad <input type="checkbox"/>	Protección de los elementos del atractivo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					

Otros <input type="checkbox"/>	texto									
Observaciones:										
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 type="checkbox"/>					
Puesto / Centro de salud <input type="checkbox"/>		0			Puesto / Centro de salud <input checked="" type="checkbox"/>		1			
Dispensario médico <input type="checkbox"/>		0			Dispensario médico <input type="checkbox"/>		0			
Botiquín de primeros auxilios <input type="checkbox"/>		0			Botiquín de primeros auxilios <input type="checkbox"/>		0			
Otros <input type="checkbox"/>		0			Otros <input type="checkbox"/>		0			
Observaciones:										
7.4 Seguridad (M) <input checked="" type="checkbox"/>										
a. Privada <input type="checkbox"/>	Detalle									
b. Policía nacional <input checked="" type="checkbox"/>		UPC Casanga								
c. Policía metropolitana / Municipal <input type="checkbox"/>										
d. Otra <input type="checkbox"/>										
Observaciones:										
7.5 Servicio de comunicación de uso público (M) <input checked="" type="checkbox"/>										
a. En el atractivo <input type="checkbox"/>					b. En la ciudad o poblado mas cercano <input checked="" type="checkbox"/>					
Telefonía (M) <input type="checkbox"/>		Conexión a internet (M) <input type="checkbox"/>			Telefonía (M) <input checked="" 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 type="checkbox"/>	Línea telefónica <input type="checkbox"/>	Fibra óptica <input type="checkbox"/>			
Móvil <input checked="" type="checkbox"/>	Satélite <input type="checkbox"/>	Redes inalámbricas <input type="checkbox"/>			Móvil <input checked="" type="checkbox"/>	Satélite <input type="checkbox"/>	Redes inalámbricas <input checked="" type="checkbox"/>			
Satelital <input type="checkbox"/>	Telefonía móvil <input type="checkbox"/>					Satelital <input type="checkbox"/>	Telefonía móvil <input type="checkbox"/>			
Observaciones:										
Radio portátil (U) <input type="checkbox"/>										
De uso exclusivo para el visitante <input type="checkbox"/>			De uso exclusivo para comunicación interna <input type="checkbox"/>			De uso exclusivo en caso de emergencia <input type="checkbox"/>				
Observaciones:										
7.6 Multiamenazas (M) <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. <input type="checkbox"/>		texto		Nombre del documento: <input type="checkbox"/>		texto		Año de elaboración: <input type="checkbox"/>
Observaciones:										
8. POLÍTICAS Y REGULACIONES SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>										
a. ¿El GAD cuenta con el Plan de Desarrollo Turístico Territorial?			SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>		Año de elaboración: 2016					
b. ¿El atractivo se encuentra dentro de la planificación turística territorial (GAD'S)?			SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>		Especifique:					
c. ¿Existen normativas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?			SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>		Especifique:					
d. ¿Existen ordenanzas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?			SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>		Especifique:					

Observaciones:		
9. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U) SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>		
9.1 ATRACTIVOS NATURALES (M) <input type="checkbox"/>		
9.1.1 En el Agua (M) <input type="checkbox"/>		
a. Buceo <input type="checkbox"/>	b. Kayak de mar <input type="checkbox"/>	c. Kayak lacustre <input type="checkbox"/>
d. Kayak de Río <input type="checkbox"/>	e. Surf <input type="checkbox"/>	
f. Kite surf <input type="checkbox"/>	g. Rafting <input type="checkbox"/>	h. Snorkel <input type="checkbox"/>
i. Tubing <input type="checkbox"/>	j. Regata <input type="checkbox"/>	
k. Paseo en panga <input type="checkbox"/>	l. Paseo en bote <input type="checkbox"/>	m. Paseo en lancha <input type="checkbox"/>
n. Paseo en moto acuática <input type="checkbox"/>	o. Parasailing <input type="checkbox"/>	
p. Esquí acuático <input type="checkbox"/>	q. Banana flotante <input type="checkbox"/>	r. Boya <input type="checkbox"/>
s. Pesa deportiva <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>	texto
Observaciones:		
9.1.2 En el Aire (M) <input type="checkbox"/>		
a. Alas Delta <input type="checkbox"/>	b. Canopy <input type="checkbox"/>	c. Parapente <input type="checkbox"/>
d. Otro <input type="checkbox"/>		texto
Observaciones:		
9.1.3 En Superficie Terrestre (M) <input type="checkbox"/>		
a. Montañismo <input type="checkbox"/>	b. Escalada <input type="checkbox"/>	c. Senderismo <input checked="" type="checkbox"/>
d. Cicloturismo <input type="checkbox"/>	e. Canyoning <input type="checkbox"/>	
f. Exploración de cuevas <input type="checkbox"/>	g. Actividades Recreativas <input type="checkbox"/>	h. Cabalgata <input type="checkbox"/>
i. Caminata <input checked="" type="checkbox"/>	j. Camping <input type="checkbox"/>	
k. Pícnic <input type="checkbox"/>	l. Observación de flora y fauna <input type="checkbox"/>	m. Observación de astros <input type="checkbox"/>
n. Otro <input type="checkbox"/>		texto
Observaciones:		
9.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U) <input 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 checked="" type="checkbox"/>
j. Degustación de platos tradicionales <input type="checkbox"/>	l. Participación de la celebración <input type="checkbox"/>	m. Compra de artesanías <input type="checkbox"/>
n. Convivencia <input type="checkbox"/>	o. Medicina ancestral <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>
		texto
Observaciones:		
10. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>		
10.1. Medios de Promoción del Atractivo (M)		
¿Existe un plan de promoción turística cantonal? SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Especifique:		
¿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:	
b. Red Social <input type="checkbox"/>	Nombre:	
c. Revistas Especializadas <input type="checkbox"/>	Nombre:	
d. Material PDP <input type="checkbox"/>	Nombre:	
e. Oficina de Información Turística <input type="checkbox"/>	Nombre:	
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa) <input type="checkbox"/>	Nombre:	
g. Asistencia a ferias turísticas <input type="checkbox"/>	Nombre:	
h. Otro <input type="checkbox"/>	Nombre:	

10.2. El atractivo forma parte de una oferta establecida (paquete turístico)		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	Especifique: texto		
Observaciones:								
11. REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA (M)								
11.1. Frecuencia de visita según datos estadísticos		<input type="checkbox"/>						
a. ¿Posee un sistema de registro de visitantes?		SI	<input 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 checked="" type="checkbox"/>	Frecuencia de los reportes:		
c. Temporalidad de visita al atractivo								
Alta (meses)	<input type="checkbox"/>	Especifique					Número de visitantes	450
Baja (meses)	<input type="checkbox"/>							250
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	Países de origen	texto	0	0	
	texto	0	0		texto	0	0	
	texto	0	0		texto	0	0	
Observaciones:								
11.2. Frecuencia de visita según informantes clave		<input type="checkbox"/>						
Nombre del Informante Clave:				Contactos:				
Demanda según días de visita				Demanda según frecuencia de visita				
Lunes a viernes	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:								
12. RECURSO HUMANO								
a. Número de personas a cargo de la administración y operación del atractivo		<input type="checkbox"/>		d. Número de personas especializadas en turismo		<input type="checkbox"/>		
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	0	Secundaria	0	Primeros Auxilios	0	Hospitalidad	0	
Inglés	0	Alemán	0	Francés	0	Italiano	0	
Tercer Nivel	0	Cuarto Nivel	0	Atención al Cliente	0	Guianza	0	
Otro	texto	Sensibilización de discapacidades	de 0	Otro	texto	Chino	0	
				Otro	texto	Otro	texto	
Observaciones:								
13. DESCRIPCION DEL ATRACTIVO (500 caracteres)								
Se encuentra ubicada en la cabecera parroquial sector la Cruz, se puede acceder por el Barrio Naranjo por la vía secundaria que conduce a la parroquia. Según relatos de los pobladores de la parroquia en esta loma se esconden restos arqueológicos, de la cultura de los gentiles, cultura que guarda muchos mitos y leyendas, la comunidad tiene la creencia de que esta cultura trabajaba la tierra con utensilios de piedra, por ende se encuentran diversidad de piedras con varias formas.								
14. ANEXOS								
a. Archivo Fotográfico (dos) (HD)								
								
Fuente: Observacion Directa								

c. Ubicación gráfica del Atractivo



Fuente: Google Earth

FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)

ELABORADO POR:		VALIDADO POR:		APROBADO POR:	
Apellido y Nombre	Delgado Paola	Apellido y Nombre	Ing. Gladys Alexandra Suarez	Apellido y Nombre	
Institución	Universidad Nacional de Loja	Institución	Universidad Nacional de Loja	Institución	
Cargo	Estudiante	Cargo	Docente, Directora de Tesis	Cargo	
Correo Electrónico	pao24.edl@gmail.com	Correo Electrónico	gladys.suarez@unl.edu.ec	Correo Electrónico	
Teléfono	986862840	Teléfono	982.978.241	Teléfono	
Firma		Firma		Firma	
Fecha	Septiembre 2018	Fecha	Septiembre 2018	Fecha	

Ficha N°4 Cerro Chamba

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																																									
Código del atractivo:	1	1	0	9	5	8	A	N	0	1	0	1	0	1	0	0	1																								
	Provincia			Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo																									
1. DATOS GENERALES																																									
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																																									
CERRO CHAMBA																																									
1.2 Categoría					1.3 Tipo					1.4 Subtipo																															
ATRATIVOS_NATURALES					MONTAÑAS					ALTA MONTAÑA																															
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO																																									
2.1 Provincia					2.2 Cantón					2.3 Parroquia																															
LOJA					PALTAS					CASANGA																															
2.4 Barrio, Sector o Comuna				2.5 Calle Principal				2.6 Número				2.7 Transversal																													
Sector Portachuelo				s/n				s/n				s/í																													
2.8 Latitud (grados decimales)					2.9 Longitud (grados decimales)					2.10 Altura (msnm)																															
-4.010429806333368					-79.76551248249181					1174msnm																															
2.11 Información del administrador																																									
a. Tipo de Administrador:					PUBLICO					b. Nombre de la Institución:							GAD CASANGA																								
c. Nombre del Administrador:								d. Cargo que ocupa:																																	
e. Teléfono / Celular:					3030475					f. Correo Electrónico:																															
Observaciones:																																									
3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO																																									
3.1 Características climatológicas																																									
<input checked="" type="checkbox"/>																																									
a. Clima:					Semi Humedo					b. Temperatura(°C):				20°		c. Precipitación Pluviométrica (mm):						1250mm																			
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 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:					Meses de Julio y Junio por fiestas religiosas																																				
Observaciones:																																									
4. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO																																									
SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>																																									

a. Nombre de la ciudad o poblado más cercano (Que presente condiciones mínimas de servicios):		Parroquia Casanga						
b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano:	15 km	c. Tiempo estimado de desplazamiento en auto:	0:20 h/min	d. Coordenadas (grados decimales):	Lat.: -4.014437	Long.: -79.763272		
Observaciones:								
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"/>	a. Primer orden	<input type="checkbox"/>						
	b. Segundo orden	<input checked="" type="checkbox"/>	-4.014437; -79.763272	-4.010429; -79.765512	0,5	tierra Regular		
	c. Tercer orden	<input type="checkbox"/>	0	0	0	texto		
Observaciones:								
b. Acuático (U) <input type="checkbox"/>	Marítimo	<input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto	Estado	Puerto / Muelle de Llegada	texto	Estado
	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:								
c. Aéreo (U) <input type="checkbox"/>	Nacional: <input type="checkbox"/>			Internacional: <input type="checkbox"/>				
Observaciones:								
4.3 Servicio de transporte (M) <input checked="" type="checkbox"/>								
a. Bus <input checked="" type="checkbox"/>	b. Buseta <input type="checkbox"/>	c. Transporte 4x4 <input 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 checked="" type="checkbox"/>	n. Otro <input checked="" type="checkbox"/>	Especifique Servicio de camionetas						
Observaciones:								
4.3.1 Detalle de transporte hacia el atractivo (M) <input checked="" type="checkbox"/>								
a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio	b. Estación / terminal	c. Frecuencia				d. Detalle (Traslado origen / destino)		
		Día	Semanal	Mensual	Eventual			
Cooperativa "San Francisco"	Estacion	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Cataochoa-Casanga		
Alquiler de camionetas	Estacion	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Casanga		
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
4.4 Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad (M) <input type="checkbox"/>								
a. Accesibilidad motriz <input type="checkbox"/>	b. Accesibilidad visual <input type="checkbox"/>	c. Accesibilidad auditiva <input type="checkbox"/>	d. No es accesible <input type="checkbox"/>					
Observaciones:								
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:								
5. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/>								
5.1 Planta turística (M) <input checked="" type="checkbox"/>								
a. En el Atractivo <input type="checkbox"/>				b. En la ciudad o poblado cercano <input checked="" type="checkbox"/>				
Alojamiento <input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas	Alojamiento <input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas	
Hotel <input type="checkbox"/>	0	0	0	Hotel <input type="checkbox"/>	0	0	0	


Hostal	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hostal	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Hostería	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hostería	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5	30		
Hacienda Turística	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hacienda Turística	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Lodge	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Lodge	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Resort	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Resort	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Refugio	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Refugio	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Campamento Turístico	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Campamento Turístico	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Casa de Huéspedes	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Casa de Huéspedes	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Observaciones:					Observaciones:						
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"/>	4	20	150		
Cafeterías	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Cafeterías	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Bares	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Bares	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Fuentes de soda	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Fuentes de soda	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Observaciones:					Observaciones:						
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:					Observaciones:						
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:					Observaciones:						
5.2 Facilidades en el entorno al atractivo <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"/>	
		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"/>	
b. De observación y vigilancia	<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"/>	
		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 checked="" 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	0	<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"/>	

d. De servicio	<input type="checkbox"/>	Estacionamientos	<input type="checkbox"/>	0	0		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
e. Otros	<input type="checkbox"/>			0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Observaciones:											
5.3 Complementarios a la actividad turística (M) <input checked="" type="checkbox"/>											
a. En el Atractivo <input type="checkbox"/>						b. En la ciudad o poblado cercano <input checked="" type="checkbox"/>					
Alquiler y venta de equipo especializado		<input type="checkbox"/>	Venta de artesanías y merchandising		<input type="checkbox"/>	Alquiler y venta de equipo especializado		<input type="checkbox"/>	Venta de artesanías y merchandising <input checked="" type="checkbox"/>		
Casa de cambio	<input type="checkbox"/>	Cajero automático	<input type="checkbox"/>	Otro	<input type="checkbox"/>	Casa de cambio	<input type="checkbox"/>	Cajero automático	<input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>	
Especifique: texto						Especifique: Venta de bolsos y artesanías del lugar					
Observaciones:											
6. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>											
6.1 Atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>											
a. Conservado		<input type="checkbox"/>	b. Alterado		<input checked="" type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro		<input type="checkbox"/>	d. Deteriorado		<input type="checkbox"/>
Observaciones:											
6.1.1 Factores de alteración y deterioro (M)											
6.1.1.1 Naturales (M)					6.1.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)						
a. Erosión	<input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas		<input checked="" type="checkbox"/>	b. Actividades forestales		<input checked="" type="checkbox"/>	c. Actividades extractivas / minería			<input type="checkbox"/>
b. Humedad	<input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales		<input type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono		<input type="checkbox"/>	f. Huaquearías			<input type="checkbox"/>
c. Desastres naturales	<input type="checkbox"/>	g. Conflicto de tenencia		<input type="checkbox"/>	h. Condiciones de uso y exposición		<input type="checkbox"/>	i. Falta de mantenimiento			<input type="checkbox"/>
d. Floral/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"/>
Observaciones:											
6.2 Entorno (U) <input checked="" type="checkbox"/>											
a. Conservado		<input type="checkbox"/>	b. Alterado		<input checked="" type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro		<input type="checkbox"/>	d. Deteriorado		<input type="checkbox"/>
Observaciones:											
6.2.1 Factores de alteración y deterioro (M)											
6.2.1.1 Naturales (M)					6.2.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)						
a. Erosión	<input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas		<input checked="" type="checkbox"/>	b. Actividades forestales		<input type="checkbox"/>	c. Actividades extractivas / minería			<input type="checkbox"/>
b. Humedad	<input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales		<input type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono		<input type="checkbox"/>	f. Huaquearías			<input type="checkbox"/>
c. Desastres naturales	<input type="checkbox"/>	g. Conflicto de tenencia		<input type="checkbox"/>	h. Condiciones de uso y exposición		<input type="checkbox"/>	i. Falta de mantenimiento			<input type="checkbox"/>
d. Floral/Fauna	<input type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente		<input type="checkbox"/>	k. Generación de residuos		<input type="checkbox"/>	l. Expansión urbana			<input checked="" 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:									
Observaciones:											
6.3. Declaratoria del espacio turístico asociado al atractivo <input type="checkbox"/>											
a. Declarante:			b. Denominación:			b. Fecha de declaración:		c. Alcance:			
Observaciones:											
7. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>											
7.1 Servicios Básicos <input checked="" type="checkbox"/>											
a. En el atractivo <input type="checkbox"/>						b. En la ciudad o poblado mas cercano <input checked="" type="checkbox"/>					

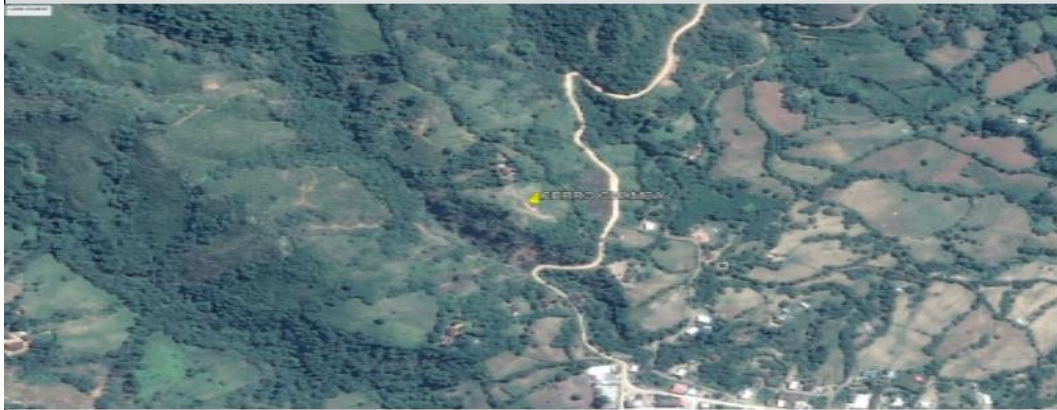
Agua: <input type="checkbox"/>	Agua <input checked="" type="checkbox"/>							
Especifique: A	Especifique: Agua Potable							
Energía eléctrica: <input type="checkbox"/>	Energía eléctrica <input checked="" type="checkbox"/>							
Especifique:	Especifique: Posee energia electrica a traves de la red publica							
Saneamiento: <input type="checkbox"/>	Saneamiento: <input checked="" type="checkbox"/>							
Especifique:	Especifique: Posee alcantarillado							
Disposición de desechos: <input type="checkbox"/>	Disposición de desechos <input checked="" type="checkbox"/>							
Especifique:	Especifique: Poseen servicio de carro recolector							
Observaciones:								
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	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 concienciación	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Señalética interna de seguridad <input type="checkbox"/>	Protección de los elementos del atractivo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otros <input type="checkbox"/>	texto							
Observaciones:								
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 type="checkbox"/>		
Puesto / Centro de salud	<input type="checkbox"/>		0	Puesto / Centro de salud	<input checked="" type="checkbox"/>		1
Dispensario médico	<input type="checkbox"/>		0	Dispensario médico	<input type="checkbox"/>		0
Botiquín de primeros auxilios	<input type="checkbox"/>		0	Botiquín de primeros auxilios	<input type="checkbox"/>		0
Otros	<input type="checkbox"/>		0	Otros	<input type="checkbox"/>		0
Observaciones:							
7.4 Seguridad (M) <input checked="" type="checkbox"/>							
a. Privada	<input type="checkbox"/>	Detalle					
b. Policía nacional	<input checked="" type="checkbox"/>		UPC Casanga				
c. Policía metropolitana / Municipal	<input type="checkbox"/>						
d. Otra	<input type="checkbox"/>						
Observaciones:							
7.5 Servicio de comunicación de uso público (M) <input checked="" type="checkbox"/>							
a. En el atractivo <input checked="" type="checkbox"/>				b. En la ciudad o poblado mas cercano <input checked="" type="checkbox"/>			
Telefonía (M) <input type="checkbox"/>		Conexión a internet (M) <input type="checkbox"/>		Telefonía (M) <input checked="" type="checkbox"/>		Conexión a internet (M) <input type="checkbox"/>	
Fija	<input type="checkbox"/>	Línea telefónica	<input type="checkbox"/>	Fibra óptica	<input type="checkbox"/>	Fija	<input type="checkbox"/>
Móvil	<input checked="" type="checkbox"/>	Satélite	<input type="checkbox"/>	Redes inalámbricas	<input type="checkbox"/>	Móvil	<input checked="" type="checkbox"/>
Satelital	<input type="checkbox"/>	Telefonía móvil		<input type="checkbox"/>	Telefonía móvil		
Observaciones:							
Radio portátil (U) <input type="checkbox"/>							
De uso exclusivo para el visitante		<input type="checkbox"/>	De uso exclusivo para comunicación interna		<input type="checkbox"/>	De uso exclusivo en caso de emergencia	
		<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>		
Observaciones:							
7.6 Multiamenazas (M) <input type="checkbox"/>							
Deslaves		<input type="checkbox"/>	Sismos		<input type="checkbox"/>	Erupciones volcánicas	
		<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>		
Sequía		<input type="checkbox"/>	Inundaciones		<input type="checkbox"/>	Aguajes	
		<input type="checkbox"/>			<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:							
8. POLÍTICAS Y REGULACIONES 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:	
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:	
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:	
Observaciones:							
9. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U) SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>							
9.1 ATRACTIVOS NATURALES (M) <input checked="" 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:			
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:			
9.1.3 En Superficie Terrestre (M)		<input checked="" type="checkbox"/>	
a. Montañismo	<input type="checkbox"/>	b. Escalada	<input type="checkbox"/>
c. Senderismo	<input checked="" type="checkbox"/>	d. Cicloturismo	<input type="checkbox"/>
e. Canyoning	<input type="checkbox"/>	f. Exploración de cuevas	<input type="checkbox"/>
g. Actividades Recreativas	<input type="checkbox"/>	h. Cabalgata	<input type="checkbox"/>
i. Caminata	<input checked="" type="checkbox"/>	j. Camping	<input type="checkbox"/>
k. Pícnic	<input type="checkbox"/>	l. Observación de flora y fauna	<input type="checkbox"/>
m. Observación de astros	<input type="checkbox"/>	n. Otro	<input type="checkbox"/> texto
Observaciones:			
9.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U)		<input 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 checked="" type="checkbox"/>
j. Degustación de platos tradicionales	<input type="checkbox"/>	l. Participación de la celebración	<input type="checkbox"/>
m. Compra de artesanías	<input type="checkbox"/>	n. Convivencia	<input type="checkbox"/>
o. Medicina ancestral	<input type="checkbox"/>	Otro	<input type="checkbox"/> texto
Observaciones:			
10. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO		SI	<input type="checkbox"/>
		NO	<input type="checkbox"/>
		SI	<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:			
¿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:		
b. Red Social	<input type="checkbox"/> Nombre:		
c. Revistas Especializadas	<input type="checkbox"/> Nombre:		
d. Material POP	<input type="checkbox"/> Nombre:		
e. Oficina de Información Turística	<input type="checkbox"/> Nombre:		
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa)	<input type="checkbox"/> Nombre:		
g. Asistencia a ferias turísticas	<input type="checkbox"/> Nombre:		
h. Otro	<input type="checkbox"/> Nombre:		
Observaciones:			
10.2. El atractivo forma parte de una oferta establecida (paquete turístico)		SI	<input type="checkbox"/>
		NO	<input type="checkbox"/>
Especifique: texto			
Observaciones:			

11. REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA (M)										SI	NO	S/I			
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 checked="" 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 checked="" type="checkbox"/>	Frecuencia de los reportes:			
c. Temporalidad de visita al atractivo															
Alta (meses)	<input type="checkbox"/>	Especifique							Número de visitantes	450					
Baja (meses)	<input type="checkbox"/>									250					
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	Países de origen	texto	0	0								
	texto	0	0		texto	0	0								
	texto	0	0		texto	0	0								
Observaciones:															
11.2. Frecuencia de visita según informantes clave										<input type="checkbox"/>					
Nombre del Informante Clave:					Contactos:										
Demanda según días de visita					<input type="checkbox"/>	Demanda según frecuencia de visita					<input type="checkbox"/>				
Lunes a viernes	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:															
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	0	Secundaria	0	Primeros Auxilios	0	Hospitalidad	0	Inglés	0	Alemán	0				
Tercer Nivel	0	Cuarto Nivel	0	Atención al Cliente	0	Guianza	0	Francés	0	Italiano	0				
Otro	texto	Sensibilización de discapacidades		0	Otro	texto	Chino	0	Otro	texto					
Observaciones:															
13. DESCRIPCION DEL ATRACTIVO (500 caracteres)															
<p>La loma Grande como muchos la conocen, se caracteriza por la abundancia de rocas. Existe una leyenda que narra que hace muchas décadas, la loma fue poblada por una cultura desconocida que edificaba sus casas de piedra y que un cierto día hizo un terremoto que destruyó todas las edificaciones y parte de ellas fueron enterradas, de igual forma se cree que existieron pirámides y que en la guerra mundial por la frecuencia de avionetas estas fueron destruidas.</p>															
14. ANEXOS															
a. Archivo Fotográfico (dos) (HD)															
															
Fuente: <input type="checkbox"/> Observacion Directa															

c. Ubicación gráfica del Atractivo



Fuente: [Google Earth](#)

FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)

ELABORADO POR:		VALIDADO POR:		APROBADO POR:	
Apellido y Nombre	Delgado Paola	Apellido y Nombre	Ing. Gladys Alexandra Suarez	Apellido y Nombre	
Institución	Universidad Nacional de Loja	Institución	Universidad Nacional de Loja	Institución	
Cargo	Estudiante	Cargo	Docente, Directora de Tesis	Cargo	
Correo Electrónico	pao24.edl@gmail.com	Correo Electrónico	gladys.suarez@unl.edu.ec	Correo Electrónico	
Teléfono	986862840	Teléfono	982.978.241	Teléfono	
Firma		Firma		Firma	
Fecha	Septiembre 2018	Fecha	Septiembre 2018	Fecha	

Ficha N°5 Iglesia de la Parroquia Casanga

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																											
Código del atractivo:	1	1	0	9	5	8	M	C	0	1	0	1	0	1	0	0	1										
	Provincia	Cantón		Parroquia	Categoría		Tipo	Subtipo	Jerarquía		Atractivo																
1. DATOS GENERALES																											
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																											
IGLESIA CENTRAL DE CASANGA																											
1.2 Categoría				1.3 Tipo				1.4 Subtipo																			
MANIFESTACIONES_CULTURALES				ARQUITECTURA				HISTÓRICA / VERNÁCULA																			
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO																											
2.1 Provincia				2.2 Cantón				2.3 Parroquia																			
LOJA				PALTAS				CASANGA																			
2.4 Barrio, Sector o Comuna				2.5 Calle Principal			2.6 Número		2.7 Transversal																		
Cabecera Parroquial				s/n			s/n		s/i																		
2.8 Latitud (grados decimales)				2.9 Longitud (grados decimales)				2.10 Altura (msnm)																			
-4.0136111				-79.76416666666667				1119msnm																			
2.11 Información del administrador																											
a. Tipo de Administrador:				PUBLICO				b. Nombre de la Institución:				Moradores de la Parroquia															
c. Nombre del Administrador:				d. Cargo que ocupa:																							
e. Teléfono / Celular:				f. Correo Electrónico:																							
Observaciones:																											
3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO																											
3.1 Características climatológicas <input checked="" type="checkbox"/>																											
a. Clima:				Semi Humedo				b. Temperatura(°C):				17°		c. Precipitación Pluviométrica (mm):					1250mm								
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 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 type="checkbox"/>	0:00	0:00	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		texto														
Restringido		<input checked="" type="checkbox"/>	0:00	0:00	<input type="checkbox"/>		<input checked="" 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:				Meses de Julio y Junio por fiestas religiosas																							
Observaciones:																											
4. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO																											
SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>																											

a. Nombre de la ciudad o poblado más cercano (Que presente condiciones mínimas de servicios):		Parroquia Casanga									
b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano:	15 km	c. Tiempo estimado de desplazamiento en auto:	0:20 h/min	d. Coordenadas (grados decimales):	Lat.: -4.014437	Long.:					
Observaciones:											
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"/>	a. Primer orden <input checked="" type="checkbox"/>	-4.014437; -79.763272	-4.013611; -79.764166	0,1	Asfalto	Bueno				
		b. Segundo orden <input type="checkbox"/>		0	0	texto					
		c. Tercer orden <input type="checkbox"/>	0	0	0	texto					
Observaciones:											
b. Acuático (U)	<input type="checkbox"/>	Marítimo <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto	Estado	Puerto / Muelle de Llegada	texto	Estado			
		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:											
c. Aéreo (U)	<input type="checkbox"/>	Nacional: <input type="checkbox"/>		Internacional: <input type="checkbox"/>							
Observaciones:											
4.3 Servicio de transporte (M) <input checked="" type="checkbox"/>											
a. Bus	<input type="checkbox"/>	b. Buseta	<input type="checkbox"/>	c. Transporte 4x4	<input 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 checked="" type="checkbox"/>	n. Otro	<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique Servicio de camionetas							
Observaciones:											
4.3.1 Detalle de transporte hacia el atractivo (M) <input checked="" type="checkbox"/>											
a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio	b. Estación / terminal	c. Frecuencia				d. Detalle (Traslado origen / destino)					
		Diaría	Semanal	Mensual	Eventual						
Cooperativa "San Francisco"	Estacion	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Catacocha-Casanga					
Alquiler de camionetas	Estacion	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Catacocha					
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						
4.4 Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad (M) <input type="checkbox"/>											
a. Accesibilidad motriz	<input type="checkbox"/>	b. Accesibilidad visual	<input type="checkbox"/>	c. Accesibilidad auditiva	<input type="checkbox"/>	d. No es accesible <input checked="" type="checkbox"/>					
Observaciones:											
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:											
5. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> SI/ <input type="checkbox"/>											
5.1 Planta turística (M) <input checked="" type="checkbox"/>											
a. En el Atractivo <input type="checkbox"/>				b. En la ciudad o poblado cercano <input checked="" type="checkbox"/>							
Alojamiento	<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas	Alojamiento	<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas		
Hotel	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hotel	<input type="checkbox"/>	0	0	0		



Hostal	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hostal	<input type="checkbox"/>	0	0	0				
Hostería	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hostería	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5	30				
Hacienda Turística	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hacienda Turística	<input type="checkbox"/>	0	0	0				
Lodge	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Lodge	<input type="checkbox"/>	0	0	0				
Resort	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Resort	<input type="checkbox"/>	0	0	0				
Refugio	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Refugio	<input type="checkbox"/>	0	0	0				
Campamento Turístico	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Campamento Turístico	<input type="checkbox"/>	0	0	0				
Casa de Huéspedes	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Casa de Huéspedes	<input type="checkbox"/>	0	0	0				
Observaciones:					Observaciones:								
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"/>	4	20	150				
Cafeterías	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Cafeterías	<input type="checkbox"/>	0	0	0				
Bares	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Bares	<input type="checkbox"/>	0	0	0				
Fuentes de soda	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Fuentes de soda	<input type="checkbox"/>	0	0	0				
Observaciones:					Observaciones:								
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:					Observaciones:								
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:					Observaciones:								
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"/>			
	<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"/>	Centro de interpretación	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<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"/>	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 guardiana	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<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"/>	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"/>	Torres de vigilancia para salvavidas	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
c. De recorrido y descanso	<input type="checkbox"/>	Senderos	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	<input type="checkbox"/>	Estaciones de sombra y descanso	<input type="checkbox"/>	0	0	0	<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 checked="" type="checkbox"/>	Refugio de alta montaña	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
d. De servicio	<input type="checkbox"/>	Baterías sanitarias	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			

d. De servicio	<input type="checkbox"/>	Estacionamientos	<input type="checkbox"/>	0	0		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. Otros	<input type="checkbox"/>			0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Observaciones:										
5.3 Complementarios a la actividad turística (M) <input checked="" type="checkbox"/>										
a. En el Atractivo <input type="checkbox"/>						b. En la ciudad o poblado cercano <input checked="" type="checkbox"/>				
Alquiler y venta de equipo especializado		<input type="checkbox"/>	Venta de artesanías y merchandising		<input type="checkbox"/>	Alquiler y venta de equipo especializado		<input type="checkbox"/>	Venta de artesanías y merchandising <input checked="" type="checkbox"/>	
Casa de cambio	<input type="checkbox"/>	Cajero automático	<input type="checkbox"/>	Otro	<input type="checkbox"/>	Casa de cambio	<input type="checkbox"/>	Cajero automático	<input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>
Especifique: texto						Especifique: Venta de bolsos y artesanías del lugar				
Observaciones:										
6. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>										
6.1 Atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>										
a. Conservado		<input type="checkbox"/>	b. Alterado		<input checked="" type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro		<input type="checkbox"/>	d. Deteriorado <input type="checkbox"/>	
Observaciones:										
6.1.1 Factores de alteración y deterioro (M)										
6.1.1.1 Naturales (M)					6.1.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)					
a. Erosión		<input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas		<input type="checkbox"/>	b. Actividades forestales		<input type="checkbox"/>	c. Actividades extractivas / minería <input type="checkbox"/>	
b. Humedad		<input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales		<input type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono		<input type="checkbox"/>	f. Huaquearías <input type="checkbox"/>	
c. Desastres naturales		<input type="checkbox"/>	g. Conflicto de tenencia		<input type="checkbox"/>	h. Condiciones de uso y exposición		<input type="checkbox"/>	i. Falta de mantenimiento <input checked="" type="checkbox"/>	
d. Floral/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:								
Observaciones:										
6.2 Entorno (U) <input checked="" type="checkbox"/>										
a. Conservado		<input type="checkbox"/>	b. Alterado		<input checked="" type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro		<input type="checkbox"/>	d. Deteriorado <input type="checkbox"/>	
Observaciones:										
6.2.1 Factores de alteración y deterioro (M)										
6.2.1.1 Naturales (M)					6.2.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)					
a. Erosión		<input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas		<input type="checkbox"/>	b. Actividades forestales		<input type="checkbox"/>	c. Actividades extractivas / minería <input type="checkbox"/>	
b. Humedad		<input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales		<input type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono		<input type="checkbox"/>	f. Huaquearías <input type="checkbox"/>	
c. Desastres naturales		<input type="checkbox"/>	g. Conflicto de tenencia		<input type="checkbox"/>	h. Condiciones de uso y exposición		<input type="checkbox"/>	i. Falta de mantenimiento <input type="checkbox"/>	
d. Floral/Fauna		<input type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente		<input type="checkbox"/>	k. Generación de residuos		<input type="checkbox"/>	l. Expansión urbana <input checked="" 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:								
Observaciones:										
6.3. Declaratoria del espacio turístico asociado al atractivo <input type="checkbox"/>										
a. Declarante:			b. Denominación:			b. Fecha de declaración:		c. Alcance:		
Observaciones:										
7. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>										
7.1 Servicios Básicos <input checked="" type="checkbox"/>										

a. En el atractivo <input type="checkbox"/>		b. En la ciudad o poblado mas cercano <input checked="" type="checkbox"/>						
Agua: <input type="checkbox"/>		Agua <input checked="" type="checkbox"/>						
Especifique: A		Especifique: Agua Potable						
Energía eléctrica: <input type="checkbox"/>		Energía eléctrica <input checked="" type="checkbox"/>						
Especifique:		Especifique: Posee energia electrica a traves de la red publica						
Saneamiento: <input type="checkbox"/>		Saneamiento: <input checked="" type="checkbox"/>						
Especifique:		Especifique: Posee alcantarillado						
Disposición de desechos <input type="checkbox"/>		Disposición de desechos <input checked="" type="checkbox"/>						
Especifique:		Especifique: Poseen servicio de carro recolector						
Observaciones:								
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	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 concienciación	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Señalética interna de seguridad <input type="checkbox"/>	Protección de los elementos del atractivo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otros <input type="checkbox"/>		texto						
Observaciones:								

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 type="checkbox"/>		0			
Puesto / Centro de salud	<input type="checkbox"/>		0		Puesto / Centro de salud	<input checked="" type="checkbox"/>		1			
Dispensario médico	<input type="checkbox"/>		0		Dispensario médico	<input type="checkbox"/>		0			
Botiquín de primeros auxilios	<input type="checkbox"/>		0		Botiquín de primeros auxilios	<input type="checkbox"/>		0			
Otros	<input type="checkbox"/>		0		Otros	<input type="checkbox"/>		0			
Observaciones:											
7.4 Seguridad (M) <input checked="" type="checkbox"/>											
a. Privada	<input type="checkbox"/>	Detalle									
b. Policía nacional	<input checked="" type="checkbox"/>		UPC Casanga								
c. Policía metropolitana / Municipal	<input type="checkbox"/>										
d. Otra	<input type="checkbox"/>										
Observaciones:											
7.5 Servicio de comunicación de uso público (M) <input checked="" type="checkbox"/>											
a. En el atractivo <input type="checkbox"/>					b. En la ciudad o poblado mas cercano <input checked="" type="checkbox"/>						
Telefonía (M) <input type="checkbox"/>		Conexión a internet (M) <input type="checkbox"/>			Telefonía (M) <input checked="" 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 type="checkbox"/>	Línea telefónica	<input 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			
Observaciones:											
Radio portátil (U) <input type="checkbox"/>											
De uso exclusivo para el visitante <input type="checkbox"/>			De uso exclusivo para comunicación interna <input type="checkbox"/>			De uso exclusivo en caso de emergencia <input type="checkbox"/>					
Observaciones:											
7.6 Multiamenazas (M) <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"/>	Agujajes		<input type="checkbox"/>	Tsunami		<input type="checkbox"/>
¿Existe un plan de contingencia en caso de catástrofes?		<input type="checkbox"/>	Institución que elaboró el documento.		texto	Nombre del documento:		texto	Año de elaboración:		0
Observaciones:											
8. POLÍTICAS Y REGULACIONES 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:				
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:				
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:				
Observaciones:											
9. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U) SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>											

9.1 ATRACTIVOS NATURALES (M) <input checked="" 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:		
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:		
9.1.3 En Superficie Terrestre (M) <input type="checkbox"/>		
a. Montañismo <input type="checkbox"/>	b. Escalada <input type="checkbox"/>	c. Senderismo <input checked="" type="checkbox"/>
d. Cícloturismo <input type="checkbox"/>	e. Canyoning <input type="checkbox"/>	
f. Exploración de cuevas <input type="checkbox"/>	g. Actividades Recreativas <input type="checkbox"/>	h. Cabalgata <input type="checkbox"/>
i. Caminata <input checked="" type="checkbox"/>	j. Camping <input type="checkbox"/>	
k. Pícnico <input type="checkbox"/>	l. Observación de flora y fauna <input type="checkbox"/>	m. Observación de astros <input type="checkbox"/>
n. Otro <input type="checkbox"/>	texto	
Observaciones:		
9.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U) <input 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 checked="" type="checkbox"/>
j. Degustación de platos tradicionales <input type="checkbox"/>	l. Participación de la celebración <input type="checkbox"/>	m. Compra de artesanías <input type="checkbox"/>
n. Convivencia <input type="checkbox"/>	o. Medicina ancestral <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>
texto		
Observaciones:		
10. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> SÍ <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:		
¿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:	
b. Red Social <input type="checkbox"/>	Nombre:	
c. Revistas Especializadas <input type="checkbox"/>	Nombre:	
d. Material POP <input type="checkbox"/>	Nombre:	
e. Oficina de Información Turística <input type="checkbox"/>	Nombre:	
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa) <input type="checkbox"/>	Nombre:	
g. Asistencia a ferias turísticas <input type="checkbox"/>	Nombre:	
h. Otro <input type="checkbox"/>	Nombre:	
Observaciones:		
10.2. El atractivo forma parte de una oferta establecida (paquete turístico) SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Especifique: texto		

11. REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA (M)										SI	NO	S/I			
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 checked="" 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 checked="" type="checkbox"/>	Frecuencia de los reportes:			
c. Temporalidad de visita al atractivo															
Alta (meses)	<input type="checkbox"/>	Especifique					Número de visitantes	450							
Baja (meses)	<input type="checkbox"/>							250							
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		Países de origen	texto	0	0							
	texto	0	0			texto	0	0							
	texto	0	0			texto	0	0							
Observaciones:															
11.2. Frecuencia de visita según informantes clave										<input type="checkbox"/>					
Nombre del Informante Clave:					Contactos:										
Demanda según días de visita					<input type="checkbox"/>	Demanda según frecuencia de visita					<input type="checkbox"/>				
Lunes a viernes	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:															
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	0	Secundaria	0	Primeros Auxilios	0	Hospitalidad	0	Inglés	0	Alemán	0				
Tercer Nivel	0	Cuarto Nivel	0	Atención al Cliente	0	Guianza	0	Francoés	0	Italiano	0				
Otro	texto		Sensibilización de discapacidades	0	Otro	texto		Chino	0	Otro	texto				
Observaciones:															
13. DESCRIPCION DEL ATRACTIVO (500 caracteres)															
Se encuentra ubicado en la parte céntrica de cabecera parroquial Casanga frente al parque central. Según palabras de los moradores, el Sr Víctor Burneo, quien hace algunos años fue El Patrón de la hacienda, donó el terreno para la construcción de la Iglesia.															
14. ANEXOS															
a. Archivo Fotográfico (dos) (HD)															
															
Fuente: Observación Directa															

c. Ubicación gráfica del Atractivo



Fuente: Google Earth

FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)

ELABORADO POR:		VALIDADO POR:		APROBADO POR:	
Apellido y Nombre	Delgado Paola	Apellido y Nombre	Ing. Gladys Alexandra Suarez	Apellido y Nombre	
Institución	Universidad Nacional de Loja	Institución	Universidad Nacional de Loja	Institución	
Cargo	Estudiante	Cargo	Docente, Directora de Tesis	Cargo	
Correo Electrónico	pao24.edl@gmail.com	Correo Electrónico	gladys.suarez@unl.edu.ec	Correo Electrónico	
Teléfono	986862840	Teléfono	982.978.241	Teléfono	
Firma		Firma		Firma	
Fecha	Septiembre 2018	Fecha	Septiembre 2018	Fecha	

Ficha N°6 Bosque seco

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																		
Código del atractivo:	1	1	0	9	5	8	A	N	0	5	0	7	0	2	0	0	1	
	Provincia		Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo			
1. DATOS GENERALES																		
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																		
Bosque Seco																		
1.2 Categoría					1.3 Tipo					1.4 Subtipo								
ATRATIVOS_NATURALES					BOSQUES					SECO								
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO																		
2.1 Provincia					2.2 Cantón					2.3 Parroquia								
LOJA					PALTAS					CASANGA								
2.4 Barrio, Sector o Comuna					2.5 Calle Principal			2.6 Número		2.7 Transversal								
Zapotepamba					Via Panamerica			s/n		s/i								
2.8 Latitud (grados decimales)					2.9 Longitud (grados decimales)					2.10 Altura (msnm)								
-4.0458593					-79.7857181					1804msnm								
2.11 Información del administrador																		
a. Tipo de Administrador:					PRIVADO					b. Nombre de la Institución: Mancomunidad del Bosque Seco								
c. Nombre del Administrador:					d. Cargo que ocupa:													
e. Teléfono / Celular:					f. Correo Electrónico:													
Observaciones:																		
3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO																		
3.1 Características climatológicas <input checked="" type="checkbox"/>																		
a. Clima: Semi Humedo					b. Temperatura(°C): 20					c. Precipitación Pluviométrica (mm): 660mm								
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 type="checkbox"/>		0:00	0:00	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		texto						
Restringido <input checked="" type="checkbox"/>		0:00	0:00	<input checked="" 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:			Meses de Julio y Junio por fiestas religiosas															
Observaciones:																		
4. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO																		
												SI <input checked="" type="checkbox"/>		NO <input type="checkbox"/>		SI <input type="checkbox"/>		
a. Nombre de la ciudad o poblado más cercano (Que presente condiciones mínimas de servicios):												Parroquia Casanga						

b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano:	15 km	c. Tiempo estimado de desplazamiento en auto:	0:20 h/min	d. Coordenadas (grados decimales):	Lat.: -4.014437	Long.: -79.763272		
Observaciones:								
4.2 Vías de Acceso (M) <input checked="" type="checkbox"/>								
a. Terrestre (M) <input checked="" type="checkbox"/>	Tipo de vía		Coordenada de inicio	Coordenada de fin	Distancia (km)	Tipo de material	Estado	
	a. Primer orden	<input checked="" type="checkbox"/>	-4.014437; -79.763272	-4.044493; -79.781159	5	Asfalto	Bueno	
	b. Segundo orden	<input type="checkbox"/>		0	0	texto		
	c. Tercer orden	<input type="checkbox"/>	0	0	0	texto		
Observaciones:								
b. Acuático (U) <input type="checkbox"/>	Marítimo	<input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto	Estado	Puerto / Muelle de Llegada	texto	Estado
	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:								
c. Aéreo (U) <input type="checkbox"/>	Nacional: <input type="checkbox"/>			Internacional: <input type="checkbox"/>				
Observaciones:								
4.3 Servicio de transporte (M) <input checked="" type="checkbox"/>								
a. Bus <input checked="" type="checkbox"/>	b. Buseta <input type="checkbox"/>	c. Transporte 4x4 <input 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 checked="" type="checkbox"/>	n. Otro <input checked="" type="checkbox"/>	Especifique Servicio de camionetas						
Observaciones:								
4.3.1 Detalle de transporte hacia el atractivo (M) <input checked="" type="checkbox"/>								
a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio	b. Estación / terminal	c. Frecuencia			d. Detalle (Traslado origen / destino)			
Alquiler de camionetas	Estacion	Diana <input checked="" type="checkbox"/>	Semanal <input type="checkbox"/>	Mensual <input type="checkbox"/>	Eventual <input type="checkbox"/>	Casanga		
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
4.4 Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad (M) <input type="checkbox"/>								
a. Accesibilidad motriz <input type="checkbox"/>	b. Accesibilidad visual <input type="checkbox"/>	c. Accesibilidad auditiva <input type="checkbox"/>	d. No es accesible <input type="checkbox"/>					
Observaciones:								
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:								
5. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>								
5.1 Planta turística (M) <input checked="" type="checkbox"/>								
a. En el Atractivo <input checked="" type="checkbox"/>				b. En la ciudad o poblado cercano <input checked="" type="checkbox"/>				
Alojamiento <input checked="" 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 type="checkbox"/>	0	0	0	
Hostal <input type="checkbox"/>	0	0	0	Hostal <input type="checkbox"/>	0	0	0	
Hostería <input type="checkbox"/>	0	0	0	Hostería <input checked="" type="checkbox"/>	1	5	30	



Hacienda Turística	<input checked="" type="checkbox"/>	0	30	140	Hacienda Turística	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Lodge	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Lodge	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Resort	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Resort	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Refugio	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Refugio	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Campamento Turístico	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Campamento Turístico	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Casa de Huéspedes	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Casa de Huéspedes	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Observaciones: El Centro Binacional tiene el servicio de alojamiento					Observaciones:						
Alimentos y bebidas	<input checked="" 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 checked="" type="checkbox"/>	1	4	40	Restaurantes	<input checked="" type="checkbox"/>	4	20	150		
Cafeterías	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Cafeterías	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Bares	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Bares	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Fuentes de soda	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Fuentes de soda	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Observaciones: El Centro Binacional tiene el servicio de alimentacion					Observaciones:						
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:					Observaciones:						
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:					Observaciones:						
5.2 Facilidades en el entorno al atractivo <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"/>	
		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	0	<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"/>	
		Torres de vigilancia para salvavidas	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
c. De recorrido y descanso	<input type="checkbox"/>	Senderos	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		Estaciones de sombra y descanso	<input type="checkbox"/>	0	0	0	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		Áreas de acampar	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		Refugio de alta montaña	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
d. De servicio	<input type="checkbox"/>	Baterías sanitarias	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		Estacionamientos	<input type="checkbox"/>	0	0	0	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
e. Otros	<input type="checkbox"/>			0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

Observaciones:			
5.3 Complementarios a la actividad turística (M) <input checked="" type="checkbox"/>			
a. En el Atractivo <input type="checkbox"/>		b. En la ciudad o poblado cercano <input checked="" type="checkbox"/>	
Alquiler y venta de equipo especializado <input type="checkbox"/>	Venta de artesanías y merchandising <input type="checkbox"/>	Alquiler y venta de equipo especializado <input type="checkbox"/>	Venta de artesanías y merchandising <input checked="" type="checkbox"/>
Casa de cambio <input type="checkbox"/>	Cajero automático <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>	Casa de cambio <input type="checkbox"/>
Especifique: texto		Especifique: Venta de bolsos y artesanías del lugar	
Observaciones:			
6. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>			
6.1 Atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>			
a. Conservado <input type="checkbox"/>	b. Alterado <input checked="" type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/>	d. Deteriorado <input type="checkbox"/>
Observaciones:			
6.1.1 Factores de alteración y deterioro (M)			
6.1.1.1 Naturales (M)		6.1.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)	
a. Erosión <input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas <input checked="" type="checkbox"/>	b. Actividades forestales <input type="checkbox"/>	c. Actividades extractivas / minería <input type="checkbox"/>
b. Humedad <input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales <input type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono <input type="checkbox"/>	f. Huaquearías <input type="checkbox"/>
c. Desastres naturales <input type="checkbox"/>	g. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/>	h. Condiciones de uso y exposición <input type="checkbox"/>	i. Falta de mantenimiento <input type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna <input type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente <input type="checkbox"/>	k. Generación de residuos <input type="checkbox"/>	l. Expansión urbana <input type="checkbox"/>
e. Clima <input type="checkbox"/>	m. Conflicto político / social <input type="checkbox"/>	n. Desarrollo industrial / comercial <input type="checkbox"/>	o. Vandalismo <input type="checkbox"/>
Otro <input type="checkbox"/>	Especifique:		
Observaciones:			
6.2 Entorno (U) <input checked="" type="checkbox"/>			
a. Conservado <input type="checkbox"/>	b. Alterado <input checked="" type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/>	d. Deteriorado <input type="checkbox"/>
Observaciones:			
6.2.1 Factores de alteración y deterioro (M)			
6.2.1.1 Naturales (M)		6.2.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)	
a. Erosión <input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas <input checked="" type="checkbox"/>	b. Actividades forestales <input type="checkbox"/>	c. Actividades extractivas / minería <input type="checkbox"/>
b. Humedad <input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales <input type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono <input type="checkbox"/>	f. Huaquearías <input type="checkbox"/>
c. Desastres naturales <input type="checkbox"/>	g. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/>	h. Condiciones de uso y exposición <input type="checkbox"/>	i. Falta de mantenimiento <input type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna <input type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente <input type="checkbox"/>	k. Generación de residuos <input type="checkbox"/>	l. Expansión urbana <input checked="" 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:		
Observaciones:			
6.3. Declaratoria del espacio turístico asociado al atractivo <input type="checkbox"/>			
a. Declarante:	b. Denominación:	b. Fecha de declaración:	c. Alcance:
Observaciones:			
7. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>			
7.1 Servicios Básicos <input checked="" type="checkbox"/>			
a. En el atractivo <input type="checkbox"/>		b. En la ciudad o poblado mas cercano <input checked="" type="checkbox"/>	
Agua: <input checked="" type="checkbox"/>	Agua: <input checked="" type="checkbox"/>		

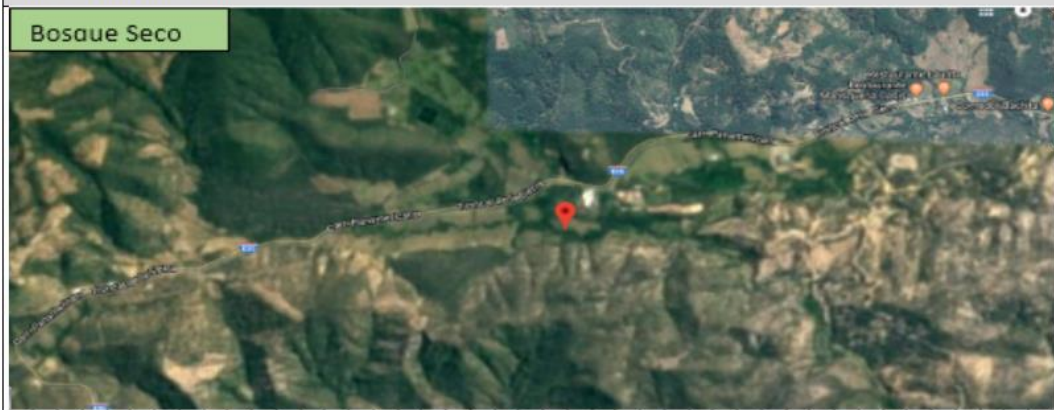
Especifique: Posee agua tratada		Especifique: Agua Potable						
Energía eléctrica: <input checked="" type="checkbox"/>		Energía eléctrica <input checked="" type="checkbox"/>						
Especifique: Posee red Publica		Especifique: Posee energia electrica a traves de la red publica						
Saneamiento: <input checked="" type="checkbox"/>		Saneamiento: <input checked="" type="checkbox"/>						
Especifique: Posee pozo septico		Especifique: Posee alcantarillado						
Disposición de desechos <input checked="" type="checkbox"/>		Disposición de desechos <input checked="" type="checkbox"/>						
Especifique: Es tratada la basura y recolectada por carro recolector		Especifique: Poseen servicio de carro recolector						
Observaciones:								
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	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 concienciación	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Señalética interna de seguridad <input type="checkbox"/>	Protección de los elementos del atractivo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otros <input type="checkbox"/>	texto							
Observaciones:								
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 type="checkbox"/>	Cantidad	0
Puesto / Centro de salud	<input type="checkbox"/>		0	Puesto / Centro de salud	<input checked="" type="checkbox"/>		1
Dispensario médico	<input type="checkbox"/>		0	Dispensario médico	<input type="checkbox"/>		0
Botiquín de primeros auxilios	<input type="checkbox"/>		0	Botiquín de primeros auxilios	<input type="checkbox"/>		0
Otros	<input type="checkbox"/>		0	Otros	<input type="checkbox"/>		0
Observaciones:							
7.4 Seguridad (M) <input checked="" type="checkbox"/>							
a. Privada	<input checked="" type="checkbox"/>	Detalle	Garita de Seguridad				
b. Policía nacional	<input checked="" type="checkbox"/>		UPC Casanga				
c. Policía metropolitana / Municipal	<input type="checkbox"/>						
d. Otra	<input type="checkbox"/>						
Observaciones:							
7.5 Servicio de comunicación de uso público (M) <input checked="" type="checkbox"/>							
a. En el atractivo <input checked="" type="checkbox"/>				b. En la ciudad o poblado mas cercano <input checked="" type="checkbox"/>			
Telefonía (M) <input type="checkbox"/>				Telefonía (M) <input checked="" type="checkbox"/>			
Conexión a internet (M) <input type="checkbox"/>				Conexión a internet (M) <input type="checkbox"/>			
Fija	<input type="checkbox"/>	Línea telefónica	<input type="checkbox"/>	Fija	<input type="checkbox"/>	Línea telefónica	<input type="checkbox"/>
		Fibra óptica	<input type="checkbox"/>			Fibra óptica	<input type="checkbox"/>
Móvil	<input type="checkbox"/>	Satélite	<input checked="" type="checkbox"/>	Móvil	<input checked="" type="checkbox"/>	Satélite	<input type="checkbox"/>
		Redes inalámbricas	<input type="checkbox"/>			Redes inalámbricas	<input checked="" type="checkbox"/>
Satelital	<input type="checkbox"/>	Telefonía móvil		Satelital	<input type="checkbox"/>	Telefonía móvil	
Observaciones:							
Radio portátil (U) <input type="checkbox"/>							
De uso exclusivo para el visitante		<input type="checkbox"/>	De uso exclusivo para comunicación interna		<input type="checkbox"/>	De uso exclusivo en caso de emergencia	
		<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>		
Observaciones:							
7.6 Multiamenazas (M) <input type="checkbox"/>							
Deslaves		<input type="checkbox"/>	Sismos		<input type="checkbox"/>	Erupciones volcánicas	
		<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>		
Sequía		<input type="checkbox"/>	Inundaciones		<input type="checkbox"/>	Aguajes	
		<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>		
¿Existe un plan de contingencia en caso de catástrofes?		<input type="checkbox"/>	Institución que elaboró el documento:		texto	Nombre del documento:	
						texto	
						Año de elaboración:	
						0	
Observaciones:							
8. POLÍTICAS Y REGULACIONES 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:	
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:	
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:	
Observaciones:							
9. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U) SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>							
9.1 ATRACTIVOS NATURALES (M) <input checked="" 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:									
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:									
9.1.3 En Superficie Terrestre (M) <input checked="" type="checkbox"/>									
a. Montañismo	<input type="checkbox"/>	b. Escalada	<input type="checkbox"/>	c. Senderismo	<input type="checkbox"/>	d. Cicloturismo	<input type="checkbox"/>	e. Canyoning	<input type="checkbox"/>
f. Exploración de cuevas	<input type="checkbox"/>	g. Actividades Recreativas	<input type="checkbox"/>	h. Cabalgata	<input type="checkbox"/>	i. Caminata	<input checked="" type="checkbox"/>	j. Camping	<input type="checkbox"/>
k. Pícnico	<input type="checkbox"/>	l. Observación de flora y fauna	<input checked="" type="checkbox"/>	m. Observación de astros	<input type="checkbox"/>	n. Otro	<input type="checkbox"/>	texto	
Observaciones:									
9.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U) <input checked="" type="checkbox"/>									
9.2.1 Tangibles e intangibles <input checked="" type="checkbox"/>									
a. Recorridos guiados	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Recorrido autoguiados	<input type="checkbox"/>	c. Visita a talleres artísticos	<input type="checkbox"/>				
h. Participación en talleres artísticos	<input type="checkbox"/>	d. Visita a talleres artesanales	<input type="checkbox"/>	i. Participación en talleres artesanales	<input type="checkbox"/>				
e. Exposiciones temáticas permanentes, temporales y eventuales	<input type="checkbox"/>	f. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales.	<input type="checkbox"/>	i. Actividades vivenciales y/o lúdicas	<input type="checkbox"/>				
g. Presentaciones o representaciones en vivo	<input type="checkbox"/>	h. Muestras audiovisuales	<input type="checkbox"/>	g. Fotografía	<input checked="" type="checkbox"/>				
j. Degustación de platos tradicionales	<input type="checkbox"/>	l. Participación de la celebración	<input type="checkbox"/>	m. Compra de artesanías	<input type="checkbox"/>				
n. Convivencia	<input type="checkbox"/>	o. Medicina ancestral	<input type="checkbox"/>	Otro	<input type="checkbox"/>	texto			
Observaciones:									
10. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO 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:									
¿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:							
b. Red Social	<input type="checkbox"/>	Nombre:							
c. Revistas Especializadas	<input type="checkbox"/>	Nombre:							
d. Material POP	<input type="checkbox"/>	Nombre:							
e. Oficina de Información Turística	<input type="checkbox"/>	Nombre:							
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa)	<input type="checkbox"/>	Nombre:							
g. Asistencia a ferias turísticas	<input type="checkbox"/>	Nombre:							
h. Otro	<input type="checkbox"/>	Nombre:							
Observaciones:									
10.2. El atractivo forma parte de una oferta establecida (paquete turístico) SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Especifique: texto									
Observaciones:									
11. REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA (M) 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 checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	Tipo: Digital <input type="checkbox"/>	Papel <input checked="" type="checkbox"/>	Años de registro 0		
b. ¿Se genera reporte de estadísticas de visita al atractivo?		SI <input type="checkbox"/>	NO <input checked="" type="checkbox"/>	Frecuencia de los reportes:				
c. Temporalidad de visita al atractivo								
Alta (meses)	<input type="checkbox"/>	Especifique				Número de visitantes	450	
Baja (meses)	<input type="checkbox"/>						250	
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	Países de origen	texto	0	0	
	texto	0	0		texto	0	0	
	texto	0	0		texto	0	0	
Observaciones:								
11.2. Frecuencia de visita según informantes clave <input type="checkbox"/>								
Nombre del Informante Clave:				Contactos:				
Demanda según días de visita <input type="checkbox"/>				Demanda según frecuencia de visita <input type="checkbox"/>				
Lunes a viernes	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:								
12. RECURSO HUMANO <input checked="" type="checkbox"/> SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>								
a. Número de personas a cargo de la administración y operación del atractivo <input checked="" type="checkbox"/>				7	d. Número de personas especializadas en turismo <input type="checkbox"/>			
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	0	Primeros Auxilios	0	Hospitalidad	0	
Tercer Nivel	0	Cuarto Nivel	7	Atención al Cliente	0	Guianza	0	
Otro	texto	Sensibilización de discapacidades	de 0	Otro	texto	Chino	0	
				Otro	texto			
Observaciones:								
13. DESCRIPCION DEL ATRACTIVO (500 caracteres)								
El Bosque Seco se encuentra ubicado en Áreas entre el Río Playas y Río Catamayo (Partes bajas de las parroquias Guachanamá, Casanga, Yamana y Catacocha) y Zona norte de la parroquia Otianga. Declarado por la UNESCO como Reserva de Biosfera en el año 2015. El bosque seco forma parte de seis municipalidades que la conforman mostrando su voluntad y compromiso: Paltas, Celica, Puyango, Pindal, Zapotillo y Macará								
14. ANEXOS								
a. Archivo Fotográfico (dos) (HD)								
								
Fuente: Observación Directa								

c. Ubicación gráfica del Atractivo



Fuente: Google Earth

FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)

ELABORADO POR:		VALIDADO POR:		APROBADO POR:	
Apellido y Nombre	Delgado Paola	Apellido y Nombre	Ing. Gladys Alexandra Suarez	Apellido y Nombre	
Institución	Universidad Nacional de Loja	Institución	Universidad Nacional de Loja	Institución	
Cargo	Estudiante	Cargo	Docente, Directora de Tesis	Cargo	
Correo Electrónico	pao24.edl@gmail.com	Correo Electrónico	gladys.suarez@unl.edu.ec	Correo Electrónico	
Teléfono	986862840	Teléfono	982.978.241	Teléfono	
Firma		Firma		Firma	
Fecha	Septiembre 2018	Fecha	Septiembre 2018	Fecha	

Ficha N°7 Centro Binacional de Formación Técnica Zapotepamba

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																	
Código del atractivo:	1	1	0	9	5	8	M	C	0	3	0	3	0	2	0	0	1
	Provincia		Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo		
1. DATOS GENERALES																	
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																	
CENTRO BINACIONAL DE FORMACION TECNICA ZAPOTEPAMBA																	
1.2 Categoría					1.3 Tipo					1.4 Subtipo							
MANIFESTACIONES_CULTURALES					REALIZACIONES_TÉCNICAS_Y_CIENTÍFICAS					CENTROS DE EXHIBICIÓN DE FLORA Y FAUNA							
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO																	
2.1 Provincia					2.2 Cantón					2.3 Parroquia							
LOJA					PALTAS					CASANGA							
2.4 Barrio, Sector o Comuna					2.5 Calle Principal			2.6 Número		2.7 Transversal							
Zapotepamba					Via Panamerica			s/n		s/i							
2.8 Latitud (grados decimales)					2.9 Longitud (grados decimales)					2.10 Altura (msnm)							
-4.044493447048316					-79.78115940147387					955msnm							
2.11 Información del administrador																	
a. Tipo de Administrador: PRIVADO					b. Nombre de la Institución: CORPORACION CATAMAYO-CHIRA												
c. Nombre del Administrador:					d. Cargo que ocupa:												
e. Teléfono / Celular:					f. Correo Electrónico:												
Observaciones:																	
3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO																	
3.1 Características climatológicas <input checked="" type="checkbox"/>																	
a. Clima: Semi Humedo					b. Temperatura(°C): 20°					c. Precipitación Pluviométrica (mm): 660mm							
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 type="checkbox"/>		0:00	0:00	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto									
Restringido <input checked="" type="checkbox"/>		0:00	0:00	<input checked="" 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:				Meses de Julio y Junio por fiestas religiosas													
Observaciones:																	
4. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>																	
a. Nombre de la ciudad o poblado más cercano (Que presente condiciones mínimas de servicios):												Parroquia Casanga					

b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano:	15 km	c. Tiempo estimado de desplazamiento en auto:	0:20 h/min	d. Coordenadas (grados decimales):	Lat.: -4.014437	Long.: -79.763272		
Observaciones:								
4.2 Vías de Acceso (M) <input checked="" type="checkbox"/>								
a. Terrestre (M) <input checked="" type="checkbox"/>	Tipo de vía		Coordenada de inicio	Coordenada de fin	Distancia (km)	Tipo de material	Estado	
	a. Primer orden	<input checked="" type="checkbox"/>	-4.014437; -79.763272	-4.044493; -79.781159	5	Asfalto	Bueno	
	b. Segundo orden	<input type="checkbox"/>		0	0	texto		
	c. Tercer orden	<input type="checkbox"/>	0	0	0	texto		
Observaciones:								
b. Acuático (U) <input type="checkbox"/>	Marítimo	<input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto	Estado	Puerto / Muelle de Llegada	texto	Estado
	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:								
c. Aéreo (U) <input type="checkbox"/>	Nacional: <input type="checkbox"/>			Internacional: <input type="checkbox"/>				
Observaciones:								
4.3 Servicio de transporte (M) <input checked="" type="checkbox"/>								
a. Bus <input checked="" type="checkbox"/>	b. Buseta <input type="checkbox"/>	c. Transporte 4x4 <input 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 checked="" type="checkbox"/>	n. Otro <input checked="" type="checkbox"/>	Especifique Servicio de camionetas						
Observaciones:								
4.3.1 Detalle de transporte hacia el atractivo (M) <input checked="" type="checkbox"/>								
a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio	b. Estación / terminal	c. Frecuencia			d. Detalle (Traslado origen / destino)			
		Día	Semanal	Mensual	Eventual			
Alquiler de camionetas	Estacion	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Casanga		
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
4.4 Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad (M) <input type="checkbox"/>								
a. Accesibilidad motriz <input type="checkbox"/>	b. Accesibilidad visual <input type="checkbox"/>	c. Accesibilidad auditiva <input type="checkbox"/>	d. No es accesible <input type="checkbox"/>					
Observaciones:								
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:								
5. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>								
5.1 Planta turística (M) <input checked="" type="checkbox"/>								
a. En el Atractivo <input checked="" type="checkbox"/>				b. En la ciudad o poblado cercano <input checked="" type="checkbox"/>				
Alojamiento <input checked="" 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 type="checkbox"/>	0	0	0	
Hostal <input type="checkbox"/>	0	0	0	Hostal <input type="checkbox"/>	0	0	0	



Hostería	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hostería	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5	30		
Hacienda Turística	<input checked="" type="checkbox"/>	0	30	140	Hacienda Turística	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Lodge	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Lodge	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Resort	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Resort	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Refugio	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Refugio	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Campamento Turístico	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Campamento Turístico	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Casa de Huéspedes	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Casa de Huéspedes	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Observaciones: El Centro Binacional tiene el servicio de alojamiento					Observaciones:						
Alimentos y bebidas	<input checked="" 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 checked="" type="checkbox"/>	1	4	40	Restaurantes	<input checked="" type="checkbox"/>	4	20	150		
Cafeterías	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Cafeterías	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Bares	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Bares	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Fuentes de soda	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Fuentes de soda	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Observaciones: El Centro Binacional tiene el servicio de alimentacion					Observaciones:						
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:					Observaciones:						
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:					Observaciones:						
5.2 Facilidades en el entorno al atractivo <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"/>		
	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	0	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Centro de recepción de visitantes	<input type="checkbox"/>	0	0	0	<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"/>		
	Miradores	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Torres de avistamiento de aves	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Torres de vigilancia para salvavidas	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
c. De recorrido y descanso <input type="checkbox"/>	Senderos	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Estaciones de sombra y descanso	<input type="checkbox"/>	0	0	0	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Áreas de acampar	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Refugio de alta montaña	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
d. De servicio <input type="checkbox"/>	Baterías sanitarias	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Estacionamientos	<input type="checkbox"/>	0	0	0	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		

e. Otros <input type="checkbox"/>		0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Observaciones:							
5.3 Complementarios a la actividad turística (M) <input checked="" type="checkbox"/>							
a. En el Atractivo <input type="checkbox"/>				b. En la ciudad o poblado cercano <input checked="" type="checkbox"/>			
Alquiler y venta de equipo especializado <input type="checkbox"/>	Venta de artesanías y merchandising <input type="checkbox"/>	Alquiler y venta de equipo especializado <input type="checkbox"/>	Venta de artesanías y merchandising <input checked="" type="checkbox"/>				
Casa de cambio <input type="checkbox"/>	Cajero automático <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>	Casa de cambio <input type="checkbox"/>	Cajero automático <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>		
Especifique: texto				Especifique: Venta de bolsos y artesanías del lugar			
Observaciones:							
6. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>							
6.1 Atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>							
a. Conservado <input type="checkbox"/>	b. Alterado <input checked="" type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/>	d. Deteriorado <input type="checkbox"/>				
Observaciones:							
6.1.1 Factores de alteración y deterioro (M)							
6.1.1.1 Naturales (M)				6.1.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)			
a. Erosión <input type="checkbox"/>	b. Humedad <input type="checkbox"/>	c. Desastres naturales <input type="checkbox"/>	d. Floral/Fauna <input type="checkbox"/>	e. Clima <input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas <input checked="" type="checkbox"/>	b. Actividades forestales <input type="checkbox"/>	c. Actividades extractivas / minería <input type="checkbox"/>
					d. Actividades industriales <input type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono <input type="checkbox"/>	f. Huaquearías <input type="checkbox"/>
					g. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/>	h. Condiciones de uso y exposición <input type="checkbox"/>	i. Falta de mantenimiento <input type="checkbox"/>
					j. Contaminación del ambiente <input type="checkbox"/>	k. Generación de residuos <input type="checkbox"/>	l. Expansión urbana <input type="checkbox"/>
					m. Conflicto político / social <input type="checkbox"/>	n. Desarrollo industrial / comercial <input type="checkbox"/>	o. Vandalismo <input type="checkbox"/>
Otro <input type="checkbox"/>	Especifique:						
Observaciones:							
6.2 Entorno (U) <input checked="" type="checkbox"/>							
a. Conservado <input type="checkbox"/>	b. Alterado <input checked="" type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/>	d. Deteriorado <input type="checkbox"/>				
Observaciones:							
6.2.1 Factores de alteración y deterioro (M)							
6.2.1.1 Naturales (M)				6.2.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)			
a. Erosión <input type="checkbox"/>	b. Humedad <input type="checkbox"/>	c. Desastres naturales <input type="checkbox"/>	d. Floral/Fauna <input type="checkbox"/>	e. Clima <input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas <input checked="" type="checkbox"/>	b. Actividades forestales <input type="checkbox"/>	c. Actividades extractivas / minería <input type="checkbox"/>
					d. Actividades industriales <input type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono <input type="checkbox"/>	f. Huaquearías <input type="checkbox"/>
					g. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/>	h. Condiciones de uso y exposición <input type="checkbox"/>	i. Falta de mantenimiento <input type="checkbox"/>
					j. Contaminación del ambiente <input type="checkbox"/>	k. Generación de residuos <input type="checkbox"/>	l. Expansión urbana <input checked="" type="checkbox"/>
					m. Conflicto político / social <input type="checkbox"/>	n. Desarrollo industrial / comercial <input type="checkbox"/>	o. Vandalismo <input type="checkbox"/>
Otro <input type="checkbox"/>	Especifique:						
Observaciones:							
6.3. Declaratoria del espacio turístico asociado al atractivo <input type="checkbox"/>							
a. Declarante:	b. Denominación:	b. Fecha de declaración:	c. Alcance:				
Observaciones:							
7. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>							
7.1 Servicios Básicos <input checked="" type="checkbox"/>							
a. En el atractivo <input type="checkbox"/>				b. En la ciudad o poblado mas cercano <input checked="" type="checkbox"/>			

Agua: <input checked="" type="checkbox"/>	Agua <input checked="" type="checkbox"/>							
Especifique: Posee agua tratada	Especifique: Agua Potable							
Energía eléctrica: <input checked="" type="checkbox"/>	Energía eléctrica <input checked="" type="checkbox"/>							
Especifique: Posee red Publica	Especifique: Posee energia electrica a traves de la red publica							
Saneamiento: <input checked="" type="checkbox"/>	Saneamiento: <input checked="" type="checkbox"/>							
Especifique: Posee pozo septico	Especifique: Posee alcantarillado							
Disposición de desechos <input checked="" type="checkbox"/>	Disposición de desechos <input checked="" type="checkbox"/>							
Especifique: Es tratada la basura y recolectada por carro recolector	Especifique: Poseen servicio de carro recolector							
Observaciones:								
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	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 concienciación	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Señalética interna de seguridad <input type="checkbox"/>	Protección de los elementos del atractivo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otros <input type="checkbox"/>	texto							
Observaciones:								
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 type="checkbox"/>		
Puesto / Centro de salud	<input type="checkbox"/>		0	Puesto / Centro de salud	<input checked="" type="checkbox"/>		1
Dispensario médico	<input type="checkbox"/>		0	Dispensario médico	<input type="checkbox"/>		0
Botiquín de primeros auxilios	<input type="checkbox"/>		0	Botiquín de primeros auxilios	<input type="checkbox"/>		0
Otros	<input type="checkbox"/>		0	Otros	<input type="checkbox"/>		0
Observaciones:							
7.4 Seguridad (M) <input checked="" type="checkbox"/>							
a. Privada	<input checked="" type="checkbox"/>	Detalle	Garita de Seguridad				
b. Policía nacional	<input checked="" type="checkbox"/>		UPC Casanga				
c. Policía metropolitana / Municipal	<input type="checkbox"/>						
d. Otra	<input type="checkbox"/>						
Observaciones:							
7.5 Servicio de comunicación de uso público (M) <input checked="" type="checkbox"/>							
a. En el atractivo <input checked="" type="checkbox"/>				b. En la ciudad o poblado mas cercano <input checked="" type="checkbox"/>			
Telefonía (M) <input type="checkbox"/>		Conexión a internet (M) <input type="checkbox"/>		Telefonía (M) <input checked="" type="checkbox"/>		Conexión a internet (M) <input type="checkbox"/>	
Fija	<input type="checkbox"/>	Línea telefónica	<input type="checkbox"/>	Fija	<input type="checkbox"/>	Línea telefónica	<input type="checkbox"/>
		Fibra óptica	<input type="checkbox"/>			Fibra óptica	<input type="checkbox"/>
Móvil	<input type="checkbox"/>	Satélite	<input checked="" type="checkbox"/>	Móvil	<input checked="" type="checkbox"/>	Satélite	<input type="checkbox"/>
		Redes inalámbricas	<input type="checkbox"/>			Redes inalámbricas	<input checked="" type="checkbox"/>
Satelital	<input type="checkbox"/>	Telefonía móvil		Satelital	<input type="checkbox"/>	Telefonía móvil	
Observaciones:							
Radio portátil (U) <input type="checkbox"/>							
De uso exclusivo para el visitante		<input type="checkbox"/>	De uso exclusivo para comunicación interna		<input type="checkbox"/>	De uso exclusivo en caso de emergencia	
		<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>		
Observaciones:							
7.6 Multiamenazas (M) <input type="checkbox"/>							
Deslaves		<input type="checkbox"/>	Sismos		<input type="checkbox"/>	Erupciones volcánicas	
		<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>		
Inundaciones		<input type="checkbox"/>	Aguajes		<input type="checkbox"/>	Tsunami	
		<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>		
¿Existe un plan de contingencia en caso de catástrofes?		<input type="checkbox"/>	Institución que elaboró el documento:		texto	Nombre del documento: texto Año de elaboración: 0	
Observaciones:							
8. POLÍTICAS Y REGULACIONES 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:	
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:	
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:	
Observaciones:							
9. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U) SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>							
9.1 ATRACTIVOS NATURALES (M) <input checked="" 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:			
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:			
9.1.3 En Superficie Terrestre (M)		<input checked="" type="checkbox"/>	
a. Montañismo	<input type="checkbox"/>	b. Escalada	<input type="checkbox"/>
c. Senderismo	<input type="checkbox"/>	d. Cicloturismo	<input type="checkbox"/>
e. Canyoning	<input type="checkbox"/>	f. Exploración de cuevas	<input type="checkbox"/>
g. Actividades Recreativas	<input type="checkbox"/>	h. Cabalgata	<input type="checkbox"/>
i. Caminata	<input checked="" type="checkbox"/>	j. Camping	<input type="checkbox"/>
k. Pícnico	<input type="checkbox"/>	l. Observación de flora y fauna	<input checked="" type="checkbox"/>
m. Observación de astros	<input type="checkbox"/>	n. Otro	<input type="checkbox"/> texto
Observaciones:			
9.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U)		<input checked="" type="checkbox"/>	
9.2.1 Tangibles e intangibles		<input checked="" type="checkbox"/>	
a. Recorridos guiados	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Recorrido autoguiados	<input type="checkbox"/>
c. Visita a talleres artísticos	<input type="checkbox"/>	h. Participación en talleres artísticos	<input type="checkbox"/>
d. Visita a talleres artesanales	<input type="checkbox"/>	i. Participación en talleres artesanales	<input type="checkbox"/>
e. Exposiciones temáticas permanentes, temporales y eventuales	<input type="checkbox"/>	f. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales.	<input type="checkbox"/>
i. Actividades vivenciales y/o lúdicas	<input type="checkbox"/>	g. Presentaciones o representaciones en vivo	<input type="checkbox"/>
h. Muestras audiovisuales	<input type="checkbox"/>	g. Fotografía	<input checked="" type="checkbox"/>
j. Degustación de platos tradicionales	<input type="checkbox"/>	l. Participación de la celebración	<input type="checkbox"/>
m. Compra de artesanías	<input type="checkbox"/>	n. Convivencia	<input type="checkbox"/>
o. Medicina ancestral	<input type="checkbox"/>	Otro	<input type="checkbox"/> texto
Observaciones:			
10. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO		SI	<input type="checkbox"/>
		NO	<input type="checkbox"/>
		SI	<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:			
¿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:	
b. Red Social	<input type="checkbox"/>	Nombre:	
c. Revistas Especializadas	<input type="checkbox"/>	Nombre:	
d. Material POP	<input type="checkbox"/>	Nombre:	
e. Oficina de Información Turística	<input type="checkbox"/>	Nombre:	
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa)	<input type="checkbox"/>	Nombre:	
g. Asistencia a ferias turísticas	<input type="checkbox"/>	Nombre:	
h. Otro	<input type="checkbox"/>	Nombre:	
Observaciones:			
10.2. El atractivo forma parte de una oferta establecida (paquete turístico)		SI	<input type="checkbox"/>
		NO	<input type="checkbox"/>
Especifique: texto			
Observaciones:			

11. REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA (M)										SI	NO	S/I			
11.1. Frecuencia de visita según datos estadísticos										<input type="checkbox"/>					
a. ¿Posee un sistema de registro de visitantes?										SI	NO	Tipo: Digital	Papel	Años de registro	0
b. ¿Se genera reporte de estadísticas de visita al atractivo?										SI	NO	Frecuencia de los reportes:			
c. Temporalidad de visita al atractivo															
Alta (meses)	<input type="checkbox"/>	Especifique					Número de visitantes	450							
Baja (meses)	<input type="checkbox"/>							250							
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	Países de origen	texto	0	0								
	texto	0	0		texto	0	0								
	texto	0	0		texto	0	0								
Observaciones:															
11.2. Frecuencia de visita según informantes clave										<input type="checkbox"/>					
Nombre del Informante Clave:					Contactos:										
Demanda según días de visita					Demanda según frecuencia de visita										
Lunes a viernes	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:															
12. RECURSO HUMANO										SI	NO	S/I			
a. Número de personas a cargo de la administración y operación del atractivo					<input checked="" type="checkbox"/>	7	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	0	Primeros Auxilios	0	Hospitalidad	0	Inglés	0	Alemán	0				
Tercer Nivel	0	Cuarto Nivel	7	Atención al Cliente	0	Guianza	0	Francés	0	Italiano	0				
Otro	texto	Sensibilización de discapacidades		0	Otro	texto	Chino	0	Otro	texto					
Observaciones:															
13. DESCRIPCION DEL ATRACTIVO (500 caracteres)															
El Centro Binacional de Formación Técnica Zapotepamba (CBFT-Z), está ubicado en el barrio Zapotepamba, a 20 minutos de la cabecera parroquial Casanga, en la vía que conduce Cataochoa Macara. Cuenta con una finca de 136 hectáreas, de las cuales 40 hectáreas son potencialmente regables, las mismas que están ubicados en la parte baja de la finca, 23 hectáreas se encuentran en producción pero solamente cuatro hectáreas cuentan con un sistema de riego tecnificado.															
14. ANEXOS															
a. Archivo Fotográfico (dos) (HD)															
															
Fuente: Observación Directa															

c. Ubicación gráfica del Atractivo



Fuente: Google Earth

FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)

ELABORADO POR:		VALIDADO POR:		APROBADO POR:	
Apellido y Nombre	Delgado Paola	Apellido y Nombre	Ing. Gladys Alexandra Suarez	Apellido y Nombre	
Institución	Universidad Nacional de Loja	Institución	Universidad Nacional de Loja	Institución	
Cargo	Estudiante	Cargo	Docente, Directora de Tesis	Cargo	
Correo Electrónico	pao24.edl@gmail.com	Correo Electrónico	gladys.suarez@unl.edu.ec	Correo Electrónico	
Teléfono	986862840	Teléfono	982.978.241	Teléfono	
Firma		Firma		Firma	
Fecha	Septiembre 2018	Fecha	Septiembre 2018	Fecha	

ANEXO N° 3



ENTREVISTA 1

Con el fin de conocer la situación actual del potencial turístico de la Parroquia Casanga y del Centro Binacional de Formación Técnica de Zapotepamba del Cantón Paltas, pido a usted de la manera más amable se digne a responder la siguiente entrevista:

Entrevistado (a): Ing. Ovidio Ramírez Jiménez

Cargo: presidente del GAD parroquial de Casanga

1. ¿Cuáles son las principales actividades económicas de la parroquia Casanga?

Entre las principales actividades económicas que cuenta la parroquia de casanga son la agricultura y ganadería, en temporal invernal es la siembra, pero durante todo el año es la ganadería entre ellos se encuentra el ganado vacuno, caprino y porcino

2. ¿Cómo califica el desarrollo del turismo dentro de la parroquia?

En turismo en la parroquia en muy bajo porque los atractivos turísticos que cuenta la parroquia no han sido explotados a su cabalidad y por la falta de infraestructura turística de la parroquia.

3. El Gobierno parroquial actualmente tiene proyectos turísticos

En la parroquia de Casanga no se están desarrollando proyectos turísticos, pero está interesado en el desarrollo turístico mediante una ruta turística por la parroquia.

4. ¿Cree usted que el turismo es un eje principal para el desarrollo de la parroquia?

Claro q si porque el turismo es una fuente importante de recursos económicos para la parroquia de Casanga y de la misma manera se daría a conocer de manera provincial todos los atractivos turísticos que cuenta esta parroquia.

5. ¿Cree usted que se les ha dado importancia a los lugares turísticos de la parroquia Casanga?

No por parte el GAD de Catacocha los lugares turísticos no son dados importantes para el cantón.

6. ¿Cómo califica el Centro Binacional de Formación Técnica de Zapotepamba entorno al turismo?

El Centro Binacional de Formación Técnica de Zapotepamba lo más relevante que tenía el centro hace dos años era sobre las capacitaciones que de daban en el lugar, y más por la producción que se da ahí, en el ámbito turístico sería un buen lugar para que los turistas conozcan cómo es la producción, animales de granja y en si cómo se maneja el Centro Binacional

7. ¿Piensa usted que el centro sería un eje principal para el turismo?

Si el Centro Binacional cuenta con lugares que el turista puede vincularse y puede desarrollar un turismo más tranquilo y relajado.



ENTREVISTA 2

Con el fin de conocer la situación actual del potencial turístico de la Parroquia Casanga y del Centro Binacional de Formación Técnica de Zapotepamba del Cantón Paltas, pido a usted de la manera más amable se digne a responder la siguiente entrevista:

Entrevistado (a): Ing. Roberth Guerrero

Cargo: director del Centro Binacional de Formación Técnica de Zapotepamba

1. Cree usted que el Centro Binacional de Formación Técnica de Zapotepamba tuviera oportunidad de insertarse en el mundo del turismo

Claro que si porque el Centro Binacional cuenta con un ambiente tranquilo en el que las personas lo visitaran van a encontrarse con áreas relajadas y con programas agrícolas que puedan vincularse con los mismos.

2. La finca recibe algún tipo de personas con que con que fines. Explique

La gente que llega al centro son estudiantes que van a realizar sus pasantías, la mayoría de estudiantes optan por el internado hasta culminar sus prácticas, llegan agricultores a recibir capacitaciones en el tema de agropecuaria.

3. El Centro Binacional de Formación Técnica de Zapotepamba cuenta con algún proyecto enfocado en el turismo

No cuenta con ningún proyecto en ejecución, pero si cuenta con proyectos en el Plan de Fortalecimiento Institucional debido a que el centro hace auto gestión y la falta de recursos ha hecho que no puedan contar con un proyecto elaborado y en ejecución.

4. El Centro Binacional de Formación Técnica de Zapotepamba cuenta con personal enfocado en el turismo

No el personal que trabajan en el Centro Binacional son técnicos agropecuarios muchos con cuarto nivel, pero específicamente en el tema de turismo no.

5. Con que recursos económicos se mantiene el centro

El centro hace auto gestión desde el año 2011 tienen un plan de autogestión que les está dando resultado con la colaboración de instituciones que hacen convenios interinstitucionales para poder generar recursos para el centro.

6. El Centro Binacional de Formación Técnica de Zapotepamba cuenta con alguna entidad que ayuden económicamente

Se realizan convenios con instituciones como son el Gobierno Provincial de Loja, el Ministerio de Educación, con ORG, Plan del Buen Vivir y con instituciones que permanentemente acuden al centro hacer capacitación agroecológica.

7. Le gustaría que se desarrolle el turismo dentro del Centro y que se implementen varias actividades enfocadas en ecoturismo

Claro q si porque el Centro Binacional es un espacio físico que cuenta con una infraestructura muy buena para alojamiento, capacitación y varios servicios a ofrecer, es importante buscar esta nueva fuente en el ámbito ecoturístico que ayudara a la comunidad.

8. Una vez implementadas las actividades ¿Cómo le gustaría ver al centro de aquí a 5 y 10 años?

En caso de implementarse este turismo realmente sería bastante bueno por lo que el centro se encuentra ubicación en el valle de Casanga una zona privilegiada de la provincia de Loja con un clima bastante bueno con espacios naturales como es el Bosque seco que son únicos esto permitirá

a tener un vínculo más estrecho con la comunidad y podrían conocer lo que realizan dentro del centro y ser una potencia turística de la provincia de Loja.

9. De qué manera le gustaría que se promocióne mi propuesta enfocada en actividades ecoturísticas

Una alianza estratégica con el Ministerio de Turismo, con las carreras de turismo de las diferentes universidades de la ciudad de Loja, GAD cantonales y provinciales, y juntas parroquiales. Además, mediante prensa, afiches, publicidades para que la gente conozca sobre estas actividades

ANEXO N.º 4 Solicitud Previa a la Socialización



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

Loja, 17 de Marzo de 2018

Ing.
Roberth Guerrero
**DIRECTOR DEL CENTRO BINACIONAL DE FORMACIÓN TÉCNICA DE
ZAPOTEPAMBA**

Ciudad.-

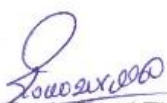
De mis Consideraciones

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

Comunico a su autoridad que una vez que una vez realizada la investigación y **"PROPUESTA DE ACTIVIDADES ECOTURÍSTICAS PARA EL CENTRO BINACIONAL DE FORMACIÓN TÉCNICA DE ZAPOTEPAMBA"** le solicito de la manera más comedida se le conceda una fecha para realizar la socialización del proyecto de investigación de la señorita **PAOLA ELIZABETH DELGADO LOAYZA** portadora de la cedula N° **1105993651** alumna del décimo ciclo de la Carrera de Administración Turística, de la Facultad, Jurídica, Social y administrativa de la UNL, y a la vez invitar a su persona como representante del Centro Binacional de Formación Técnica de Zapotepamba, para la socialización antes mencionada y así cumplir con el último objetivo propuesto en el proyecto de investigación.

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

Atentamente


Dra. Rocío Toral Tinitana



DIRECTORA DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA

ANEXO N.º 6 Invitación Para La Socialización



LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA EN
COPARTICIPACION CON EL CENTRO BINACIONAL
DE FORMACION TECNICA DE ZAPOTEPAMBA

Dr. PhD. Nikolay Aguirre
Director de Investigación de la Universidad Nacional de Loja

Se complacen en invitar a la siguiente socialización:

- Diseño de Ciclo Ruta Turística para el Centro Binacional de Formación Técnica Zapotepamba
- Propuesta de actividades Ecoturísticas para el Centro Binacional de Formación Técnica Zapotepamba
- Ruta Turística Agroalimentaria para las parroquias de Casanga y Catacocha
- Propuesta de Agroturismo para el Centro Binacional de Formación Técnica Zapotepamba

Fecha: 23 de Marzo del 2018

Lugar: Centro Binacional de Formación Zapotepamba
(Parroquia Casanga)

Hora: 14h00

GRACIAS POR SU PRESENCIA

ANEXO N.º 7 Acta de Socialización



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

Centro Binacional de Formación Técnica Zapotepamba

Fecha: 23 de marzo del 2018

Hora: 2:00 pm

Lugar: Auditorio del CBFTZ

Tesista: Paola Elizabeth Delgado Loayza

Director del CBFTZ: Ing. Robert Guerrero

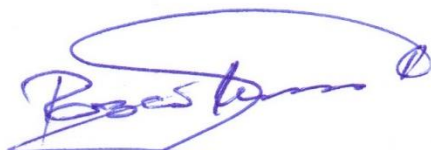
Asistentes de la socialización:

Nombre	Cargo
Tania Ochoa	Tecnica de Campo
Angel Soto	Tecnica de Campo
Robert Guerrero	Director del CBFTZ
Estudiantes	Pasantes

Siendo las dos de la tarde se procedió con la reunión para la socialización del proyecto de tesis titulado: **PROPUESTA DE ACTIVIDADES ECOTURISTICAS PARA EL CENTRO BINACIONAL DE FORMACION TECNICA ZAPOTEPAMBA**, el director del centro binacional de formación técnica Zapotepamba, el ing. Robert Guerrero, tomo la palabra dando la bienvenida a los asistentes y a mi persona como tesista, explicando la carta compromiso con la Universidad Nacional de Loja y el Centro Binacional de Formación Técnica Zapotepamba, luego de estas palabras, la tesista Paola Elizabeth Delgado Loayza se presentó dando a conocer el tema de su proyecto de tesis, objetivos la marca, diseño de suvenires y además explico cómo fue el desarrollo para el cumplimiento de esta investigación.

Siendo las tres de la tarde una vez socializado el proyecto tomo la palabra el ing. Robert Guerrero director del CBFTZ y agradeció a los asistentes, a la autora del proyecto, por el trabajo realizado en beneficio del centro, culminando así la reunión de socialización del proyecto.

Para constancia de la misma firman a continuación



Robert Guerrero
Director Técnico del Centro
Binacional de Zapotepamba



Carlos Jumbo Lima
Secretario



Paola Elizabeth Delgado Loayza
Tesisista

ANEXO N° 8 Firmas de Asistentes a la Socialización



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

REGISTRO DE ASISTENCIA

NOMBRES Y APELLIDOS	NUMERO DE CEDULA	CARGO / INSTITUCIÓN	FIRMA	OBSERVACIONES
Gustina Arriegas	0705712917	U.E Chillo		
Nayely Yupangui	0706127088	U.E Chillo		
CRISTIAN PANTA	0705714913	U.E Chillo		
Florencia Gonzaga	1106028028	U.E Edmundo Cevallos		
Alexander Macas	0705715571	U.E Chillo		
Adrian Caïminagua	0703713449	U.E Chillo		
José Rios		U.E Chillo		
Angel Gualan	070612834-5	U.E Chillo		
Darwin Sarango	1150052973	colazaca		
Widenson Salinas	110528812-8	colazaca		



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




REGISTRO DE ASISTENCIA

NOMBRES Y APELLIDOS	NUMERO DE CEDULA	CARGO / INSTITUCIÓN	FIRMA	OBSERVACIONES
Ronal Cortucho		chilla		
José Noguera	0705712883	chilla		
José Cuadrado	1104518889	Colaisaca		
Joel Pacheco	070571430-1	U.E. Chilla		
Rosvel Briaguazo	0705713329	U. E. Chilla		
Marcela Urbanezo	0705743546	U.E Chilla		
Alex Semondo	110471307-6	Colaisaca		
Jennifer Corimingo	070571580-3	chilla		
JUAN PINO	070571206-5	Chilla		
Davis Noguera	070612751-1	Chilla		
Paul Macas	070574331-4	chilla		
Daniel Fajardo	070571217-2	chilla		



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

REGISTRO DE ASISTENCIA

NOMBRES Y APELLIDOS	NUMERO DE CEDULA	CARGO / INSTITUCIÓN	FIRMA	OBSERVACIONES
Robert Guerrero	1101087537	DIRECTOR CBFTZ		
Angel Soto	110557440	Técnico de Campo		
Tania Ochoa	1104947385	Técnica Campo		

ANEXO N° 9 Diapositivas de la Socialización



Universidad Nacional De Loja
Facultad Jurídica, Social y Administrativa
Carrera De Administración Turística


TEMA

PROPUESTA DE ACTIVIDADES ECOTURÍSTICAS PARA EL CENTRO BINACIONAL DE FORMACIÓN TÉCNICA ZAPOTEPAMBA.

➤ Diseñar la propuesta de actividades ecoturísticas para el Centro Binacional de Formación Técnica Zapotepamba.

- **Justificación**
- **Actividades:**
 - Guianza
 - Senderismo
 - Camping
 - Cabalgatas y Pesca deportiva
- **Duración del recorrido**
- **Ciente objetivo**
- **Servicios Turísticos**
- **Normativa para el funcionamiento**
- **Costos** de operación y ejecución

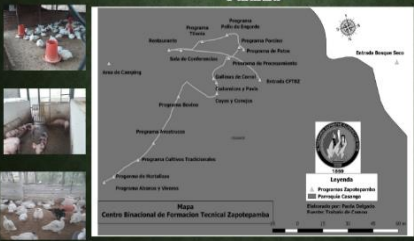
Comercialización



Recuerdos



Guianza



Senderismo



Camping



Cabalgatas



Caballos

Pesca deportiva

Red de pescar



Cañas de Pescar





Costos de operación

Pax 10+ guía
COSTO UNITARIO POR PERSONA= \$ 39.60
ctva.

Pax de 18 + guía
COSTO UNITARIO POR PERSONA= \$ 38.35
ctva.

Costos de ejecución

Materiales	Unidad	Total
Paqueta turístico		575.24
Señalética	26	5560
Carpas	15	1950
Suvenires	200	600
Tripticos	100	400
Alquileres de caballos	10	200
Total		8730

Gracias

Aspirante:
Paola Elizabeth Delgado Loayza
E-mail:

ANEXO N.º 10 Fotos de la Socialización del Proyecto de tesis

Foto N° 8 Estudiantes



Fuete: Observación Directa

Elaboración: Paola Elizabeth Delgado Loayza

Foto N° 9 Socialización



Fuete: Observación Directa

Elaboración: Paola Elizabeth Delgado Loayza

Foto N° 10 Asistentes



Fuete: Observación Directa

Elaboración: Paola Elizabeth Delgado Loayza

ÍNDICE

CERTIFICA: ¡Error! Marcador no definido.
AUTORÍA III
DEDICATORIA V
AGRADECIMIENTO VI
1. TÍTULO 1
2. RESUMEN 2
3. INTRODUCCIÓN 6
4. REVISIÓN LITERARIA 10
4.1 Marco Conceptual 10
4.1.1 Tipos de Turismo 10
4.1.2 Turismo de Reuniones 11
4.1.3 Turismo de Naturaleza 11
4.1.4 El ecoturismo como impulsor del Desarrollo Sustentable 12
4.1.5 Ecoturismo 13
4.1.6 El Ecoturismo en el Mundo 14
4.1.7 Ecoturismo en Ecuador 15
4.1.8 Características del Ecoturismo 16
4.1.9 Políticas del ecoturismo 18
4.1.10 Actividades Ecoturísticas 20
4.1.11 Perfil del Ecoturista: 21
4.1.12 Actividades ecoturísticas internacionales 22
4.1.13 Actividades ecoturísticas en el ecuador 24
4.1.14 Definición de turista o viajero 25
4.1.15 Tipos de turistas 26
4.1.16 Servicio Turístico 27
4.1.17 Tipos de Servicios Turístico 27
4.1.18 Normas para los Guías 27
4.1.19 Reglamento de Actividades Ecoturísticas 28
4.1.20 Flora 29
4.1.21 Fauna 29
4.1.22 Demanda 30
4.1.23 Diagnóstico turístico 30

4.1.24	Fase de Diseño del Diagnostico Turístico	31
4.1.25	Fase De Recolección De La Información De Campo	31
4.1.26	Fase De Análisis Y Sistematización De Resultados.....	31
4.1.27	Metodología de inventario de atractivos turísticos	32
4.1.28	Entrevista.....	32
4.1.29	Atractivos Turísticos Culturales.....	33
4.1.30	Itinerario turístico	33
4.1.31	Análisis FODA	34
4.1.32	Estrategia.....	36
4.1.33	Matriz de Estrategias	37
4.1.34	Tríptico Turístico	37
4.1.35	Señalética turística.....	37
4.1.36	Tipos de señalética turística.....	38
4.1.37	Componentes Gráficos	39
4.1.38	Técnica de Método de Análisis Rápida y Planificación Participativa (MARPP).....	40
4.2	MARCO REFERENCIAL.....	41
4.2.1	Datos Generales	41
4.2.1.1	Cantón Loja	41
4.2.1.2	Cantón Paltas	44
4.2.2	Parroquia Casanga.....	52
4.2.2.1	Ubicación Geográfica	52
4.2.3	Turismo	54
4.2.3.1	Ubicación Macro y Micro Localización	55
4.2.3.2	Población.....	55
4.2.3.3	Oferta de servicios turísticos	56
4.2.3.4	Alojamiento	56
4.2.3.5	Alimentación	56
4.2.3.6	Esparcimiento	57
4.2.3.7	Infraestructura de servicios básicos.....	58
4.2.3.8	Sanidad	60
4.2.3.9	Gobernanza	61
4.2.3.10	Comunidad Receptora	63

4.2.4	Centro Binacional de Formación Técnica Zapotepamba.....	66
5.	MATERIALES Y MÉTODOS	69
5.1	Materiales, métodos y técnicas.....	69
5.1.1	Materiales	69
5.1.3	Técnicas.....	70
5.1.4	Metodología por objetivos	70
6.	RESULTADOS.....	72
6.1	Diagnóstico turístico en el Centro Binacional de Formación Técnica de Zapotepamba.....	72
6.1.1.1	Programas Agrícolas.....	73
6.1.1.2	Oferta de servicios turísticos.....	108
6.1.1.3	Infraestructura de servicios básicos.....	109
6.1.1.4	Comunicación	110
6.1.1.5	Sanidad	110
6.1.1.6	Gobernanza.....	111
6.1.2	RESUMEN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS	112
6.1.3	FICHAS DE RESUMEN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE LA PARROQUIA CASANGA	112
6.1.4	FICHAS DE RESUMEN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL CENTRO BINACIONAL DE FORMACIÓN TÉCNICA DE ZAPOTEPAMBA	118
6.1.5	Caracterización de la Demanda	123
6.1.6	Entrevista.....	124
6.1.7	Análisis de la entrevista: presidente del GAD parroquial de Casanga 124	
6.1.8	MATRIZ F.O.D.A.	126
6.2	Segundo objetivo: diseño de la propuesta de actividades ecoturísticas para el Centro Binacional de Formación Técnica Zapotepamba.....	129
6.2.1	Introducción.....	129
6.2.2	Atractivos turísticos y actividades	129
6.2.3	Medios de transporte.....	132
6.2.4	Nombre del producto.....	132
6.2.5	Descripción de las actividades.....	132
6.2.6	Marca	147
6.2.6.1	Lema o Slogan.....	148

6.2.6.2	Cliente objetivo	148
6.2.7	Comercialización	149
6.2.8	Gastos de operación.....	152
6.2.9	Señalética	153
6.2.10	Propuesta de implementar y mejorar el lugar de información para los turistas 202	
6.3	Socialización de la propuesta de actividades ecoturísticas para el Centro Binacional de Formación Técnica Zapotepamba.	204
7.	DISCUSIÓN	207
8.	CONCLUSIONES	209
9.	RECOMENDACIONES	211
10.	Bibliografía	212
11.	ANEXOS	217
1.	TEMA.....	218
2.	PROBLEMÁTICA	219
3.	JUSTIFICACIÓN.....	221
4.	OBJETIVOS	223
4.1.	OBJETIVO GENERAL	223
4.2.	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	223
5.	MARCO TEÓRICO	224
6.	METODOLOGÍA	225
6.3.	Metodología por Objetivos.....	225
7.	CRONOGRAMA	227
8.	PRESUPUESTO	228
8.1	Recursos Humanos.....	228
8.2	Recursos materiales.....	228
	Bibliografía.....	230
	ANEXO N° 4 Solicitud Previa a la Socialización.....	301
	ANEXO N° 6 Invitación Para La Socialización	302
	ANEXO N° 7 Acta de Socialización.....	303
	ANEXO N° 8 Firmas de Asistentes a la Socialización	305
	ANEXO N° 9 Diapositivas de la Socialización	308
	ANEXO N° 10 Fotos de la Socialización del Proyecto de tesis	309

ÍNDICE POR CUADROS

Cuadro N° 1 Pictogramas	40
Cuadro N° 2 Población	56
Cuadro N° 3 Establecimientos De Alojamiento	56
Cuadro N° 4 Establecimientos De Alimentación.....	57
Cuadro N° 5 Establecimientos Financieros Con Cajero Automáticos	58
Cuadro N° 6 Cooperativas De Transporte	59
Cuadro N° 7 Miembros Del Gad Parroquial Casanga	61
Cuadro N° 8 Asociaciones Agricultura	62
Cuadro N° 9 Organizaciones Sociales	62
Cuadro N° 10 Actividades Vinculadas A La Pea	65
Cuadro N° 11 Coordenadas Utm	73
Cuadro N° 12 Establecimiento De Alojamiento.....	108
Cuadro N° 13 Establecimiento De Alimentación	108
Cuadro N° 14 Establecimientos Financieros Con Cajero Automáticos	109
Cuadro N° 15 Cooperativas De Transportes.....	110
Cuadro N° 16 Resumen De Atractivos Del Centro Binacional De Formación Técnica De ...	112
Cuadro N° 17 Matriz De Foda	127
Cuadro N° 18 Matriz De Estrategias	128
Cuadro N° 19 Atractivos Turísticos	129
Cuadro N° 20 Determinación De Costos	152
Cuadro N° 21 Determinación De Costos.....	153
Cuadro N° 22 Pictograma Del Centro Binacional De Formación Técnica De Zapotepamba	154
Cuadro N° 23 Diseño Y Propuesta Del Centro Binacional De Formación Técnica De Zapotepamba	155
Cuadro N° 24 Pictograma Del Restaurante En El Cbftz	156
Cuadro N° 25 Diseño Y Propuesta Del Restaurante En El Cbftz.....	157
Cuadro N° 26 Señal De Direccionamiento Programas De Tilapia	158
Cuadro N° 28 Pictograma De Pesca Deportiva	160
Cuadro N° 29 Diseño Y Propuesta De Pesca Deportiva	161
Cuadro N° 30 Señal De Direccionamiento Programa De Pollos De Engorde.....	162

Cuadro Nº 31	Diseño Y Propuesta Programa De Pollos De Engorde	163
Cuadro Nº 33	Diseño Y Propuesta Programa Porcino	165
Cuadro Nº 34	Señal De Direccionamiento Programa De Patos.....	166
Cuadro Nº 35	Diseño Y Propuesta Programa De Patos	167
Cuadro Nº 36	Señal De Direccionamiento Programa Procesamiento Agropecuario	168
Cuadro Nº 37	Diseño Y Propuesta Programa Procesamiento Agropecuario.....	169
Cuadro Nº 38	Señal De Direccionamiento Programa De Aves De Corral	170
Cuadro Nº 39	Diseño Y Propuesta Programa De Aves De Corral	171
Cuadro Nº 40	Señal De Direccionamiento Programa De Codornices Y Pavos.....	172
Cuadro Nº 41	Diseño Y Propuesta Programa De Codornices Y Pavos	173
Cuadro Nº 42	Pictogramas De Precaución De Gradadas.....	174
Cuadro Nº 43	Diseño Y Propuesta De Precaución De Gradadas	175
Cuadro Nº 44	Señal De Direccionamiento Programa De Cuyes Y Conejos.....	176
Cuadro Nº 45	Diseño Y Propuesta Programa De Cuyes Y Conejos	177
Cuadro Nº 46	Señal De Direccionamiento Programa Bovino	178
Cuadro Nº 47	Diseño Y Propuesta Programa Bovino	179
Cuadro Nº 48	Señal De Direccionamiento Programa De Avestruces	180
Cuadro Nº 49	Diseño Y Propuesta Programa De Avestruces	181
Cuadro Nº 50	Señal De Direccionamiento Programa De Cultivos Tradicionales	182
Cuadro Nº 51	Diseño Y Propuesta Programa De Cultivos Tradicionales	183
Cuadro Nº 52	Señal De Direccionamiento Bodega De Almacenamiento.....	184
Cuadro Nº 53	Diseño Y Propuesta Bodega De Almacenamiento	185
Cuadro Nº 54	Señal De Direccionamiento Programa De Hortalizas	186
Cuadro Nº 55	Diseño Y Propuesta Programa De Hortalizas	187
Cuadro Nº 56	Señal De Direccionamiento Programa De Viveros.....	188
Cuadro Nº 57	Diseño Y Propuesta Programa De Viveros	189
Cuadro Nº 58	Señal De Direccionamiento Programa De Abonos Orgánicos.....	190
Cuadro Nº 59	Diseño Y Propuesta Programa De Abonos Orgánicos	191
Cuadro Nº 60	Pictograma De Camping	192
Cuadro Nº 61	Diseño Y Propuesta De Camping.....	193
Cuadro Nº 62	Pictogramas De Área Recreativa.....	194
Cuadro Nº 63	Diseño Y Propuesta Área Recreativa	195
Cuadro Nº 64	Pictogramas De Piscina	196

Cuadro N° 65 Diseño Y Propuesta Piscina.....	197
Cuadro N° 66 Pictogramas Cabalgata	198
Cuadro N° 67 Diseño Y Propuesta Cabalgata	199
Cuadro N° 68 Pictogramas Senderismo	200
Cuadro N° 69 Diseño Y Propuesta Senderismo	201
Cuadro N° 70 Diseño Y Propuesta De Caseta Informativa	202
Cuadro N° 71 Determinación De Precios Y Beneficios De Operación.....	203

INDICE POR FICHAS

ficha N° 1 Balneario O Chorro El Almendral	113
Ficha N° 2 Loma Grande.....	114
Ficha N° 3 LOMA “LA CAPILLA”	115
Ficha N° 4 CERRO CHAMBA	116
Ficha N°5 Iglesia Central De Casanga	117
Ficha N° 6 Centro Binacional De Formación Técnica De Zapotepamba	118
Ficha N° 7 Bosque Seco	121

INDICE POR FIGURAS

Figura N° 1 Vertientes Del Turismo	12
Figura N° 3 Mapa De Ubicación Geográfica De La Parroquia Casanga	52
Figura Nª 4 Mapa De Ubicación Del Centro Binacional De Formación Técnica Zapotepamba	66
Figura N° 5 Ubicación Política De La Parroquia Casanga.....	55
Figura N° 6 Actividades Ecoturísticas	131
Figura N° 7 Mapa Senderismo Interpretativo	132
Figura N° 8 Mapa De Camping	134
Figura N° 9 Mapa De La Cabalgata	136
Figura N° 9 Mapa De La Pesca Deportiva.....	139
Figura N° 10 Mapa De Señalética	146
Figura N° 11 Marca De Actividades Ecoturísticas	147
Figura N° 12 Tríptico Cara Externa	149
Figura N° 13 Tríptico Parte Interna	¡Error! Marcador no definido.

Figura N° 14 Canguros Con El Distintivo De La Marca De Actividades Ecoturísticas.....	150
Figura N° 16 Gorra Con El Distintivo De La Marca De Actividades Ecoturísticas.....	151
Figura N° 15 Toma Todo Con El Distintivo De La Marca De Actividades Ecoturísticas.....	151
Figura N° 17 Llavero De Caballo Con El Distintivo De La Marca De Actividades Ecoturísticas	151
Figura N° 19 Llavero De Gallo Con El Distintivo De La Marca De Actividades Ecoturísticas	152
Figura N° 18 Llavero De Pescado Con El Distintivo De La Marca De Actividades Ecoturísticas	152