



1859

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

**Propuesta metodológica para identificación
de atractivos turísticos en el cantón
Chaguarpamba, provincia de Loja,
utilizando geo información.**

Tesis previa a optar el Grado
y Título de Ingeniera en
Administración Turística.

AUTORA

Karen Lizbeth Abrigo Ochoa

DIRECTORA

Ing. María Luisa Díaz López Mg. Sc.

LOJA – ECUADOR

2022

1859

CERTIFICACIÓN

Ingeniera.

María Luisa Díaz López Mg. Sc.

**DOCENTE DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA DE LA
UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**

CERTIFICA:

Que el presente trabajo de tesis titulado **“PROPUESTA METODOLÓGICA PARA IDENTIFICACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS EN EL CANTÓN CHAGUARPAMBA, PROVINCIA DE LOJA, UTILIZANDO GEO INFORMACIÓN”** de la autoría de la señorita Karen Lizbeth Abrigo Ochoa, se ha realizado bajo mi dirección, en forma prolija, tanto en su forma como en su contenido, de conformidad con los requerimientos institucionales y luego de haber sido revisado, autorizo su presentación ante el tribunal respectivo previo a optar el grado de Ingeniera en Administración Turística.

Loja, 30 de Septiembre de 2021



Firmado digitalmente por:

**MARIA
LUISA DIAZ**

Ing. María Luisa Díaz López Mg. Sc.

AUTORÍA

Yo, Karen Lizbeth Abrigo Ochoa, declaro ser la autora del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus Representantes Legales de posibles reclamos o acciones legales.

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

Autora: Karen Lizbeth Abrigo Ochoa

Firma:

C.I: 1106049917

Fecha: Loja, 13 de septiembre del 2021

**CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS POR PARTE DE LA AUTORA,
PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL TOTAL, Y
PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO.**

Yo, **Karen Lizbeth Abrigo Ochoa** declaro ser la autora de la tesis titulada **“Propuesta metodológica para identificación de atractivos turísticos en el cantón Chaguarpamba, provincia de Loja, utilizando geo información.”**, previo a la obtención del grado de Ingeniera en Administración Turística, autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja, 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 el 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 siete días del mes de enero del dos mil veintidós, firma la autora.

Firma

Autora: Karen Lizbeth Abrigo Ochoa

Cédula: 1106049917

Dirección: Ciudad Victoria

Correo electrónico: karen.abrigo@unl.edu.ec

Teléfono: 0968518553

DATOS COMPLEMENTARIOS

Directora de tesis: Ing. María Luisa Díaz Mg. Sc.

Tribunal de grado:

Ing. Jhohana Mercedes Larrea Silva Mg. Sc.

Presidente del Tribunal

Ing. Yesenia Alexandra Briceño Luzuriaga Mg. Sc.

Miembro del tribunal

Ing. Agustín Nicolás Arias Riofrío Mg. Sc

Miembro del tribunal

DEDICATORIA

Dedico el presente trabajo de investigación fruto de mi esfuerzo y dedicación, de 5 años de estudio, primeramente al dueño de mis luces, DIOS, el faro que ilumina mi vida, quién está escribiendo una maravillosa historia con el proyecto de vida que lleva mi nombre.

De una manera muy especial a mi MAMITA Ludi Ochoa, mujer única e irremplazable, la mejor mamá del mundo, quien me inspira, apoya y motiva siempre a seguir adelante, mi modelo a seguir, por quien soy todo lo que soy y para ella será todo lo que tenga, quien es mi guía, mi timón, la persona que más amor y cariño me ha dado en el mundo y ha estado conmigo desde y para siempre, de quien orgullosamente puedo decir que es mi mamá.

A mi HERMANITO Pablo Abrigo Ochoa, quien de igual manera ha sido un gran apoyo incondicional durante toda mi vida, mi dupla perfecta, que ha sabido estar siempre para mí, mi más valiosa compañía, el privilegio de contar con él como un verdadero mejor amigo, que con su manera de ser alegra mi vida. A mi mascota mi amigo fiel, ODDY, mi ángel de 4 patitas, quien sin decir una palabra me demuestra todo su cariño. Los 4 siempre formando un solo corazón.

A toda mi FAMILIA y verdaderos AMIGOS, que son sinónimo de que el amor de Dios se ve reflejado en la existencia y presencia de cada uno de ustedes, gracias por sus palabras de apoyo y motivación, sus muestras de cariño engrandecen mi corazón.

Finalmente puedo decir que los sueños sí se hacen realidad, que deseo seguir compartiendo mi luz y alegría a todo aquel que lo necesite, porque estamos aquí por una razón, la de ser felices...

Con cariño, Karen Lizbeth Abrigo Ochoa.

AGRADECIMIENTO

Mi más sincero agradecimiento a la Universidad Nacional de Loja y a mi querida carrera de Administración Turística de la Facultad Jurídica, Social y Administrativa, por abrirme sus puertas y darme la oportunidad de formarme de manera ética y académicamente.

Mi gratitud eterna a mi Directora de tesis Ing. María Luisa Díaz López por tener ese don de enseñanza e impartir sus conocimientos en el transcurso de la investigación, siendo un gran referente de que realizar siempre un buen trabajo, trae grandes frutos y satisfacción. Deseándole de todo corazón que siga siendo esa gran persona y profesional que es, que siga obteniendo muchos éxitos en el transcurso de su vida.

A todos los docentes que a lo largo de mi carrera han sabido dejar su huella imborrable y sus grandes enseñanzas, no solo para el ámbito profesional sino el más valioso aprendizaje que es para la vida, sin duda gracias a Dios por poner en mi camino a grandes personas que han sabido darme valiosos conocimientos que de ahora en adelante saldré al gran mar laboral a ponerlos en práctica. Así mismo mi rotundo agradecimiento a las autoridades del GAD del cantón Chaguarpamba, quienes siempre tuvieron la mejor predisposición para colaborar durante toda la investigación.

Mi agradecimiento infinito a mi bonita Familia, personas valiosas e importantes que son mi pilar fundamental para que YO pueda seguir adelante y llegar a culminar esta meta de muchas que con tanto añoro un día soñé. Para todos ustedes mi gratitud e inmenso amor, no olviden estaré para ustedes siempre, mi luz jamás les faltará.

Con cariño, Karen Lizbeth Abrigo Ochoa

1. TÍTULO

**PROPUESTA METODOLÓGICA PARA IDENTIFICACIÓN DE
ATRATIVOS TURÍSTICOS EN EL CANTÓN CHAGUARPAMBA,
PROVINCIA DE LOJA, UTILIZANDO GEO INFORMACIÓN.**

2. RESUMEN

La presente investigación se realizó en el cantón Chaguarpamba ubicado en la provincia de Loja, se planteó 3 objetivos para el cumplimiento de cada uno de ellos se estableció procesos metodológicos desde la selección de variables, la descarga correcta de sus Shapefile en los datos de base de acceso libre y su debida aplicación en el software ArcGIS, la realización de mapas temáticos para su respectivo análisis, finalmente la elaboración de una ficha modelo base con variables establecidas por análisis SIG y corroboración de campo, la ficha contiene variables, sub variables, criterios de valoración, ponderación y niveles de jerarquías definidos por sustentos bibliográfico. Para la aplicación de la propuesta metodológica elaborada se procedió a someter a los 31 atractivos del cantón Chaguarpamba por la ficha elaborada de la propuesta metodológica y por la ficha de la metodología vigente del MINTUR, con los resultados de sus ponderaciones se comparó a través de una matriz en donde se verificó el éxito de la investigación. El llenado de fichas y la comprobación de los resultados se efectuaron con éxito gracias a la visita de campo previamente realizada. A través de la técnica de la entrevista se diagnosticó el estado actual del cantón Chaguarpamba en cuanto a su promoción y difusión, para posterior a ello realizar el planteamiento de la estrategia que fortalezca el turismo en el cantón.

Los resultados parten desde la elaboración de una nueva ficha de levantamiento y jerarquización de atractivos turísticos con 9 variables establecidas, 4 de ellas por análisis de sistemas de información geográfica y las 5 restantes complementarias por comprobación de campo con un total general de 41,70 puntos que se refiere a un atractivo que está completamente equipado, con accesibilidad e infraestructura; para definir el nivel de jerarquías se valió de este total dividiéndolo para el número de jerarquías, donde arrojó como rango menor de $8.34 - 0$, estableciendo los niveles desde Jerarquía IV a Recurso.

Para comprobar el éxito de la investigación se aplicó ambas propuestas a los 31 atractivos turísticos del cantón Chaguarpamba, en el caso de aplicar la metodología del MINTUR todos los atractivos tienen una jerarquía II en cambio al aplicar la propuesta metodológica elaborada, 20 de ellos llegan a Jerarquía I y los 10 restantes en Recurso, 1 de ellos no fue valorado debido a sus condiciones actuales (cierre temporal del establecimiento). Al realizar la visita de campo se comprobó que los resultados de la propuesta metodológica son más sujetos a la realidad que los del MINTUR, siendo resultados positivos para la investigación.

Finalmente para la promoción y difusión de los atractivos turísticos en base a la entrevista realizada, se elaboró mapas turísticos por cada una de las parroquias y de manera general de todo el cantón Chaguarpamba para el fortalecimiento del turismo en medios físicos y digitales en este cantón.

Palabras Claves: atractivo turístico, propuesta metodológica, SIG y turismo, variables turísticas, cantón Chaguarpamba.

ABSTRACT

The present research was carried out in the Chaguarpamba canton located in the province of Loja, 3 objectives were proposed for the fulfillment of each of them, methodological processes were established from the selection of variables, the correct download of their Shapefile in the free access database data and their due application in the ArcGIS software, the realization of thematic maps for their respective analysis, finally the elaboration of a base model sheet with variables established by GIS analysis and field corroboration, the file contains variables, sub variables, evaluation criteria, weighting and levels of hierarchies defined by bibliographic supports. For the application of the methodological proposal elaborated, the 31 attractions of the Chaguarpamba canton were submitted by the elaborated file of the methodological proposal and by the file of the current methodology of the MINTUR, with the results of their weightings was compared through a matrix where the success of the research was verified. The filling of the sheets and the verification of the results were carried out successfully thanks to the field visit previously carried out. Through the interview technique, the current state of the Chaguarpamba canton was diagnosed in terms of its promotion and dissemination, in order to later carry out the approach of the strategy that strengthens tourism in the canton.

The results start from the elaboration of a new survey and hierarchy of tourist attractions with 9 established variables, 4 of them by analysis of geographic information systems and the remaining 5 complementary by field verification with a general total of 41.70 points that refers to an attraction that is fully equipped, with accessibility and infrastructure; to define the level of hierarchies he used this total by dividing it for the number of hierarchies, where he threw as a rank less than $8.34 - 0$, establishing the levels from Hierarchy IV to Resource.

To verify the success of the research, both proposals were applied to the 31 tourist attractions of the Chaguarpamba canton, in the case of applying the MINTUR methodology all the attractions have a hierarchy II instead when applying the methodological proposal elaborated, 20 of them reach Hierarchy I and the remaining 10 in Resource, 1 of them was not valued due to their current conditions (temporary closure of the establishment). When the field visit was carried out, it was found that the results of the methodological proposal are more subject to reality than those of MINTUR, being positive results for the research.

Finally, for the promotion and dissemination of tourist attractions based on the interview conducted, tourist maps were prepared for each of the parishes and in general of the entire Chaguarpamba canton for the strengthening of tourism in physical and digital media in this canton.

Keywords: tourist attraction, methodological proposal, GIS and tourism, tourist variables, Chaguarpamba canton.

3. INTRODUCCIÓN

Se considera como atractivo turístico según Boullón (1985 : 44) a lo que constituye la “materia prima” que permite que la planta turística (equipamiento e instalaciones) opere. En base a esto, para levantar y jerarquizar un atractivo turístico existen muchas metodologías en cada país, en el caso de MINCIT (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de la República de Colombia) posee un documento denominado “Metodología para la elaboración del inventario de atractivos Turísticos” que pretende realizar la evaluación objetiva (cualitativa y cuantitativa) de los atractivos y recursos, mediante el reconocimiento del lugar y el respectivo llenado de fichas modelo que permitirá al profesional rescatar la información necesaria para el asentamiento posterior del atractivo turístico. (Mincit, 2010). El MINCETUR (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo de Perú) realiza el inventario y levantamiento de sus atractivos a través del “Manual para la Planificación de Productos Turísticos” herramienta que aborda un proceso metodológico que incluye el Análisis del destino turístico, la Conceptualización y el Diseño del producto turístico, para terminar con el Plan de acción para el desarrollo del producto turístico. (Mincetur, 2014). En Ecuador los atractivos turísticos se identifican a través de la metodología vigente del MINTUR (Ministerio de Turismo de Ecuador) plasmada en el documento “Guía Metodológica para la Jerarquización de Atractivos y Generación de Espacios Turísticos del Ecuador”, la misma que establece lineamientos técnicos para la identificación, clasificación y valoración de los atractivos, donde se procede a llenar fichas base de reconocimiento y asentamiento del lugar, realizando la investigación basándose en consulta a la población, quienes en primera instancia son conocedores del sitio, y de manera general visitando el atractivo turístico ya sea natural o cultural (Mintur, 2018).

Mediante el sustento bibliográfico se evidenció que en el Ecuador no existe una metodología alterna a la propuesta por el Ministerio de Turismo que permita la identificación y levantamiento de los atractivos turísticos, la metodología vigente es demasiado subjetiva y al no poseer herramientas técnicas, ocasiona que la

ponderación y la jerarquía varíen y se alejen de la realidad, esto debido al punto de vista del profesional que levante cierto atractivo; ante esto se plantea diseñar una propuesta metodológica para identificación de atractivos turísticos, en el cantón Chaguarpamba de la provincia de Loja, en donde se tome herramientas técnicas y de comprobación de campo, con una ponderación más real y verificada, dando como resultado jerarquías sujetas a una realidad más evidente y corroborada.

Para ello se realizó una ficha de levantamiento y jerarquización de atractivos turísticos tomando variables por análisis de geoinformación (sistemas de información geográfica) y por comprobación de campo, con ponderaciones y niveles de jerarquías establecidos, misma que permite calificar de manera objetiva, con resultados justificados; bajando el grado de subjetividad que posee la ficha actual del Ministerio de Turismo, tomando en cuenta que en ambas fichas se mide las mismas variables y los mismos niveles de jerarquías, pero con ponderaciones distintas. Es importante señalar que los resultados arrojados por la investigación pueden contribuir de manera positiva al Ministerio de Turismo poniendo a su consideración su futura aplicación y la colaboración de la academia con resultados óptimos de temas de investigación que aporten en esta entidad pública.

Los objetivos planteados para la siguiente investigación fueron: Elaborar una propuesta metodológica para la identificación de los atractivos turísticos como estrategia para optimizar el levantamiento de información, para el cantón Chaguarpamba de la provincia de Loja; Aplicar la propuesta metodológica elaborada para la identificación de los atractivos turísticos como estrategia para optimizar el levantamiento de información, para el cantón Chaguarpamba de la provincia de Loja; Realizar estrategias de promoción y difusión de los atractivos levantados mediante la metodología planteada, para el cantón Chaguarpamba de la provincia de Loja.

4. REVISIÓN DE LITERATURA

4.1.Marco Conceptual

4.1.1. Metodologías para Identificar Atractivos Turísticos

4.1.1.1.Metodologías de otros Países Americanos.

Metodología para Levantar Atractivos Turísticos en la República de Colombia MINCIT. El Proceso que realiza el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de la República de Colombia (MINCIT) para identificar sus atractivos turísticos es el siguiente:

- Revisión de fuentes secundarias: es muy importante revisar inventarios anteriores, planes de desarrollo turísticos, planes de desarrollo recientes, planes de ordenamiento territorial, investigaciones reconocidas.
- Conformación del equipo de trabajo (Grupo Técnico): integrado interdisciplinariamente por personas con conocimientos en temas turísticos, naturales y culturales; se constituye en el soporte de todo el proceso pues es el encargado de la búsqueda, organización y análisis de la información.
- Familiarizarse con la guía y los formatos: en un taller dirigido y coordinado por un Grupo Especializado del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo – Viceministerio de Turismo o por un grupo debidamente capacitado, se brindará una explicación específica de la guía para la elaboración del inventario: estructura, contenidos, criterios de valoración, forma de diligenciamiento de los formularios y la forma de entrega del informe final. En el taller debe estar presente el Grupo Técnico.
- Definición de las prioridades: sitios para visitar, materiales que se van a utilizar, equipos necesarios, recorridos.
- Trabajo de campo: Debe programarse de manera adecuada la visita a cada uno de los atractivos de tal manera que la recopilación de la información se haga de manera eficiente y se realice la calificación in situ. Los formularios de captura de información deben diligenciarse para cada atractivo. Todos los integrantes del

equipo deben hacer la valoración y luego se hace una ronda para promediar el puntaje final.

- Informe final: el grupo técnico prepara un informe con los resultados del proceso siguiendo los parámetros y requerimientos dados en el taller de socialización de la metodología. La descripción de los atractivos y de las actividades sugeridas debe ser concisa y referirse sólo a aquellos aspectos sustanciales que pueden contribuir a un adecuado uso del atractivo para el diseño de productos turísticos. Tanto en los formularios especiales (para cada atractivo) como en los generales (de resumen) deben aparecer claramente los códigos tomados de este instructivo, recordando que no pueden tener más de cinco dígitos ya sea que se trate de patrimonio cultural o de patrimonio ambiental (sitios naturales) (Mincit, 2010, pág. 25).

Metodología para Levantar Atractivos Turísticos en la República del Perú.

El MINCETUR (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo de Perú) se basa en su manual para la planificación de productos turísticos, para su levantamiento realiza a través de las siguientes etapas: Planificación; Implementación; Comercialización y marketing, mismas constan en el Manual de Planificación.

- Análisis del destino turístico: el análisis del destino turístico permite identificar, caracterizar y comprender la situación actual de la zona de intervención específica en relación con el destino, en base a un trabajo de gabinete y de campo, de manera técnica y objetiva. La identificación de productos turísticos depende de las condiciones y oportunidades que existen en relación a la oferta y demanda turística. Se puede determinar a través de los siguientes pasos: Delimitación del destino turístico; Análisis del mercado turístico y las inversiones; Análisis del contexto social, político y económico; Análisis FODA.
- Conceptualización del producto turístico: se tiene claro en general el destino turístico y todas las potencialidades que existen para desarrollar productos, luego de eso se propone ideas de posibles productos turísticos y se evalúa cada

una de las opciones. Al conceptualizar un producto turístico implica el planteamiento de la temática principal del producto, así como las características y elementos básicos que debe tener para diferenciarlo de la oferta actual. Se realiza mediante los siguientes pasos: Identificación de productos turísticos potenciales y evaluación de productos turísticos propuestos.

- **Diseño del producto turístico:** se detalla y sistematiza la información previamente trabajada, se busca reconocer las acciones concretas que se necesita llevar a cabo para desarrollar integralmente el producto turístico elegido. El enfoque que se prioriza es el del sector privado involucrado en la actividad turística, sus pasos: Descripción detallada del producto turístico; Definición y mapeo de los elementos que conforman el producto turístico; Evaluación de las condiciones actuales del producto turístico; Validación de la propuesta inicial de producto con intermediarios y consumidores; Determinación de las necesidades de intervención pública y privada; Gráfico del producto turístico.
- **Plan de acción para el desarrollo del producto turístico:** es un documento detallado, en el que se identifican acciones concretas a desarrollar, tiempos que tomará cada una de ellas, responsables que las llevarán a cabo y cronograma de implementación. El objetivo es contar con un instrumento que permita hacer un seguimiento durante la etapa de implementación. Sus pasos: Conformación del comité local para la gestión y desarrollo del producto turístico; Validación del producto turístico definitivo con gestores y público objetivo. Consolidación y validación del plan de trabajo (Mincetur, 2014, pág. 14).

4.1.1.2. Metodología para Identificar Atractivos Turísticos en Ecuador.

Manual 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. El inventario de atractivos nacionales almacenado en una base de datos plana (fichas de inventario) 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.

Procedimiento: Previa la iniciación del proceso de ejecución del inventario es importante revisar la información de atractivos turísticos existentes, con el fin de establecer el ámbito territorial en el que se aplicará el levantamiento de información. El procedimiento se desarrolla en dos etapas: Etapa I: Elaboración del inventario de atractivos turísticos esta etapa comprende tres fases: Fase I: Levantamiento y registro de los atractivos turísticos en el sistema dispuesto por la autoridad nacional de turismo; Fase II: Ponderación y jerarquización; Fase III: Sistematización geográfica de las fichas; y la Etapa II: Generación de espacios turísticos esta etapa comprende dos fases Fase I: Identificación de atractivos; Fase II: Tipificación de espacios turísticos.

Guía para el Levantamiento de Atractivos Turísticos del Ecuador. La “Metodología para Jerarquización de Atractivos y Generación de Espacios Turísticos en Ecuador”, establece los lineamientos técnicos para la identificación, clasificación y valoración de los atractivos que presenten las mejores condiciones para el desarrollo de productos turísticos. Mientras que, para definir espacios turísticos se consideran criterios de asociatividad, tamaño de la superficie y distribución de elementos complementarios. El manual se divide en dos partes y tres anexos: Primera parte: Guía Metodológica para Jerarquización de Atractivos y Generación de Espacios Turísticos; Segunda parte: Guía para el Levantamiento de Atractivos Turísticos. Y los anexos: Anexo 1. Tipologías de Espacios Turístico; Anexo 2. Glosario de términos; Anexo 3. Georreferenciación de atractivos en Google Earth.

Previo a dar inicio a la realización del trabajo en territorio, se deberán considerar las siguientes indicaciones:

A. Indicaciones Generales: la identificación de cada ficha será única e irrepetible; por tal razón, se ha generado un campo denominado “Código del Atractivo”. La codificación será digitada manualmente siguiendo el orden del levantamiento. Será

necesario, seguir la secuencia de las secciones y completar cada una de ellas. Los datos ingresados se colocarán tipo oración (primera letra con mayúscula las siguientes con minúsculas, a menos que sea sustantivo propio). En caso de no existir información, se colocarán las letras S/I (Sin Información) o en el caso de no corresponder los campos solicitados las letras N/A (No Aplica). Para registrar datos relevantes encontrados durante el levantamiento de la información utilice el campo designado como “Observaciones”. Muchos campos contienen registros pre-codificados; es decir, se disponen de alternativas de selecciones preestablecidas y específicas.

B. Código del atractivo: el código, está compuesto por 17 dígitos (caracteres alfanuméricos), únicos e irrepetibles, mismo que aparecerá al inicio de la ficha para su identificación. El código está definido por: División Política Administrativa (DPA) obtenida del Clasificador Geográfico 2015 del Instituto Nacional de Estadística y Censos - INEC, (códigos provincial, cantonal y parroquial). Clasificación de atractivos turísticos (categoría, tipo y subtipo), de la Guía Metodológica para la Jerarquización de Atractivos y Generación de Espacios Turísticos del Ecuador 2017). Jerarquía correspondiente a uno de los cinco niveles (recurso, I, II, III y IV) determinados después de un proceso que otorgará una valoración al atractivo en función de los criterios establecidos en la Guía Metodológica para la Jerarquización de Atractivos y Generación de Espacios Turísticos del Ecuador 2017. Los criterios o variables en mención son: Accesibilidad y Conectividad; Planta Turística y Complementarios; Estado de conservación e integración atractivo / entorno; Higiene y Seguridad Turística; Políticas y Regulaciones; Actividades que se practican en el atractivo; Difusión del atractivo. Registro de visitantes y afluencia; Recurso Humano.

Para la siguiente parte se menciona a los **datos generales** en esta sección se enfoca en la identificación y clasificación del atractivo turístico; se deberá colocar el nombre, categoría, tipo y subtipo al que corresponde el atractivo turístico (según la clasificación de atractivos turísticos anexa a la Guía Metodológica para la

Jerarquización y Generación de Espacios Turísticos del Ecuador). A continuación, se describe cada ítem a ser utilizado: Nombre del Atractivo Turístico; Categoría; Tipo; Subtipo.

En la **ubicación del atractivo turístico** se hace referencia a la localización y ubicación geográfica del atractivo turístico dentro del territorio nacional, determinando la provincia, cantón y parroquia de acuerdo a la división política administrativa del Instituto Nacional de Estadística y Censos – INEC: Provincia; Cantón; Parroquia; Barrio, Sector o Comuna; Calle Principal; Número; Transversal; Longitud (grados); Altura (msnm). Para las **coordenadas geográficas del atractivo turístico** se utiliza los sistemas de referencia más usados son: Cartesianas; Sistema de referencia WGS 84. En las **características del atractivo** se coloca el tipo de clima, temperatura promedio anual, precipitación, línea de producto, ingreso al atractivo, horario de atención, días de visita, meses recomendados de visita; además de identificar, datos relevantes que presente el atractivo.

En la variable **accesibilidad y conectividad al atractivo turístico** se identifica la accesibilidad y conectividad al atractivo tomando como referencia la ciudad o poblado cercano más importante, vías de acceso, servicio de transporte, señalización entre otros. Para el criterio **estado de conservación del atractivo e integración atractivo / entorno** (ambiente físico-biológico y sociocultural que rodea un atractivo), hace referencia al grado de integridad física en que se encuentran los mismos desde el punto de vista de su situación original o inicial o a partir de las posibles acciones del hombre o la naturaleza. En la sección **higiene y seguridad turística** hace referencia a los servicios básicos, sostenibilidad, señalética, seguridad, comunicación y amenazas que se hallan en torno al atractivo. Mientras que los puestos de emergencia de salud cercana al atractivo se podrán considerar los localizados en la ciudad o poblado más cercano.

En el criterio **políticas y regulaciones** menciona la identificación si el atractivo turístico se encuentra incluido dentro de los planes de desarrollo turístico locales. Además, se determinan las normas y ordenanzas existentes para la ejecución de las

actividades practicadas en el atractivo. Para las **actividades que se practican en el atractivo** se relaciona para el caso de los atractivos naturales con aquellas concernientes a turismo de aventura en la mayoría de casos; para los atractivos culturales las actividades consideradas están en función de características tangibles e intangibles: Atractivos naturales (M); Manifestaciones culturales (U). En la **promoción y comercialización del atractivo** se refiere a los medios que se utilizan para difundir, promocionar y comercializar el atractivo turístico. **El registro de visitantes y afluencia (m)**, reúne la información y estadísticas de visitantes, temporalidad de visita y procedencia del visitante. De existir datos estadísticos no se llenará el espacio correspondiente a “informante clave”. Caso contrario se deberá registrar los datos dados por el informante clave.

En la variable **recurso humano** se considera al talento humano profesionalizado y capacitado con el que cuenta el atractivo para su manejo adecuado. Se registrará: número de personas responsables de la administración y operación del atractivo, número de personas especializadas en turismo, número de personas con nivel de instrucción ya sea primaria, secundaria, tercer nivel, cuarto nivel u otro, número de personas capacitadas y número de personas que manejen algún tipo de idioma. En la sección **descripción del atractivo** se sintetiza la información relacionada con el atractivo con un máximo de 500 caracteres. El formato debe considerar la siguiente secuencia: Ubicación geográfica; Características predominantes del atractivo; Facilidades turísticas existentes; Principales actividades que se realizan. Y finalmente en **anexos** se coloca un archivo fotográfico (2 fotografías en alta definición); la imagen de la ubicación gráfica del atractivo en el territorio y la georreferenciación de atractivos turísticos en Google Earth (Mintur, 2018, págs. 6-138).

4.1.2. Geomorfología y Turismo.

4.1.2.1. Concepto de geomorfología. La geomorfología es la rama de la geología y de la geografía que estudia las formas de la superficie terrestre y los procesos que las generan, el término geomorfología proviene del griego: γῆ, ge, es decir, geos (Tierra), μορφή o morfeé (forma) y λόγος, logos (estudio, conocimiento);

también, está muy relacionada tanto con la geografía física como con la geografía humana (en lo que se refiere a los riesgos naturales y la relación del hombre con el medio). La Geomorfología es el estudio de todos los procesos de erosión y sedimentación, por efecto de los diferentes agentes meteorológicos, tectónicos, volcánicos, antrópicos, etc. que han actuado y actúan sobre el relieve terrestre, en los últimos dos millones de años, es decir, desde el inicio del Cuaternario, y que afecta hasta los fondos oceánicos (Geomorfología dinámica).

También, estudia la estructura terrestre y su origen (Geomorfología estructural). Su estudio permite a la humanidad planificar y ordenar el medio donde habita, respetando el medio ambiente (Bergoeing, J. P, 1998). Además, se menciona que la Geomorfología es el estudio científico de las formas de la superficie terrestre; por elipso, los geógrafos emplean frecuentemente la palabra morfología, y llaman morfólogo al especialista de esta ciencia; se distingue, habitualmente, una geomorfología estructural que estudia el relieve, y una estructura climática que se interesa por el modelado (George, P. , 1974).

4.1.2.2. Relación de la geomorfología con el turismo. El relieve es uno de los elementos principales en la configuración de los espacios naturales protegidos, ya que dirige la distribución del resto de los factores ambientales y territoriales: clima, vegetación y usos de suelo; de hecho, el marco geomorfológico proporciona la base de su organización territorial y en muchos casos en él se sustenta gran parte del atractivo de dichos espacios e incluso los argumentos que justificaron su declaración. El patrimonio geomorfológico constituye parte del patrimonio natural con una fuerte adscripción territorial y paisajística.

Los lugares de interés geomorfológico se rigen en muchos SIG (Sistemas de Información Geográfica) como sus principales factores de atracción, lo que les convierte en auténticos recursos de utilidad turística, educativa y ambiental, que permite obtener un máximo rendimiento social a su valoración. La potencialidad de estos recursos no se circunscribe exclusivamente al ámbito turístico, sino también al científico, didáctico y paisajístico, en tanto que deben ser analizados desde el compromiso con la conservación y el uso pedagógico y social. Por ello, es necesario

incorporar al planeamiento territorial figuras como los SIGs, herramientas útiles para diagnosticar y valorar los aspectos geomorfológicos, no solo para dar a conocer, evaluar y potenciar su uso, sino también para definir criterios de protección especial cuando sea necesario, teniendo en cuenta el uso turístico, pedagógico o ambiental y asegurando la sostenibilidad del recurso. Los geomorfositos constituyen útiles y adecuados instrumentos de gestión territorial en los espacios naturales protegidos que van siendo incorporados paulatinamente como recursos a escalas regionales, locales o de los espacios protegidos. Su estudio es complejo puesto que al análisis objetivo de los rasgos geomorfológicos hay que añadirle una valoración de carácter más subjetivo que integre los valores culturales, paisajísticos, pedagógicos y turísticos. En su análisis se incluye, por tanto, el estudio de elementos objetivos, reales, en definitiva, formas de relieve, y una valoración de carácter más subjetiva que depende de las complejas relaciones que se establecen entre la sociedad y el medio (González, Serrano & González., 2014).

4.1.2.1. Geoformas.

Barranco. Curso de orden menor, situado habitualmente en cabeceras fluviales, con fuertes pendientes transversales al eje de drenaje. Representa una forma de incisión fluvial, por lo que no contienen sedimentos cubriendo de forma generalizada su lecho y márgenes. Son siempre cursos de orden menor, que desembocan en valles de mayor importancia (valles fluviales, en V, coluvio-aluviales, etc.)

Coluvio Aluvial Reciente. Depósito superficial, cuyos materiales proceden tanto de las laderas que atraviesan como del transporte ligado a una dinámica fluvial restringida. Habitualmente, rellenan vaguadas y los márgenes de pequeños drenajes, aunque también pueden situarse, con límites difusos, en zonas de transición de laderas y sus depósitos de piedemonte con otras geoformas ligadas a drenajes mayores.

Coluvión Antiguo. Está compuesto por materiales detríticos, transportados desde las partes altas de los relieves y vertientes por acción de la gravedad y depositados en las partes intermedias o al pie de las mismas.

Interfluvio de cimas estrechas. Geoforma de desarrollo lineal y estrecho, a ambos lados de una divisoria de aguas, que ocupa posiciones cimeras. Está caracterizado por la presencia de crestas o aristas agudas en su interior.

Relieve Colinado Medio; Relieve Colinado Alto; Relieve Montañoso. Son geoformas que se utilizarán preferentemente para áreas en que se repiten los patrones de relieve que las definen y que, por tanto, ocupan cierta extensión. Algunos autores las consideran geoformas banales (Zinck, 2012; CNRS, 1972), ya que no presentan rasgos fisiográficos destacables. No están ligadas a ningún sustrato litológico concreto, pero son más frecuentes en rocas sedimentarias blandas, en rocas ígneas y en metamórficas sin esquistosidad marcada. El Relieve Colinado Medio mide aproximadamente de 100 -200 metros; Relieve Colinado Alto mide aproximadamente de 25 a 100 metros de altura y Relieve Montañoso >300 metros.

Restos de Superficie Estructural. Son partes aisladas de una superficie estructural (superficie de mesa, superficie de cuesta, superficie de chevron, etc.) o en la que difícilmente se reconoce el condicionante estructural en su morfología.

Terraza baja y cauce actual. Franja que bordea e incluye al canal o canales fluviales, sometida a continuos cambios, con alto contenido en bloques y cantos. Se denominan también lechos móviles y forman parte de las llanuras de inundación, pudiendo llegar a ocuparlas en su totalidad. Son zonas no aptas para el aprovechamiento agrícola. Nota: También se incluyen bajo este término a canales fluviales de considerable anchura, no limitadas por geoformas que reflejan la existencia de la dinámica fluvial en que se inserta.

Valle en V. Valle fluvial con perfil transversal en forma de V, en que predomina la incisión vertical.

Valle Fluvial. Franja de terreno asociada directamente a la dinámica fluvial y constituida por depósitos aluviales. El terreno que incluye está sometido, parcial o totalmente, a inundaciones con diferentes periodos de retorno.

Vertiente abrupta con fuerte Disección. Ladera de pendiente habitualmente superior al 70%, en la que se aprecia una marcada disección en la totalidad o en gran parte de la Geoforma.

Vertiente Heterogénea con fuerte Disección. Ladera de perfil mixto (cóncavo-convexo, rectilíneo-cóncavo, etc.) o irregular, en la que se aprecia una marcada disección en la totalidad o en gran parte de la Geoforma.

Vertiente Rectilínea. Ladera de perfil longitudinal predominantemente rectilíneo, con escasa o nula disección (SIGTIERRAS, 2015, págs. 14 - 106).

4.1.3. Cobertura Vegetal y Turismo.

La vegetación es la expresión evolutiva del agregado de especies vegetales en un lugar y en un tiempo determinado. Como tal es un elemento indicador del estado o condición que guardan los ecosistemas. Su expresión espacio-temporal es la cobertura vegetal. La cobertura vegetal (los atributos biofísicos de la superficie terrestre) y los usos del suelo (los distintos propósitos humanos con los que se aprovechan estos atributos) determinan el funcionamiento de los ecosistemas terrestres: afectan directamente a su biodiversidad, contribuyen a los cambios climáticos locales, regionales y globales y son las fuentes primarias de la degradación de los suelos.

En cuanto al desarrollo turístico de un territorio son necesarios los prerequisites del crecimiento. Los sitios deben contar con atributos como: clima, territorio, paisaje, flora y fauna, herencia socio- cultural, sitios de interés histórico, zonas arqueológicas, artesanías, arte, festivales, entre otros. Es un fenómeno típicamente demandante de los recursos finitos de la tierra, que exige mejoras en infraestructura como alojamiento, transportación y servicios públicos. Las imágenes de satélites, sistemas de información geográfica, y demás son consideradas como una fuente de información de la superficie terrestre, se han convertido en una herramienta importante para el reconocimiento de la cobertura vegetal.

Los cambios de uso de la cobertura del suelo, en particular la deforestación, están relacionados con la pérdida de biodiversidad, el cambio climático, la erosión de los

suelos, entre otros. Esto es particularmente importante en áreas rurales, donde existen numerosas presiones sobre uso del suelo: la agricultura, la silvicultura, la conservación y la recreación. Su importancia radica en que, a escala global, regional y local, los cambios en el uso del suelo están transformando la cobertura a un paso acelerado. Es importante rescatar que los diferentes tipos de cobertura vegetal constituye todo tipo de vegetación que se encuentra en un determinado sector, de conformidad a la fisonomía y asociaciones de especies se denominan: Bosque natural (Bn), matorral (Ma), páramo (pa), vegetación de laderas degradadas o luzara, plantaciones forestales (Bo), zona agropecuaria (Za), zona agrícola (C), zona de pastizales (P), pasto natural y matorral (Pn + ma). Mediante su solo observación se puede determinar que cierto sector basándose en su composición vegetal puede constituir un atractivo turístico natural de un determinado territorio como ha ocurrido ya en muchos casos (Anthonio Márquez G., 2008).

4.1.4. Atractivos Turísticos.

4.1.4.1. Definición. Para citar el concepto de atractivos turísticos en base al criterio de varios autores, uno de ellos, el diccionario de Turismo, Hotelería y Transporte Wallingre, N. y Toyos, M, (2010) considera al atractivo turístico como un objeto o acontecimiento capaz de motivar a un turista a abandonar su domicilio habitual para trasladarse a conocerlo. Boullón (1985), menciona que los atractivos turísticos conforman la —materia prima— que permite que la planta turística (equipamiento e instalaciones) opere.

Rivera (2009) manifiesta que los atractivos turísticos se definen como el conjunto de elementos materiales y/o inmateriales que son susceptibles de ser transformados en un producto turístico que tenga capacidad para incidir sobre el proceso de decisión del turista, provocando su visita a través de flujos de desplazamientos desde su lugar de residencia habitual hacia un determinado territorio, este último se transforma de esta manera en un destino turístico. Acerenza (1984 : 211-213) considera que los atractivos turísticos son el componente más importante del producto turístico “por cuanto son los que determinan la selección, por parte del turista, del punto del destino

de su viaje, y son los que generan, por tanto, una corriente turística hacia su localización”, además aporta que constituyen el principal motivo para que el turista lo visite (al destino) y son capaces de satisfacer las motivaciones primarias de viaje del turista.

4.1.4.2. Clasificación. Existen varias clasificaciones de distintos autores entre ellos Boullón (1985: 45-46), basado en OEA-CICATUR que los agrupa de tal manera:

Tabla 1. Clasificación según Boullón

Tipo	Subtipo
Sitios naturales	Montañas
	Planicies
	Costas
	Lagos, lagunas y esteros
	Ríos y arroyos
	Caídas de agua
	Grutas y cavernas
	Lugares de observación de flora y fauna
	Lugares de caza y pesca
	Caminos pintorescos
	Termas
Parques nacionales y reservas de flora y fauna	
Museos y manifestaciones culturales históricas	Museos
	Obras de arte y técnica
	Lugares históricos
	Ruinas y sitios arqueológicos
Folklore	Manifestaciones religiosas y creencias populares
	Ferías y mercados
	Música y danzas
	Artesanías y artes populares
	Comidas y bebidas típicas
	Grupos étnicos
Arquitectura popular y espontánea	
Realizaciones técnicas, científicas o artísticas contemporáneas	Explotaciones mineras
	Explotaciones agropecuarias
	Explotaciones industriales
	Obras de arte y técnica
Acontecimientos programados	Artísticos
	Deportivos
	Ferías y exposiciones

Concursos
Fiestas religiosas y profanas
Carnavales

Fuente: Boullón (1985: 45-46).
Elaboración: La Autora.

Gurría di Bella (1991: 48-51) basado en García Silberman (1970) los agrupa de la siguiente manera:

Tabla 2. Clasificación según Gurría di Bella

Tipo	Subtipo	
Atractivos geomorfológicos	Litoral	Rocas e islas
		Playas
	Corrientes de agua	Acantilados
		Desembocaduras de ríos
Vulcanismo	Superficiales (cañones y cascadas)	
	Subterráneas (manantiales, grutas y cenotes)	
Relieves	Cráteres	Cráteres
		Aguas termales y minerales
	Géisers	Géisers
		Montañas
Agrupaciones vegetales	Barrancas y cañones	Barrancas y cañones
		Planicies
	Selvas	Dunas
		Selvas
Históricos	Agrupaciones animales	Bosques
		Fauna silvestre
	Zonas de caza	Zonas de caza
		Selvas
Contemporáneos (no comerciales)	Zonas arqueológicas	Zonas arqueológicas
		Arquitectura antigua
	Lugares históricos	Lugares históricos
		Poblados típicos
Atractivos culturales	Fiestas tradicionales	Folklore
		Fiestas tradicionales
	Centro de convenciones	Centro de convenciones
		Institutos de enseñanza
Zoológicos	Bibliotecas	Bibliotecas
		Museos y pinturas murales
	Obras monumentales	Obras monumentales
		Invernaderos
Zoológicos	Zoológicos	Zoológicos
		Zoológicos

Contemporáneos (comerciales)	Parques de diversiones Balnearios Espectáculos culturales y deportivos Campos deportivos Exposiciones nacionales e internacionales Mercados de artesanías Comercios Centros de salud Ferias y carnavales Celebraciones religiosas
---------------------------------	--

Fuente: Gurría di Bella (1991: 48-51).

Elaboración: La Autora.

Y la Organización Mundial del Turismo (s.f.: 6-25) los clasifica como:

Tabla 3. Clasificación según OMT

Tipo	Subtipo		
Naturalia	Tierra: Relieve	Áreas litorales	Litoral
			Costa
			Interior
			Interior
			Sistema glaciar
			Sistema periglaciario
			Sistema húmedo
			Sistema árido
	Agua	Hidrografía	Mares y océanos
			Ríos y lagos
			Aguas termales
			Glaciares
	Otros	Clima	
		Fauna	
		Vegetación	
Humana	Herencia cultural	Histórico-artísticos	Restos prehistóricos
			Grandes culturas de la antigüedad
			Edad Media
			Culturas árabes
			Ciudades históricas
			Gastronomía
		Tradición y costumbres	Valores religiosos e ideológicos
			Fiestas populares

Fuente: Organización Mundial del Turismo (s.f.: 6-25).

Elaboración: La Autora.

4.1.4.3. Importancia. Los atractivos turísticos son considerados como la base del desarrollo turístico de una localidad, debido a que el turismo es esencial para el desarrollo de la misma, es importante invertir y darles una valoración gratificante para fortalecer el patrimonio, la identidad cultural, conservarlos y de igual forma motivar a los turistas para que realicen una visita.

El turismo es una de las actividades más trascendentales para la economía por su gran eficacia y amplitud de desarrollo. En la actualidad a los turistas les interesa vivir experiencias extraordinarias, conforme a sus actuales gustos, necesidades y prioridades, como visitar comunidades, relacionarse con la naturaleza, desarrollar actividades físicas, preservar su salud, efectuar actividades al aire libre, entre otras.

Es importante señalar que los atractivos turísticos constituyen un reflejo de la valoración diferenciada de recursos y lugares; poseen una naturaleza dispersa y fragmentada en el espacio, así como una gran variabilidad en su recurso de base y en las modalidades de gestión. Debido a que dichos atractivos reciben una demanda tanto de turistas como de residentes en su tiempo libre, se utiliza el término más inclusivo como atractivo para visitantes. Los mismo se muestran como los principales símbolos e imágenes de los destinos turísticos, y como tales, constituyen un reflejo de la valoración diferenciada de ciertos recursos y lugares, tanto por actores pertenecientes a la comunidad como por otros agentes relacionados al sistema productivo local; la mayoría de los atractivos turísticos posee algún tipo de núcleo que promete una experiencia turística para cualquier turista o visitante (Carvajal & Lemoine, 2018).

4.1.5. Promoción y difusión Turística.

Bigné (2003 : 243), manifiesta que la promoción y difusión son “(...) todos los instrumentos de la combinación del Marketing, cuya función principal es la comunicación persuasiva”. En la práctica, la promoción comprende a la publicidad, la promoción de venta y las relaciones públicas, cuando esta última está integrada al proceso de promoción (como sucede en el caso de la promoción turística).

4.1.5.1. Marketing Turístico. Philip Kotler (2011 : 11), define el marketing como: «Marketing es la ciencia y el arte de captar, mantener y hacer crecer el número de clientes rentables» fundamentando en que el marketing, más que cualquier otra función de la empresa, se ocupa de los clientes; la creación de valor y la satisfacción de los clientes son el corazón del marketing del sector turístico. Por su parte, Moutinho (1987 : 5-44) se refiere al marketing turístico como “el proceso a través del cual las organizaciones turísticas seleccionan su público objetivo y se comunican con él para averiguar e influir sus necesidades, deseos y motivaciones, a nivel local, nacional e internacional, con el objetivo de formular y adaptar sus productos turísticos, de este modo se alcanza simultáneamente la satisfacción del turista y las metas de las organizaciones”.

Según Antoni, S. (2003), el marketing turístico es una particularidad dentro del marketing de servicios. El turismo constituye uno de los servicios por excelencia que, además, engloba un conjunto más amplio de servicios. Las ventas de un producto turístico, como destino turístico, tendrá como resultado de la estrategia de marketing un incremento de la afluencia de turistas a la región solo si el conjunto de servicios que se integran en la definición de producto (clima, calidad de las playas, calidad de los hoteles, calidad de los restaurantes, actitud de la población residente hacia los extranjeros, etc.) son del agregado del consumidor. Ana M. Díaz (2007 : 45), señala que el marketing turístico se encarga de descubrir lo que los turistas quieren, desarrollar los servicios adecuados para ellos, suministrarle la información sobre la oferta existente y darles instrucciones de cómo puede adquirir el servicio.

4.1.5.2. Medios de Difusión Turística.

- **Publicidad Institucional.** Ruiz Ocampo (1999 : 104), menciona que la publicidad institucional es realizada por agrupaciones de empresas y otras entidades públicas o privadas que pretenden estimular la demanda genérica o demanda global para una clase de producto. Tiene como finalidad divulgar información, despertar interés y proyectar imagen, más que la venta de un producto.

- ***Publicidad a través medio de comunicación.*** Los medios publicitarios pueden distinguirse en los siguientes: periódicos, revistas, radio, cine, televisión e internet donde tienen presencia los medios digitales. Las marcas crean sus productos, o servicios, y uno de los pasos imprescindibles y obligatorios para dar a conocerlos, es promocionarlos a través de los medios publicitarios. La publicidad mediante medios televisivos según Reinares Lara, E., & Marina, R. E. (2003 : 189), los formatos más habituales son los spots publicitarios o anuncios, con una duración entre 10 y 30 segundos, y que se emite entre o durante los diferentes programas de televisión, se puede añadir que los patrocinios, son programas de la misma televisión o parte de estos que son patrocinados por un anunciante con el fin de atraer el interés del público sobre la publicidad que se realiza, durante la emisión del programa. Se puede añadir también la publicidad realizada mediante radio, desde el punto de vista de la autora Alicia Juarez (2020 : 02) la radio es un medio de difusión masivo, que tiene la particularidad de llegar de una manera mucho más personal, cuenta con mayor capacidad de alcance, sin importar las clases sociales, la historia de la publicidad en la radio, ha ido formándose a través de sus transmisiones diarias, pero con la aparición de la TV, comienza a cambiar en el aspecto técnico. La radio le facilita a los anunciantes la manera de llegar a miles de personas, está formada por una mezcla de efectos sonoros en los cuales se ha basado la publicidad radiofónica a lo largo de los años.

- ***Publicidad en redes sociales.*** La publicidad es una de las herramientas más importantes de la estrategia del marketing; particularmente, por la capacidad que tiene para influir sobre el comportamiento de los usuarios. Con el advenimiento de internet y las redes sociales, la publicidad se adapta a los ecosistemas electrónicos y empieza a jugar un papel importante. La creación de las redes sociales como Facebook, YouTube y Twitter y la transformación de los medios de comunicación, la vida cotidiana y las formas de comunicación han cambiado de manera notable, además ha incorporado nuevas plataformas y oportunidades de negocio para las empresas y las marcas (Victor Gañan F., 2018).

- **Ferias de Turismo.** De acuerdo con García (2011 : 122), son acontecimientos generalmente con periodicidad anual, organizados por asociaciones profesionales del sector turístico e instituciones públicas que tratan de reunir a los profesionales del sector bajo el mismo techo, con el fin de que estos intercambien información y den a conocer sus nuevos productos. Las ferias sobre el turismo son ferias especializadas que pueden ser, según el ámbito de influencias: locales o regionales, nacionales o internacionales.

4.2.Marco Referencial

Se ha identificado estudios a nivel nacional e internacional, que muestran a investigadores utilizado las variables de geo información para identificar atractivos turísticos que posee un determinado territorio y evidenciar sus resultados en artículos científicos que ayuden a futuras investigaciones y generaciones; es el caso de estudio de:

4.2.1. Geomorfología y Turismo en el Municipio de Pirenópolis (GO) (Brasil).

El municipio de Pirenópolis (GO) es rico en atractivos turísticos, se destaca por la exuberancia y singularidad de los paisajes naturales, los cuales están directamente relacionados con aspectos geomorfológicos. Cascadas, rápidos y miradores presentes en el municipio presentan su génesis asociada a la geomorfología. Con el fin de potenciar y conservar los elementos relacionados con el entorno físico, aspectos geomorfológicos y geológicos, surge el geoturismo, un segmento del ecoturismo que tiene como objetivo favorecer el desarrollo geoturístico a partir del análisis e interpretación de paisajes con carácter formativo para la práctica turística. En este contexto, el artículo tiene como objetivo demostrar la relación intrínseca entre geomorfología y turismo, a partir de paisajes geoturísticos, a partir del estudio de caso del municipio de Pirenópolis (GO). Se concluye que la práctica turística en Pirenópolis está intrínsecamente ligada al patrimonio natural, teniendo en la geomorfología la base de la constitución de los paisajes geoturísticos y que las relaciones entre relieve, recursos hídricos y vegetación configuran el objeto principal

del atractivo turístico. Una planificación turística adecuada debe considerar la información geoturística, ya que puede apoyar la definición de acciones, como la creación de itinerarios turísticos, esquemas de interpretación del patrimonio natural y proyectos de educación ambiental. La relación entre relieve, recursos hídricos y vegetación es el principal objeto de atracción turística. Por tanto, es necesario considerar que la exuberancia de los paisajes del municipio depende de la conservación de elementos relacionados con el medio físico, la sociedad (gobierno municipal, población y turistas), que aún muestra poca conciencia de su preservación, debe otorgar mayor valor e importancia a estos elementos; diferentes formas de patrimonio natural, el patrimonio geomorfológico y geológico constituye un gran propulsor para la geoconservación, a través de la idea de geoparques, que da pautas para el diseño de políticas públicas, pero que aún ha estado subordinado a otras formas patrimoniales (Gomes, Melo, Simon, Orsi, & Oliveira, 2011).

4.2.2. Los paisajes geomorfológicos de la región de Murcia como recurso turístico (España).

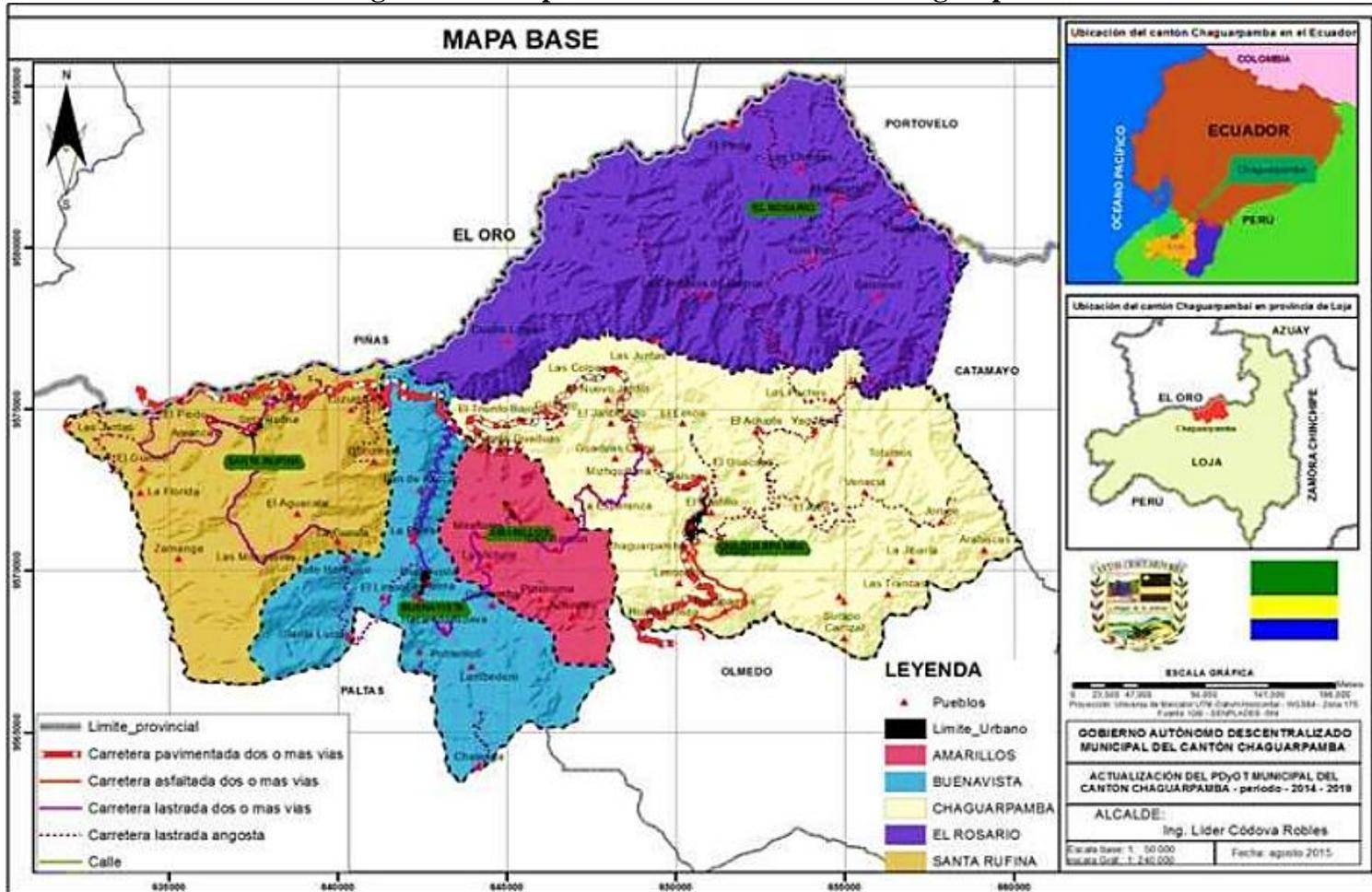
En este trabajo se analiza de una forma sucinta los distintos paisajes geomorfológicos de la región de Murcia. En ella alternan todo un conjunto de montañas, valles, depresiones y llanuras, consecuencia principalmente de la historia geológica y de sus características climáticas, por lo que es posible observar una gran variedad de paisajes en la escasa superficie regional. Los paisajes desde una perspectiva geomorfológica se han clasificado en paisajes: de montaña, de costas, fluviales, cárcavas y barrancos, kársticos, y de altiplanos y llanuras. Para cada uno de ellos, se indican cuáles son sus características más importantes, sus rasgos de identidad, su localización, y en ocasiones, sus mejores puntos de observación. En la región de Murcia, pese a sus pequeñas dimensiones, es posible observar un conjunto de paisajes diferentes. La complicada historia geológica que ha sufrido la región, una gran variedad de rocas, junto a las características climáticas pasadas y actuales, han dado como resultado un conjunto de formas de modelado que hacen que la región cuente con una gran variedad paisajística, de un enorme atractivo.

La costa murciana es de una diversidad geomorfológica y paisajística extraordinaria. En ella se encuentran playas arenosas, costas acantiladas, pequeñas calas, islas, albuferas, antiguas lagunas, cordones dunares fósiles y móviles, etc. Respecto al valor paisajístico de los medios fluviales está fuera de toda duda. Si a ello le añadimos las características geológicas de la región, los resultados geomorfológicos de algunos parajes son espectaculares. En definitiva, cada uno de los paisajes de Murcia tiene unas características propias, y un interés particular, que el observador, sin duda, sabrá disfrutar (Romero & Belmonte, 2002).

4.2.3. Localización del Área de estudio.

El proyecto de investigación se realizó en el cantón Chaguarpamba, mismo que se encuentra ubicado al nor-oeste de la provincia de Loja, región sur del Ecuador, zona de transición entre la costa y la sierra ecuatoriana, entre los flancos o ramales de la cordillera occidental de los Andes. Su cabecera cantonal Chaguarpamba. Tiene una extensión de 317,7 km² de superficie (31770 has), las mismas que significan el 2.76% de la superficie total de la provincia de Loja, circunscritos dentro de los siguientes límites: al norte con los cantones, Portovelo y Piñas, provincia de El Oro; al sur: con los cantones, Olmedo y Paltas, provincia de Loja; al este con el cantón Catamayo, provincia de Loja y al oeste con el cantón Paltas, provincia de Loja (PDOT, 2015).

Figura N° 1 Mapa de ubicación del cantón Chaguarpamba



Fuente: PDyOT (2015).

Elaboración: Equipo Técnico PDyOT 2015.

4.3.Marco Legal

El Ministerio de Turismo del Ecuador, órgano rector de la actividad turística en el país tiene entre sus atribuciones: “Elaborar el inventario de áreas o sitios de interés turístico y mantener actualizada la información, potestad que la ejercerá por sí mismo, desconcertadamente, en coordinación con las instituciones del régimen seccional autónomo a favor de las cuales se han transferido competencias en materias turísticas, y en cualquier caso, podrá contratar con la iniciativa privada en los términos establecidos en este reglamento.”

Así también, la Resolución No. 0001-CNC-2016 del Consejo Nacional de Competencias en la sección I, artículo 8, numeral 5 establece como atribución de la Autoridad Nacional de Turismo el “Administrar el inventario de atractivos turísticos nacionales, que incluye el inventario de atractivos turísticos de áreas naturales protegidas remitido por la Autoridad Nacional Ambiental”. Mientras que en la sección II, artículo 13, numeral 3 establece en el marco del desarrollo de actividades turísticas corresponde a los gobiernos autónomos descentralizados municipales y metropolitanos: “Elaborar y actualizar el inventario de atractivos turísticos de su circunscripción, de conformidad con la normativa expedida por la Autoridad Nacional de Turismo.” La “Guía Metodológica para la Jerarquización de Atractivos y Generación de Espacios Turísticos del Ecuador”, establece lineamientos técnicos para la identificación, clasificación y valoración de los atractivos con mejores condiciones para el desarrollo de productos turísticos; mientras que, para la definición de espacios turísticos se considera criterios de asociatividad, tamaño de la superficie y distribución de elementos complementarios (Mintur, 2018).

4.3.1. Tratados Internacionales.

4.3.1.1. Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) Territorio Ecuador. El 25 de septiembre de 2015, los líderes mundiales adoptaron un conjunto de objetivos globales para erradicar la pobreza, proteger el planeta y asegurar la prosperidad de todas las personas como parte de una nueva Agenda de Desarrollo Sostenible al 2030.

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) son 17, estos son de carácter global, orientados a la acción y universalmente aplicables, concisos y fáciles de comunicar. Los ODS tienen un enfoque integral al contemplar en su elaboración las dimensiones económica, social y ambiental y cultural como eje transversal del desarrollo. Se vincula el aporte del turismo en ciertos objetivos y metas. Es el caso del *Objetivo 8: Trabajo decente y crecimiento económico* y las Metas: 8.4: Mejorar progresivamente, para 2030, la producción y el consumo eficientes de los recursos mundiales y procurar desvincular el crecimiento económico de la degradación del medio ambiente, de conformidad con el marco decenal de programas sobre modalidades sostenibles de consumo y producción, empezando por los países desarrollados; Meta 8.9: Para 2030, elaborar y poner en práctica políticas encaminadas a promover un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales. Además se lo vincula al *Objetivo 11: Ciudades y comunidades sustentables* con la Meta 11.A: Apoyar los vínculos económicos, sociales y ambientales positivos entre las zonas urbanas, periurbanas y rurales mediante el fortalecimiento de la planificación del desarrollo nacional y regional. Finalmente se vincula con el *Objetivo 12: Producción y consumo responsable* y la Meta 12.B: Elaborar y aplicar instrumentos que permitan seguir de cerca los efectos en el desarrollo sostenible con miras a lograr un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales (ODS, 2015).

4.3.2. Tratados y Convenios.

En el Ecuador los tratados y convenios están considerados en la Constitución de la República, Capítulo II: Tratados e instrumentos internacionales. El Art. 417 de la Constitución del Ecuador manifiesta que: “Los tratados internacionales ratificados por el Ecuador se sujetarán a lo establecido en la Constitución. En el caso de los tratados y otros instrumentos internacionales de derechos humanos se aplicarán los principios pro ser humano, de no restricción de derechos, de aplicabilidad directa y de cláusula abierta establecidos en la Constitución”. Todos los tratados que comprometan el patrimonio natural y especialmente el agua, la biodiversidad y su

patrimonio genético entre otros, requerirán la aprobación previa de la Asamblea Nacional.

Tratados suscritos por el Ecuador. El Ecuador como el resto de países del mundo ha demostrado históricamente su interés por ser parte de varios tratados, convenios y acuerdos internacionales, los mismos que están enfocados a aspectos de desarrollo social, económico, ambiental y tecnológico, el Ecuador ratifica su presencia en los más significativos: Programa de las Naciones Unidas para el desarrollo PNUD 1965 (Ecuador consta como firmante); Declaración de la OMT 1970 (Ecuador consta como invitado); Declaración de Belém 1980 (suscrita por el Ministro de Relaciones Exteriores de Ecuador); Programa Andino de Desarrollo 1982 (Ecuador consta entre los países firmantes); Declaración de la Hayala 1989 (Ecuador consta como asistente); Cumbre de la tierra 1992 (Ecuador consta como firmante); Declaración de Río 1992 (Ecuador consta como firmante); Tratado de Manaos 1992 (Ecuador se suscribió como país amazónico); Convenio de Biodiversidad Ecológica 1992 (Ecuador consta como firmante); Protocolo de Kioto 1997 (Ecuador asiste como participante); Declaración de Galápagos 2002 (organizada por Ecuador en Quito); Declaración de Río Amazonas 2004 suscrita por la ministra de Turismo de Ecuador (M.Sc, 2010).

5. MATERIALES Y MÉTODOS

5.1. Materiales

- Materiales de oficina.
- Recursos bibliográficos.
- GPS.
- Cámara fotográfica.
- Computador portátil.
- Sistemas de Información Geográfica.
- Software ArcGIS.

5.2. Tipo y Diseño de Investigación

Según su finalidad: Corresponde a *Investigación aplicada* ya que mediante la propuesta se fomentó nuevos conocimientos que serán utilizados inmediatamente en la práctica, proponiendo este nuevo método, ya que actualmente solo se lo realiza de una manera, llevando la investigación de la teoría a la práctica; según su objetivo gnoseológico: es *Investigación exploratoria*: ya que el tema elegido ha sido poco explorado y reconocido, es un tema nuevo en el medio, en donde se investiga a profundidad para llegar a un resultado que pueda comprobado, a su vez sea favorable y aplicable. Además, es *Investigación descriptiva* ya que busca especificar la metodología que será sometida a análisis y aplicación. Se mide o evalúa diversos aspectos, dimensiones o componentes del tema a investigar, es decir, describir lo que se investigará, en este caso describir la propuesta metodológica para identificación de atractivos turísticos; según su contexto: aplica para ser *Investigación de laboratorio y de campo*, abarca ambas ya que el tema parte de dos puntos: desde la observación en un dispositivo, el cómo identificar el atractivo turístico mediante geo información y variables; y otro desde la recopilación de datos desde el objeto de estudio que incluye la visita de campo al lugar con el levantamiento de información necesaria; según el control de las variables: es *Investigación experimental* ya que busca comprobar la teoría en la práctica de modo que al momento de realizar la propuesta metodológica

en un dispositivo se logre a posterior experimentar en el sitio, logrando observar si es efectiva o no, de este modo se busca experimentar y encontrar soluciones positivas.

5.3. Metodología por Objetivos

5.3.1. Primer Objetivo

Elaborar una propuesta metodológica para la identificación de los atractivos turísticos como estrategia para optimizar el levantamiento de información, para el cantón Chaguarpamba de la provincia de Loja.

Para el desarrollo del objetivo se solicitó al Ministerio de Turismo la ficha actualizada de levantamiento y jerarquización de atractivos turísticos base, y el “Manual Metodología para Jerarquización de Atractivos y Generación de Espacios Turístico”, donde mediante un análisis se obtuvo las variables, tomando como referencia los criterios de valoración de la ficha de resultados de la evaluación. También se tomó en consideración las ponderaciones que califica esta ficha resumido en la ficha de resultados de la evaluación técnica, además, los rangos de jerarquías y su debida descripción (Ver Anexo N° 1).

Una vez obtenida la ficha se realizó el análisis de las posibles variables que fueron elegidas de los criterios de valoración de la ficha de levantamiento y jerarquización de atractivos turísticos, a través de una base de datos Excel: Matriz de análisis de variables, en donde se ubicaron por categorías analizando cada variable (Ver Anexo N° 2). Para la selección de variables se realizó un análisis con un experto en SIG quien mediante sus criterios se refirió a cuáles de las variables sugeridas son posibles de geo referenciar. Posterior a ello, se recopiló la geo información descargando los Shapefiles de las bases de datos de acceso libre, para luego ser interpretadas en el software ArcGIS y la elaboración de mapas temáticos para una mejor interpretación y sustento de la investigación.

Para generar el nuevo modelo de ficha base se realizó varios pasos en base a revisión bibliográfica. En primera instancia se elaboró un documento Excel denominado Matriz de criterios de valoración utilizando las 4 variables que se pueden cartografiar

según el análisis que se realizó mediante SIGS y 5 variables que se agregaron de campo que sustentan la investigación; todas las variables fueron tomadas de la ficha actual de levantamiento y jerarquización de atractivos turísticos del MINTUR, para la realización de la matriz se elaboró 9 tablas, en cada una se recopiló los criterios de valoración para cada una de las 9 variables, detalladas en tablas de datos, mostrando de esta manera cada criterio a evaluar por cada variable establecida (Ver Anexo N° 3).

Con los criterios de valoración definidos se analizó los criterios de ponderación para cada variable, para ello se utilizó la matriz de Holmes que en primera instancia se estableció el grado de priorización: siendo tablas invertidas para calificar según sea el caso: 0,5 ambos son importantes, 1 importante, y 0 no importante. Esto se realizó para cada una de las sub variables por variable establecida, esto permitió de una manera más técnica generar documentos valederos con sustentos bibliográficos, se realizó la aplicación de la matriz Holmes para cada una de las variables y sus criterios. (Ver Anexo N° 4).

Para definir la calificación se sustentó en base al estudio de un artículo mexicano en base a estudios realizados por Martínez & Solís (2017 : 9 -11) en donde esta investigación utilizó una metodología de análisis multicriterio una vez definidos los recursos naturales y culturales se asignó un valor máximo y mínimo según las alternativas de cada criterio, y se tomó 1 como valor absoluto de acuerdo con la suma de las alternativas en base al grado de priorización que arrojó la matriz de Holmes; generando de esta manera la ficha modelo para el levantamiento y jerarquización de atractivos turísticos (Ver Anexo N° 5) con cada una de las 9 variables, sub variables, sus criterios de valoración y ponderación.

5.3.2. Segundo Objetivo

Aplicar la propuesta metodológica elaborada para la identificación de los atractivos turísticos como estrategia para optimizar el levantamiento de información, para el cantón Chaguarpamba de la provincia de Loja.

Para el cumplimiento del segundo objetivo se realizó la validación en campo de toda la información elaborada en el objetivo 1. Se comprobó la información con la visita a cada uno de los atractivos turísticos del cantón Chaguarpamba, verificando mapas con sus coordenadas, infraestructura y planta turística a más de eso se recopiló datos complementarios que sustenten la investigación.

Para realizar el análisis correspondiente, se aplicó ambas metodologías; la metodología vigente del MINTUR, que corresponde a la aplicación de las fichas de levantamiento y jerarquización a todos los atractivos turísticos del cantón Chaguarpamba, con su debida jerarquización; y la propuesta metodológica que corresponde a la ficha modelo base creada con su debida jerarquización de igual manera para cada atractivo turístico del cantón Chaguarpamba. Con los resultados obtenidos se comprobó ambas metodologías y su efectividad.

5.3.3. Tercer Objetivo

Realizar estrategias de promoción y difusión de los atractivos levantados mediante la metodología planteada, para el cantón Chaguarpamba de la provincia de Loja.

Para el desarrollo del objetivo 3 se investigó el estado actual de la promoción y difusión del cantón Chaguarpamba a través de fuentes primarias que faciliten información real y actualizada. Partiendo de esa información se fortaleció en el ámbito turístico con el fin de potencializar este cantón. Una vez obtenidos los resultados de este objetivo se realizó la entrega y socialización a las autoridades del GAD del cantón Chaguarpamba.

6. RESULTADOS

6.1.Propuesta metodológica para la identificación de los atractivos turísticos como estrategia para optimizar el levantamiento de información, para el cantón Chaguarpamba de la provincia de Loja.

6.1.1. Identificación de variables de las fichas de levantamiento y jerarquización de atractivos turísticos del Ministerio de Turismo.

Al solicitar al Ministerio de Turismo la ficha actualizada de levantamiento y jerarquización de atractivos turísticos y mediante un análisis se obtuvieron las variables, tomando como referencia los 9 criterios de valoración de la ficha de resultados de la evaluación técnica: Accesibilidad y Conectividad; Planta turística/servicios; Estado de conservación e integración sitio/ Entorno; Higiene y Seguridad turística; Políticas y regulaciones; Actividades que se practican en el atractivo; Difusión del atractivo; Registro de visitantes y afluencia; Recursos humanos.

6.1.2. Análisis de variables.

Se realizó el análisis de las posibles variables que serán elegidas de los criterios de valoración de la ficha de levantamiento y jerarquización de atractivos turísticos, a través de la base de datos Excel: Matriz de análisis de variables (Anexo N° 3), en donde se ubicó por categorías analizando variable por variable ubicado de la siguiente manera: Variable, subvariable, tipo de subvariable, ¿qué evalúa?, y si es posible geo referenciar con sistemas de información geográfica.

6.1.3. Selección de variables.

Para la selección de variables se realizó un análisis con un experto en SIG quien mediante sus criterios se refirió a cuáles de las variables sugeridas son posibles de geo referenciar. Para ello se hizo una preselección de las futuras variables a definir a través de una matriz de Análisis y preselección de Variables, mostrado en la Tabla N° 4.

Tabla 4. Matriz de Análisis y Preselección de Variables

N°	Variable	Sub variable	Tipo	¿Qué Evalúa?	SIG
1	Accesibilidad y conectividad	Acceso	Terrestre	Tipo de vía: primer, segundo, tercer	SI
		Acceso	Acuático	Tipo: marítimo, lacustre, fluvial	SI
		Acceso	Aéreo	Tipo: nacional, internacional	SI
		Transporte	Bus	Transporte disponible	SI
		Transporte	Buseta	Transporte disponible	SI
		Transporte	Transporte 4x4	Transporte disponible	SI
		Transporte	Taxi	Transporte disponible	SI
		Transporte	Mototaxi	Transporte disponible	SI
		Transporte	Teleférico	Transporte disponible	SI
		Transporte	Lancha	Transporte disponible	SI
		Transporte	Bote	Transporte disponible	SI
		Transporte	Barco	Transporte disponible	SI
		Transporte	Canoa	Transporte disponible	SI
		Transporte	Avión	Transporte disponible	SI
		Transporte	Avioneta	Transporte disponible	SI
		Transporte	Helicóptero	Transporte disponible	SI
		Discapacidad	General	Ingreso de personas con discapacidad	SI

N°	Variable	Sub variable	Tipo	¿Qué Evalúa?	SIG
		Discapacidad	No es accesible	No permite el ingreso	SI
		Alojamiento	Hotel	Número de establecimientos	SI
		Alojamiento	Hostal	Número de establecimientos	SI
		Alojamiento	Hostería	Número de establecimientos	SI
		Alojamiento	Hacienda turística	Número de establecimientos	SI
		Alojamiento	Lodge	Número de establecimientos	SI
		Alojamiento	Resort	Número de establecimientos	SI
		Alojamiento	Refugio	Número de establecimientos	SI
		Alojamiento	Campamento turístico	Número de establecimientos	SI
2	Planta turística/ Complementarios	Alojamiento	Casa de Huéspedes	Número de establecimientos	SI
		Alimentos y bebidas	Restaurantes	Número de establecimientos	SI
		Alimentos y bebidas	Cafeterías	Número de establecimientos	SI
		Alimentos y bebidas	Bares	Número de establecimientos	SI
		Alimentos y bebidas	Fuentes de soda	Número de establecimientos	SI
		Facilidades del atractivo-de apoyo a la gestión turística	Punto de información	Espacios que brinda información sobre destinos turísticos de manera gratuita	SI
		Facilidades del atractivo-de observación y vigilancia	Miradores	Número de lugares, que, por su ubicación, permite a las personas tener la mejor vista de un paisaje.	SI

N°	Variable	Sub variable	Tipo	¿Qué Evalúa?	SIG
		Facilidades del atractivo-de recorrido y descanso	Senderos	Número de rutas o caminos de acceso para la observación del medio natural o cultural.	SI
3	Estado de conservación e integración atractivo / Entorno	Denominación		Nombre otorgado en la declaratoria.	SI
		Servicios básicos	Agua	Concerniente a la dotación de agua	SI
		Servicios básicos	Energía eléctrica	Es una red interconectada	SI
		Servicios básicos	Saneamiento	Corresponde al transporte de aguas residuales.	SI
		Servicios básicos	Disposición de desechos	Tratamiento de desechos.	SI
		Salud	Hospital o Clínica	Infraestructura de salud.	SI
4	Higiene y seguridad turística	Salud	Puesto / Centro de salud	Infraestructura de salud.	SI
		Salud	Dispensario médico	Infraestructura de salud.	SI
		Salud	Botiquín de primeros auxilios	Infraestructura de salud.	SI
		Seguridad	Policía nacional	Tipo de vigilancia.	SI
		Seguridad	Policía metropolitana / Municipal	Tipo de vigilancia.	SI
		Multiamenazas	Deslaves	Fenómenos provocados por fuerzas naturales.	SI
		Multiamenazas	Sismos	Fenómenos provocados por fuerzas naturales.	SI

N°	Variable	Sub variable	Tipo	¿Qué Evalúa?	SIG
		Multiamenazas	Erupciones volcánicas	Fenómenos provocados por fuerzas naturales.	SI
		Multiamenazas	Incendios forestales	Fenómenos provocados por fuerzas naturales.	SI
		Multiamenazas	Sequía	Fenómenos provocados por fuerzas naturales.	SI
		Multiamenazas	Inundaciones	Fenómenos provocados por fuerzas naturales.	SI
		Multiamenazas	Aguajes	Fenómenos provocados por fuerzas naturales.	SI
		Multiamenazas	Tsunami	Fenómenos provocados por fuerzas naturales.	SI

Fuente: Ficha de levantamiento y jerarquización de atractivos turísticos del Ministerio de Turismo, 2018.

Elaboración: La Autora.

6.1.4. Recopilación de geo información.

Para ello se realizó un nuevo cuadro de datos (Tabla N° 5) denominado: Matriz de Análisis de geo información, en donde se especifica que Shapefile se pretende utilizar para cada variable. Para posterior obtener la geo información (Shapefiles) de las variables seleccionadas en las siguientes bases de datos de acceso libre: Sistema Nacional de Información (SNI), Instituto Geográfico Militar Ecuador (Geoportal IGM), Sistema de información pública agropecuaria (SIGTierras), Geoportal del Ministerio de Ambiente y Agua (SUIA).

Tabla 5. Matriz de Análisis de geo información

N°	Variable	Sub variable	Tipo	SIG	Shapefile
1	Accesibilidad y conectividad	Acceso	Terrestre	SI	Red estatal vial/vial
		Acceso	Acuático	SI	Red estatal vial/vial
		Acceso	Aéreo	SI	Red estatal vial/vial
		Transporte	Bus	SI	Red estatal vial/vial
		Transporte	Buseta	SI	Red estatal vial/vial
		Transporte	Transporte 4x4	SI	Red estatal vial/vial
		Transporte	Taxi	SI	Red estatal vial/vial
		Transporte	Mototaxi	SI	Red estatal vial/vial
		Transporte	Teleférico	SI	Red estatal vial/vial
		Transporte	Lancha	SI	Red hidrográfica N5
		Transporte	Bote	SI	Red hidrográfica N5
		Transporte	Barco	SI	Red hidrográfica N5
		Transporte	Canoa	SI	Red estatal vial/vial
		Transporte	Avión	SI	Red estatal vial/vial
		Transporte	Avioneta	SI	Red estatal vial/vial

N°	Variable	Sub variable	Tipo	SIG	Shapefile
		Transporte	Helicóptero	SI	Aeropuerto
		Discapacidad	General	SI	N/E
		Discapacidad	No es accesible	SI	N/E
		Alojamiento	Hotel	SI	Catastro turístico
		Alojamiento	Hostal	SI	Catastro turístico
		Alojamiento	Hostería	SI	Catastro turístico
		Alojamiento	Hacienda turística	SI	Catastro turístico
		Alojamiento	Lodge	SI	Catastro turístico
		Alojamiento	Resort	SI	Catastro turístico
2	Planta turística / Complementarios	Alojamiento	Refugio	SI	Catastro turístico
		Alojamiento	Campamento turístico	SI	Catastro turístico
		Alojamiento	Casa de Huéspedes	SI	Catastro turístico
		Alimentos y bebidas	Restaurantes	SI	Catastro turístico
		Alimentos y bebidas	Cafeterías	SI	Catastro turístico
		Alimentos y bebidas	Bares	SI	Catastro turístico
		Alimentos y bebidas	Fuentes de soda	SI	Catastro turístico
		Facilidades del atractivo	Punto de información	SI	N/E

N°	Variable	Sub variable	Tipo	SIG	Shapefile
		Facilidades del atractivo	Miradores	SI	Miradores
		Facilidades del atractivo	Senderos	SI	Senderos
3	Estado de conservación e integración atractivo / Entorno	Denominación		SI	SNAP
		Servicios básicos	Agua	SI	Servicios Básicos
		Servicios básicos	Energía eléctrica	SI	Servicios Básicos
		Servicios básicos	Saneamiento	SI	Servicios básicos
		Servicios básicos	Disposición de desechos	SI	Servicios básicos
		Salud	Hospital o Clínica	SI	Centros de salud
4	Higiene y seguridad turística	Salud	Puesto / Centro de salud	SI	Centros de salud
		Salud	Dispensario médico	SI	Centros de salud
		Salud	Botiquín de primeros auxilios	SI	Centros de salud
		Seguridad	Policía nacional	SI	N/E
		Seguridad	Policía metropolitana / Municipal	SI	N/E
		Multiamenazas	Deslaves	SI	Deslizamiento de tierra
		Multiamenazas	Sismos	SI	N/E

N°	Variable	Sub variable	Tipo	SIG	Shapefile
		Multiamenazas	Erupciones volcánicas	SI	Peligro volcánico
		Multiamenazas	Incendios forestales	SI	N/E
		Multiamenazas	Sequía	SI	Sequías
		Multiamenazas	Inundaciones	SI	Inundaciones
		Multiamenazas	Aguajes	SI	N/E
		Multiamenazas	Tsunami	SI	N/E

Fuente: Ficha de levantamiento y jerarquización de atractivos turísticos del Ministerio de Turismo, 2018.

Elaboración: La Autora.

A más de eso para realizar la extracción de las capas en el software ArcGIS fue necesario descargar geo información general como: provincias, cantones, parroquias, geo información para futuros análisis detallados en la Tabla N°6 mostrado a continuación:

Tabla 6. Shapefiles necesarios

Shapefile
Ecuador por provincias
Ecuador por cantones
Ecuador por parroquias
Poblados
Densidad poblacional
Geomorfología y cobertura

Elaboración: La Autora.

A continuación se mostrará el procedimiento de cómo se descarga los distintos Shapefiles.

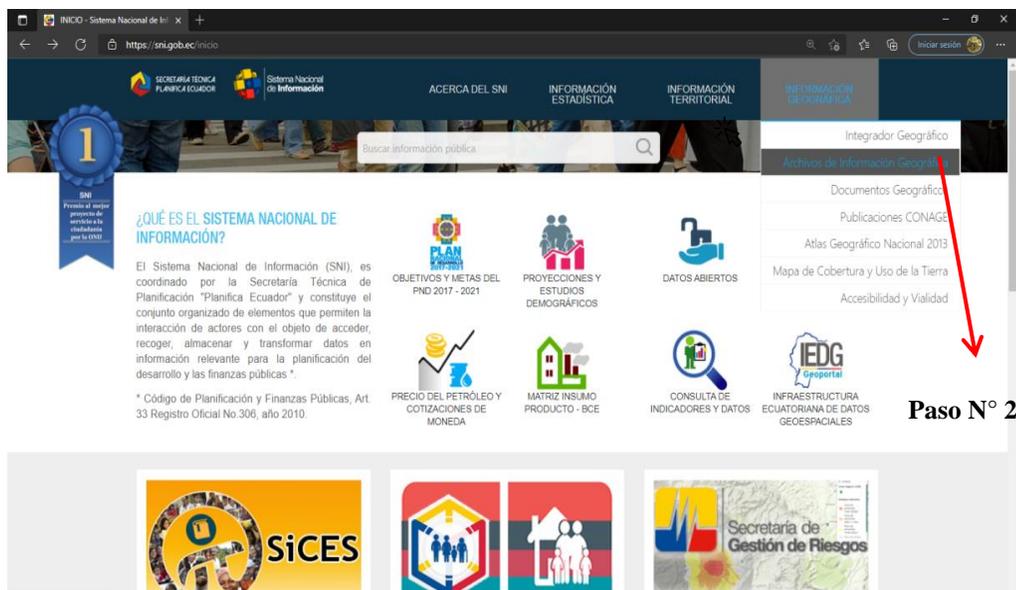
- Sistema Nacional de Información (SNI).

Para la explicación de cómo descargar los Shapefile en este sitio web, se tomó el ejemplo de la variable accesibilidad y conectividad; sub variable Acceso; tipo Terrestre, Shapefile Red vial estatal.

Pasos:

- 1) Se colocará en el navegador Google, Sistema Nacional de Información.
- 2) Ya en el sitio web: <https://sni.gov.ec/inicio> , se dará clic en la pestaña superior derecha denominada Información geográfica, se desplazará un listado y se deberá elegir la opción de Archivos de Información Geográfica.
- 3) Posteriormente se desplazará una nueva pestaña en donde aparecerá un listado de Shapefiles para descargar. Para el ejemplo, se elegirá *Red vial estatal*, se dará clic sobre el icono de flechas verdes hacia abajo y se procede a la descarga.

Figura N° 2 Proceso de descarga en el SNI. Paso N° 2



Fuente: Sistema Nacional de información (SNI).
Elaboración: La Autora.

Figura N° 3 Proceso de descarga en el SNI. Paso N° 3

INFORMACIÓN 1:250.000 Actualización: 31dic2014							
Sistemas	Objeto	Logo	Institución	Año	Descripción	Descarga	Metadatos
Sistema Económico	CATASTRO TURISTICO		MINISTERIO DE TURISMO	2002	Principales sitios turísticos		
Sistema Ambiental	EROSIÓN ACTUAL		MAGAP	2002	Zonas erosionadas en el Ecuador continental		
Sistema Ambiental	PANE		MAE	2015	Áreas protegidas del país		
Sistema de Movilidad, Energía y Conectividad	RED VIAL ESTATAL		MTOP	2015	Estado actual de la red vial estatal		
Sistema Ambiental	UNIDADES HIDROGRAFICAS N5		SENAGUA	2011	División hidrográfica mediante metodología Pfafstetter		
Información Base	AEROPUERTO		IGM	2013	Capas de Información Geográfica Base		
Información Base	CANTERA		IGM	2013	Capas de Información Geográfica Base		

Fuente: Sistema Nacional de información (SNI).
Elaboración: La Autora.

- Instituto Geográfico Militar Ecuador (Geoportal IGM)

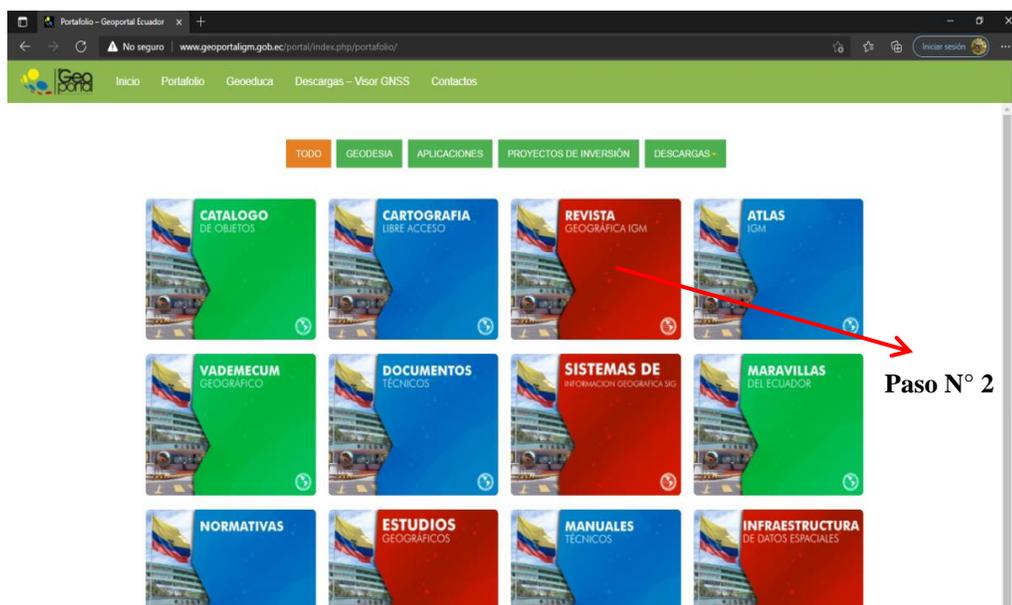
Para la explicación de cómo descargar los Shapefile en este sitio web, se tomará el ejemplo de la variable planta turística/complementarios; sub variable Facilidades del atractivo-de observación y vigilancia; tipo Miradores, Shapefile Miradores.

Pasos:

- 1) Se coloca en el navegador Google, Instituto Geográfico Militar Ecuador.
- 2) Ya en el sitio web: <http://www.geoportaligm.gob.ec/portal/> dar clic en la pestaña superior derecha denominada **Portafolio**, se mostrará una página que dará varias opciones, elegiremos la opción **Cartografía de libre acceso**.
- 3) A continuación, se mostrará una nueva sección de opciones en donde se dará clic en **Registro de Información**.
- 4) Aparecerá una nueva página donde se llenará datos personales de quien pretende realizar la descarga.
- 5) A continuación, se mostrará una nueva página en donde al desplazarse se observará los distintos Shapefiles a distintas escalas, para el ejemplo se

descargará *base continua escala 1:50.000, formato shp* y clic en la opción *Mirador* para descargar el Shapefile.

Figura N° 4 Proceso de descarga en el IGM. Paso N° 2



Fuente: Instituto Geográfico Militar Ecuador (Geoportal IGM).
Elaboración: La Autora.

Figura N° 5 Proceso de descarga en el IGM. Paso N° 3



Fuente: Instituto Geográfico Militar Ecuador (Geoportal IGM).
Elaboración: La Autora.

Figura N° 6 Proceso de descarga en el IGM. Paso 4

The screenshot shows a web browser window with the URL www.geoportaligm.gob.ec/portal/index.php/descargas/cartografia-de-libre-acceso/formulario/. The page has a green header with the 'Geoportal' logo and navigation links: Inicio, Portafolio, Geoeducación, Descargas - Visor GNSS, and Contactos. The main content area contains a registration form with the following fields: 'Tipo Institución' (dropdown), 'Descarga' (dropdown), 'Nombre y Apellido' (text), 'Cédula' (text), 'Dirección' (text), 'Institución' (text), 'Correo' (text), and 'Proyecto' (text). A red arrow points to the 'Proyecto' field, which is labeled 'Paso N° 4'. Below the form are buttons for 'Guardar' and 'Cancelar', and a link for '+ Agregar otro registro'.

Fuente: Instituto Geográfico Militar Ecuador (Geoportal IGM).
Elaboración: La Autora.

Figura N° 7 Proceso de descarga en el IGM. Paso N° 5

The screenshot shows a web browser window with the URL www.geoportaligm.gob.ec/portal/index.php/cartografia-de-libre-acceso-escala-50k/. The page has a green header with the 'Geoportal' logo and navigation links: Inicio, Portafolio, Geoeducación, Descargas - Visor GNSS, and Contactos. The main content area displays the following information:
BASE CONTÍNUA ESCALA 1:50.000, FORMATO SHP
Última actualización: ENERO 2013!! - Se descargarán en formato SHP comprimido (*.rar) - Descarga WinRAR
El nombre de las capas terminará con una letra, la que indica el tipo de geometría, así: p:punto - l:línea - a:área
Below this is a table of data layers:

Nombre de la capa	Tamaño	Fecha de actualización
acuoducto_l.rar	1125.2 kb	Thu, 29 Oct 2020 16:27:23 GMT
acuoducto_a.rar	4.7 kb	Thu, 29 Oct 2020 16:27:23 GMT
torna_perforacion_p.rar	3.7 kb	Thu, 29 Oct 2020 16:27:23 GMT
tanque_a.rar	18.1 kb	Thu, 29 Oct 2020 16:27:23 GMT
mirador_p.rar	3.8 kb	Thu, 29 Oct 2020 16:27:23 GMT
faro_p.rar	6.1 kb	Thu, 29 Oct 2020 16:27:23 GMT
terreno_inundable_a.rar	89.3 kb	Thu, 29 Oct 2020 16:27:23 GMT
instalaciones_petroliiferas_a.rar	12.9 kb	Thu, 29 Oct 2020 16:27:23 GMT
línea_transmision_electrica_l.rar	77.5 kb	Thu, 29 Oct 2020 16:27:23 GMT
...

A red arrow points to the 'torna_perforacion_p.rar' file, which is labeled 'Paso N° 5'.

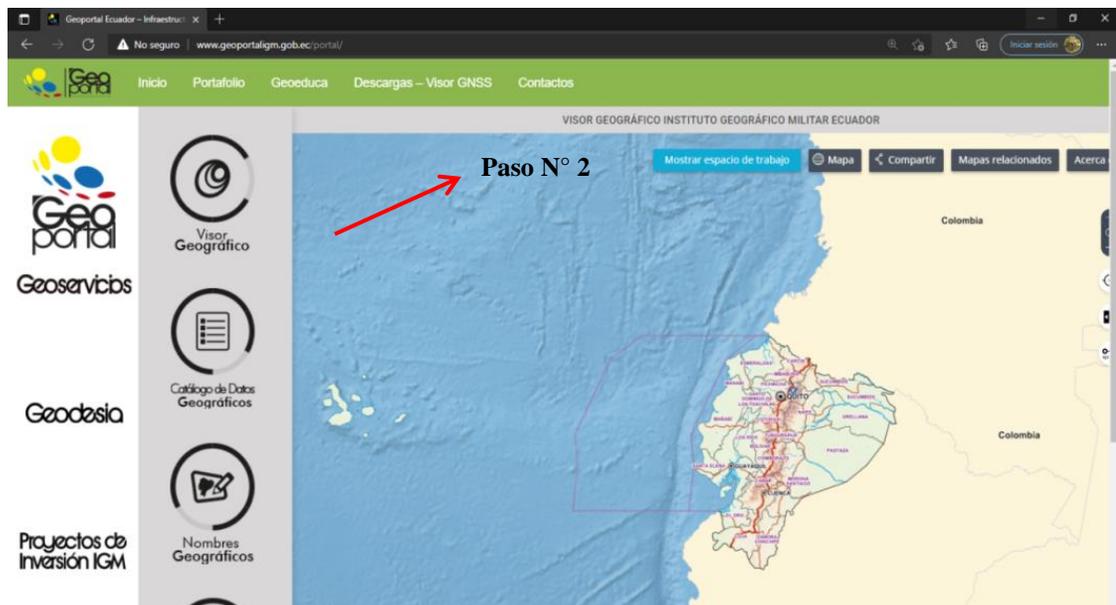
Fuente: Instituto Geográfico Militar Ecuador (Geoportal IGM).
Elaboración: La Autora.

Otra manera de encontrar más Shapefiles en este sitio web es ingresando al **Visor de Geoinformación**, para demostrar se toma el ejemplo de un Shapefile necesario *Geomorfología*:

Pasos:

- 1) Se coloca en el navegador Google, Instituto Geográfico Militar Ecuador.
- 2) En el sitio web: <http://www.geoportaligm.gob.ec/portal/> se da clic en la opción de **Visor Geográfico**.
- 3) A continuación, se mostrará una nueva página, sobre la opción Visor Geo información a Nivel Nacional, damos clic.
- 4) Seguidamente aparecerá una nueva página en donde se observará el mapa del Ecuador y a su lado izquierdo las capas de los diferentes Shapefiles.
- 5) Para la descarga del Shapefile en este portal, se coloca en la opción Geopedología, se marca la casilla blanca y aparecerá en el mapa la ubicación, la capa de manera general. Selecciona con clic izquierdo sobre el nombre y se elige la opción descargar capa (elegir la opción .shp para la correcta descarga del Shapefile).

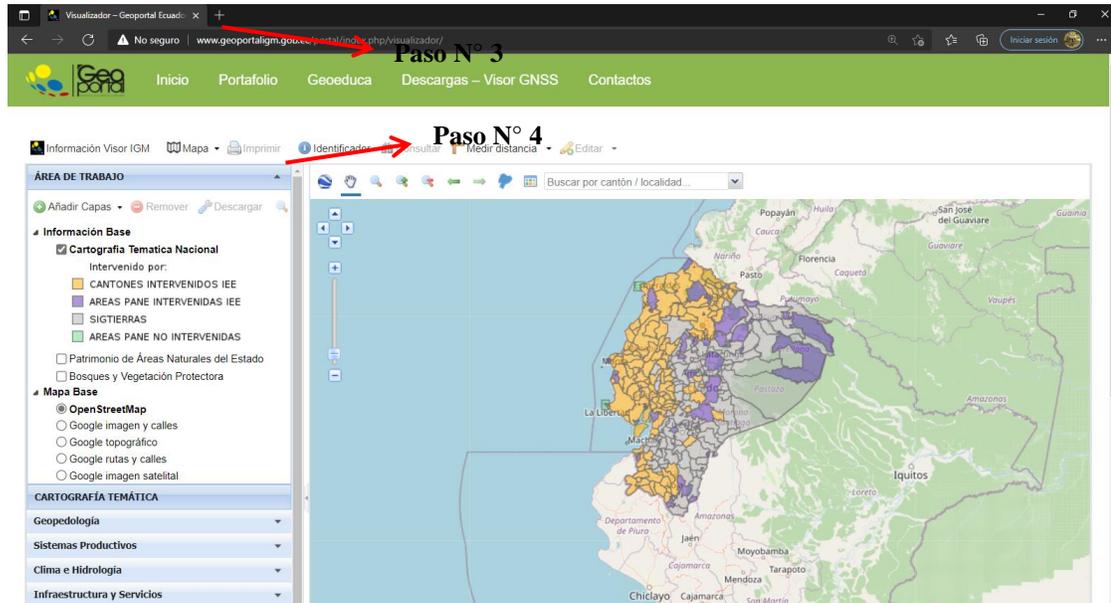
Figura N° 8 Proceso de descarga en el IGM. Paso N° 2



Fuente: Instituto Geográfico Militar Ecuador (Geoportal IGM).

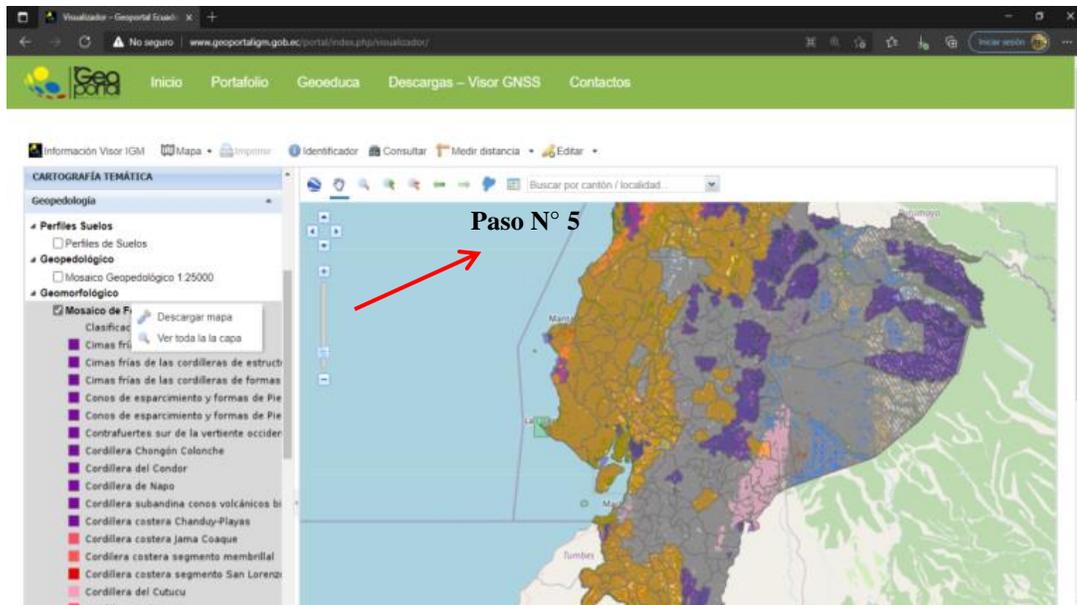
Elaboración: La Autora.

Figura N° 9 Proceso de descarga en el IGM. Paso N° 3 y N° 4



Fuente: Instituto Geográfico Militar Ecuador (Geoportal IGM).
Elaboración: La Autora.

Figura N° 10 Proceso de descarga en el IGM. Paso N° 5



Fuente: Instituto Geográfico Militar Ecuador (Geoportal IGM).
Elaboración: La Autora.

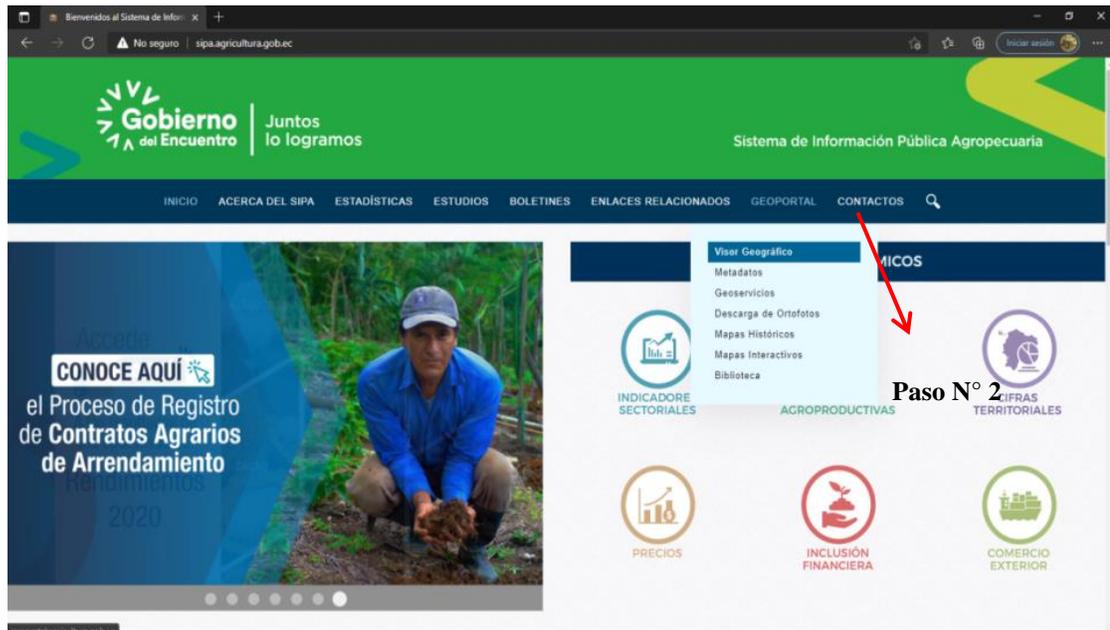
- Sistema de información pública agropecuaria (SIG Tierras)

Para la explicación de cómo descargar los Shapefile en este sitio web, se tomará el ejemplo de un Shapefile *cobertura y uso de la tierra*.

Pasos:

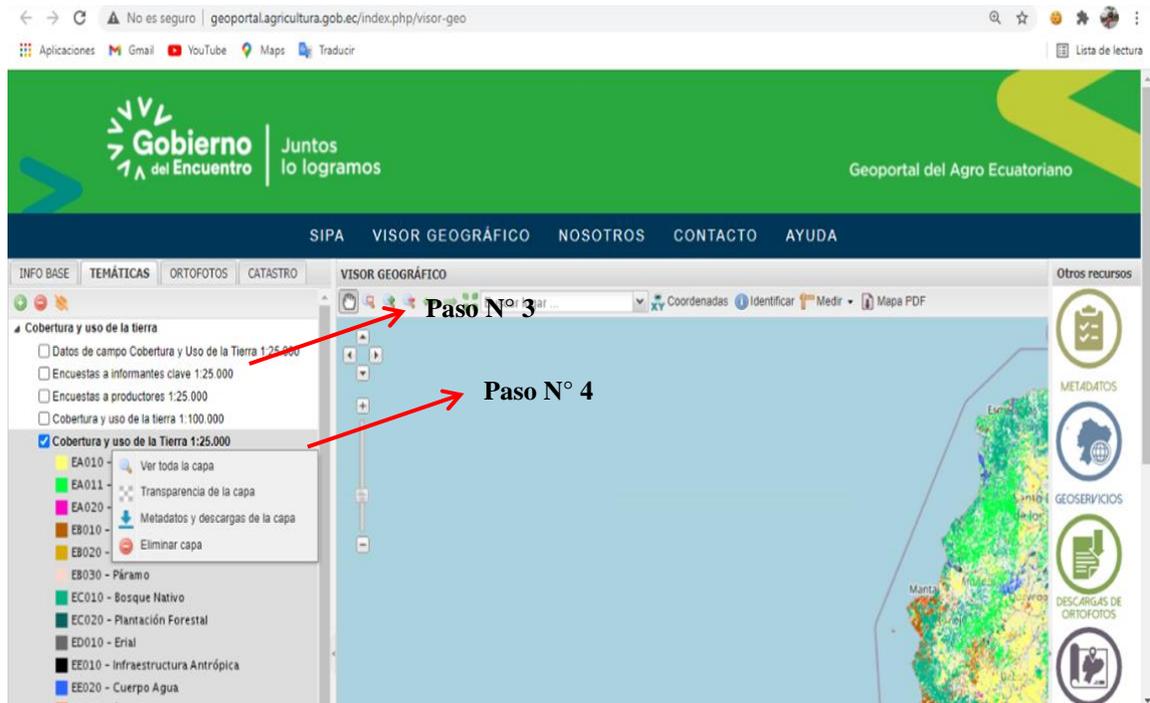
- 1) Se coloca en el navegador Google, Sistema de Información Pública Agropecuaria.
- 2) En el sitio web: <http://sipa.agricultura.gob.ec/> se da clic en la pestaña superior derecha denominada Geoportal, del listado de opciones se elegirá la opción **Visor Geográfico**.
- 3) Seguidamente se abrirá una nueva página en donde aparecerá el mapa del Ecuador y a su lado izquierdo se observa un listado de variables con sus respectivos Shapefile a descargar, para el ejemplo se hará clic en el casillero de cobertura y uso de la tierra a escala 1:25.000, se desplazará un listado de capas con sus respectivos colores.
- 4) A continuación, se coloca clic derecho sobre la capa y se desplazará un listado donde se marcará la opción **metadatos y descarga de la capa**. Finalmente, se abrirá una nueva pestaña en donde se dará clic en la opción descargar.

Figura N° 11 Proceso de descarga en SIG Tierras. Paso N° 2



Fuente: Sistema de información pública agropecuaria (SIG Tierras).
Elaboración: La Autora.

Figura N° 12 Proceso de descarga en SIG Tierras. Paso N° 3 y N° 4



Fuente: Sistema de información pública agropecuaria (SIG Tierras).
Elaboración: La Autora.

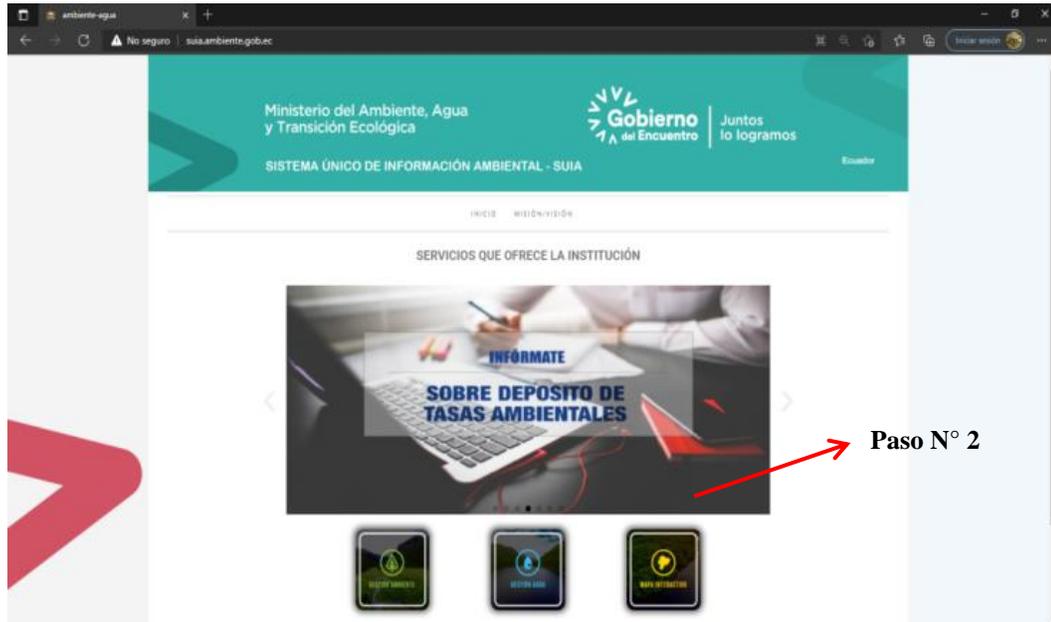
- Geoportal del Ministerio de Ambiente y Agua (SUIA)

Para la explicación de cómo descargar los Shapefile en este sitio web, se tomará el ejemplo de la variable Estado de conservación e integración atractivo / Entorno; sub variable denominación; Shapefile SNAP.

Pasos:

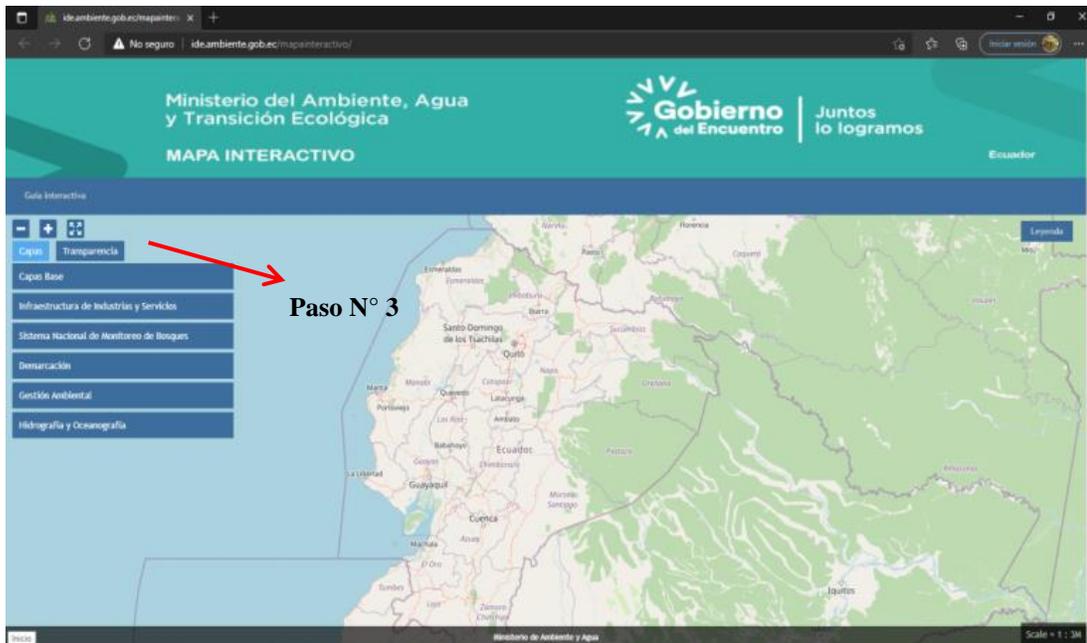
- 1) Se coloca en el navegador Google, Geoportal del Ministerio de Ambiente y Agua (SUIA).
- 2) Ya en el sitio web: <http://suia.ambiente.gob.ec/> dar clic en la opción de **Mapa Interactivo**.
- 3) Seguidamente se abrirá una nueva página, se mostrará un mapa del Ecuador y a su lado izquierdo un listado de variables con sus respectivos Shapefile a descargar.
- 4) Para el ejemplo se procede a buscar el Sistema Nacional de Áreas Protegidas (SNAP), en este portal se encuentra en la opción **demarcación**, se da clic en la casilla blanca y automáticamente se marcará en el mapa.
- 5) A continuación, se dará clic sobre el signo de interrogación amarillo que se encuentra alado del nombre del Shapefile y aparecerá un nuevo cuadro, en donde se dará clic en **descarga del Shapefile** y se procede la descarga.

Figura N° 13 Proceso de descarga en SUIA. Paso N° 2



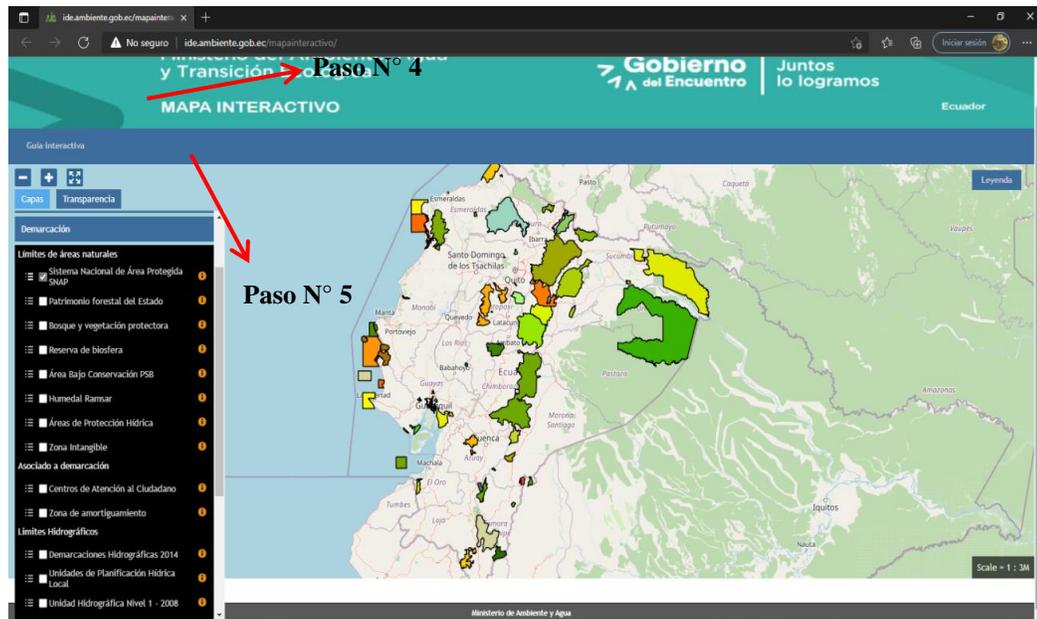
Fuente: Geoportal del Ministerio de Ambiente y Agua (SUIA)
Elaboración: La Autora.

Figura N° 14 Proceso de descarga en SUIA. Paso N° 3



Fuente: Geoportal del Ministerio de Ambiente y Agua (SUIA)
Elaboración: La Autora.

Figura N° 15 Proceso de descarga en SUIA. Paso N° 4 y N°5



Fuente: Geoportel del Ministerio de Ambiente y Agua (SUIA)
Elaboración: La Autora.

6.1.5. Análisis con sistemas de información geográfica.

A través de los SIG (Sistemas de Información Geográfica), se procederá al análisis de las variables seleccionadas, a través del software ArcGIS se procede a colocar los Shapefiles, con sus distintas capas para su respectivo análisis. A continuación se mostrarán ejemplos del procedimiento que se realizó para la obtención del resultado final (mapas).

6.1.5.1. Elaboración del recorte del área de estudio “Cantón Chaguarpamba”.

Pasos:

- 1) En el software ArcGIS, correctamente instalado en el computador / ordenador, para tomar como ejemplo se procede a colocar el Shapefile de interés: Ecuador por cantones previamente descargado. Ya que para la investigación se necesita el cantón Chaguarpamba ubicado en la provincia de Loja, se realiza una extracción

de la capa Provincia de Loja, creando un nuevo Shapefile. Para iniciar, al momento de abrir el programa se dará clic en el icono de Add Data.

2) A continuación se abrirá un cuadro en donde se procederá a buscar la carpeta en donde se descargó previamente el Shapefile, damos clic para agregar el Shapefile y se observará el perfil del Ecuador con sus distintas provincias y cantones.

3) En el nombre Ecuador ubicado, se dará clic izquierdo y se elige la opción **table of contents**, con clic izquierdo se elige la opción **Open Attribute Tables**.

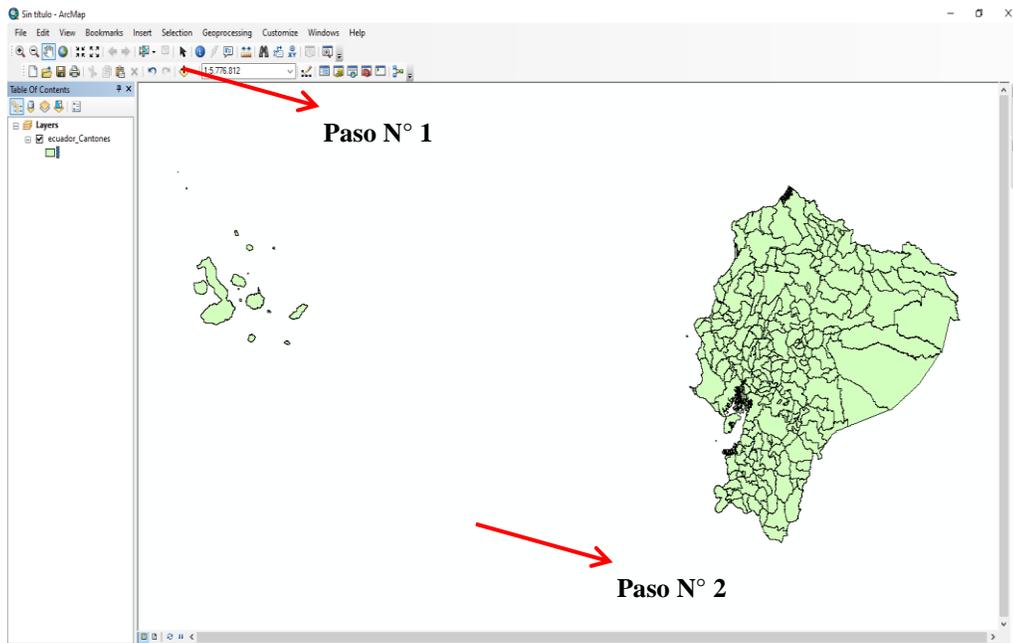
4) Aparecerá una tabla con todos los cantones que se registran en el Ecuador, selecciona todas las de interés, en este caso Loja. Seguidamente se cierra la tabla de atributos, y sobre el nombre Ecuador, se dará clic izquierdo y en listado que aparecerá la opción **Data** y luego **Export Data**. A más de eso es importante darnos cuenta que en el mapa se remarcó la provincia de nuestro interés Loja con todos sus cantones.

5) Se mostrará un cuadro y se dará clic en la carpeta amarilla pequeña. Aparecerá un cuadro en donde le permitirá guardar la extracción con un nombre, para el ejemplo se colocará “provin_loja”.

6) Para finalizar, sobre el cuadro pequeño de ecuador_Cantones se desactiva la capa (se quita la marcación de visto), dejando únicamente la provincia de Loja, con sus cantones.

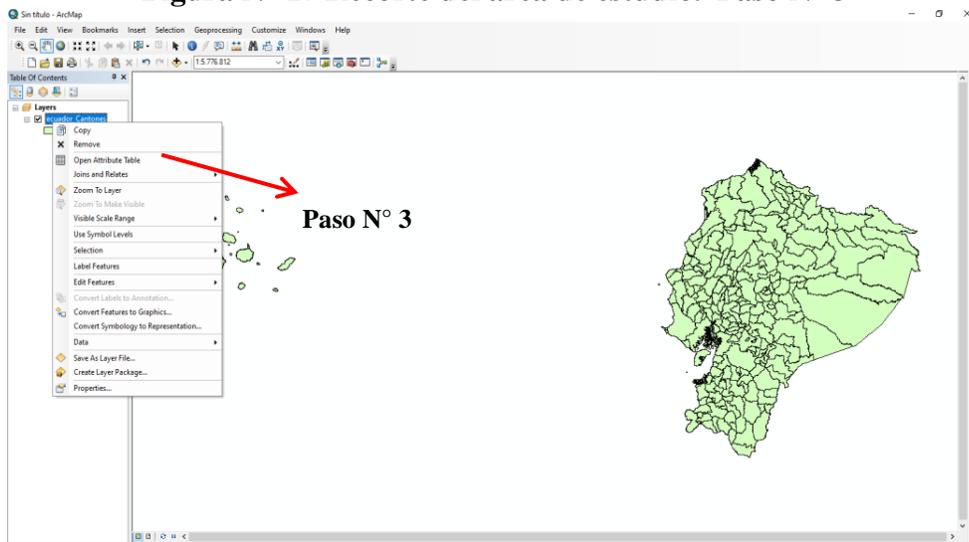
7) Para el tema de investigación se necesita el cantón Chaguarpamba o mapa base, para ello se realiza el mismo procedimiento y se extrae el cantón Chaguarpamba.

Figura N° 16 Recorte del área de estudio. Paso N° 1 y N° 2



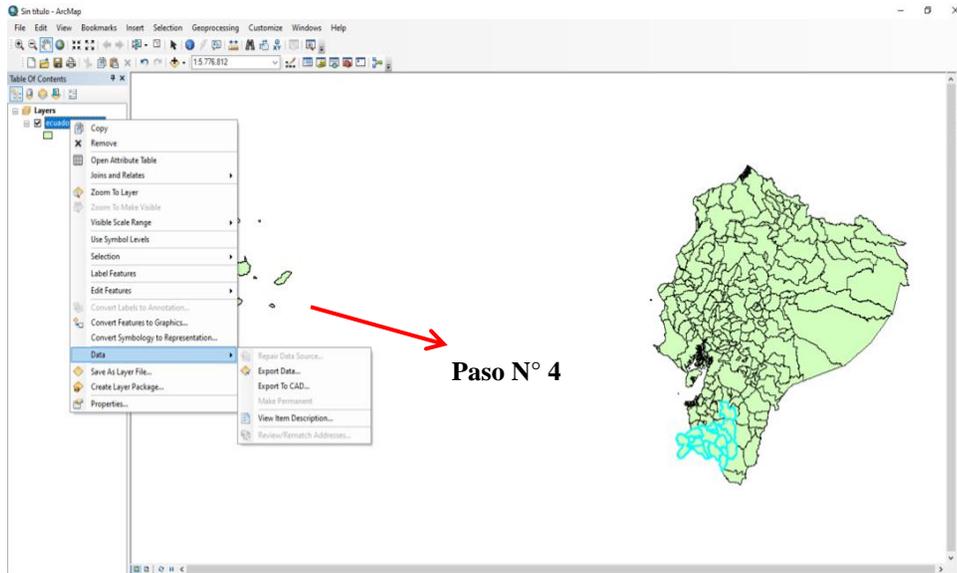
Fuente: Software ArcGIS.
Elaboración: La Autora.

Figura N° 17 Recorte del área de estudio. Paso N° 3



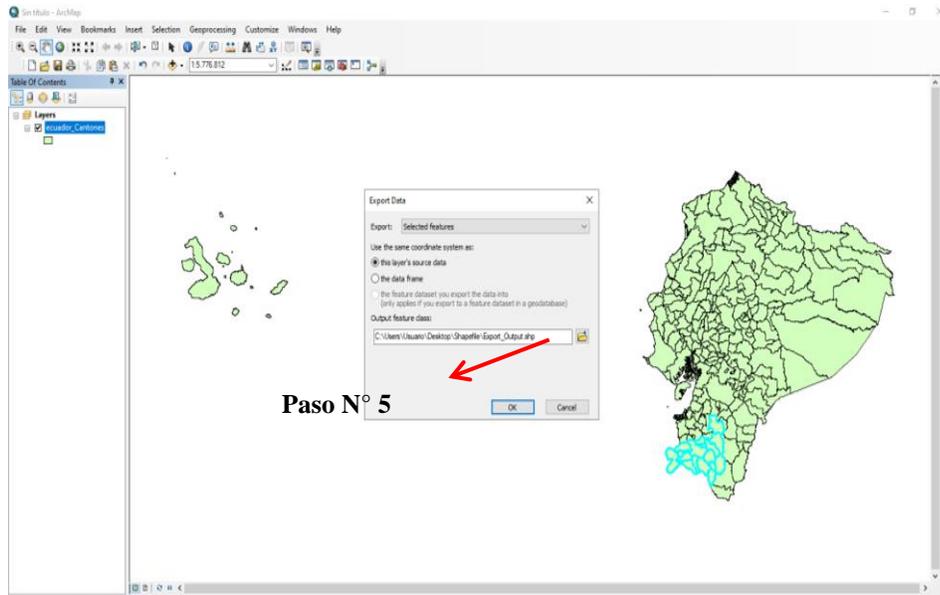
Fuente: Software ArcGIS.
Elaboración: La Autora.

Figura N° 18 Recorte del área de estudio. Paso 4



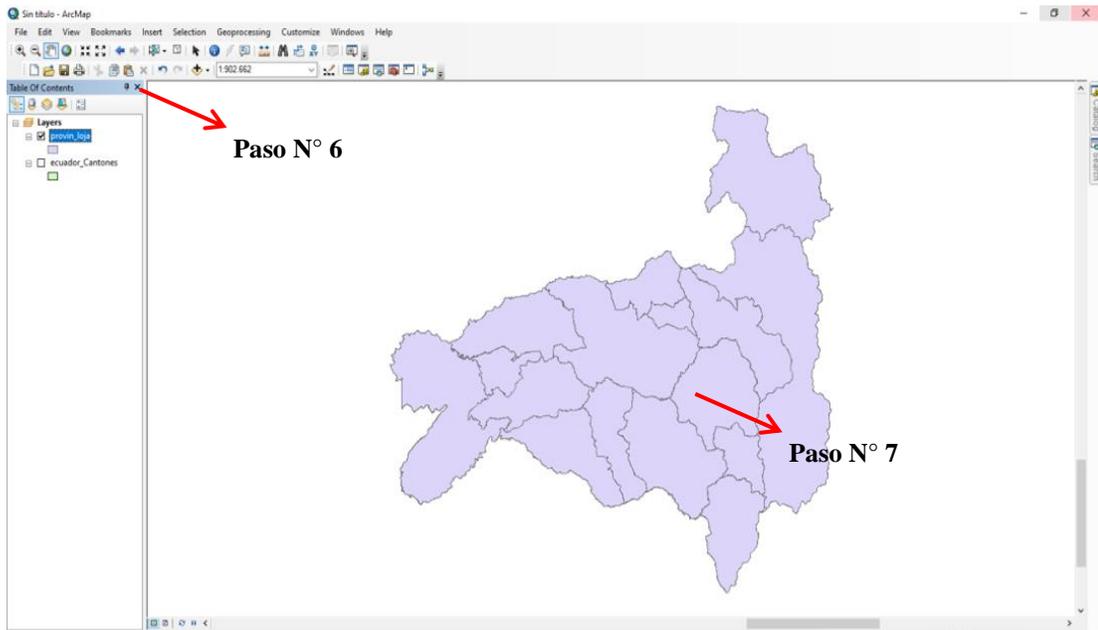
Fuente: Software ArcGIS.
Elaboración: La Autora.

Figura N° 19 Recorte del área de estudio. Paso 5



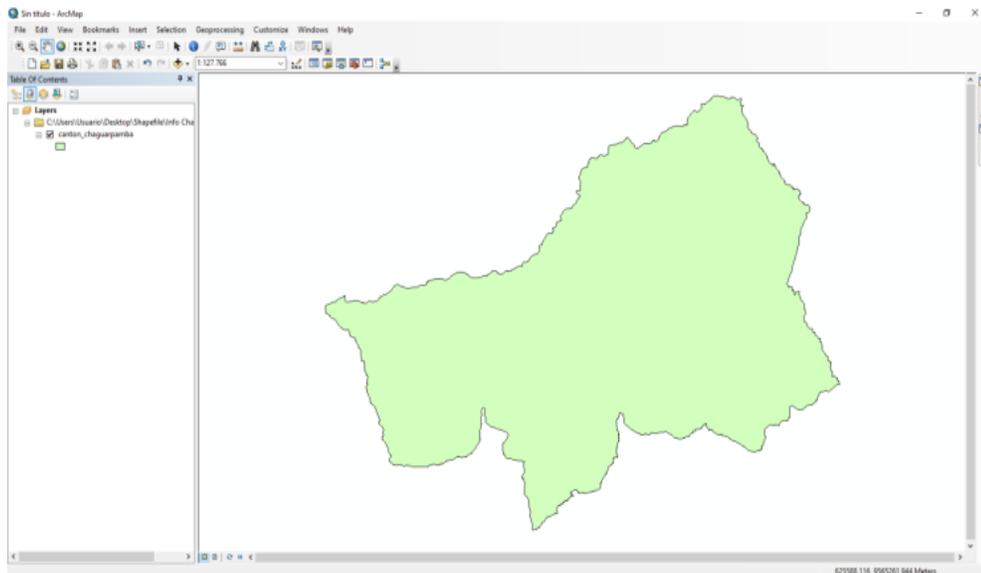
Fuente: Software ArcGIS.
Elaboración: La Autora.

Figura N° 20 Recorte del área de estudio. Paso 6



Fuente: Software ArcGIS.
Elaboración: La Autora.

Figura N° 21 Recorte del área de estudio. Paso 7



Fuente: Software ArcGIS.
Elaboración: La Autora.

6.1.5.2. Representación de los Atractivos Turísticos del Cantón Chaguarpamba en el software ArcGIS.

Pasos:

- 1) Para representar los principales atractivos turísticos del Cantón Chaguarpamba en el software ArcGIS, era necesario obtener el listado de los atractivos con sus coordenadas. Se realizó la solicitud al GAD para recopilar la información directa, real, y verídica; para ello el Técnico de Turismo del GAD entregó el listado de los 31 atractivos entre Naturales y Culturales con sus respectivas coordenadas, datos que se muestran en la tabla N° 7 denominado Coordenadas Atractivos Turísticos.
- 2) Con la obtención de las coordenadas geográficas se procede a representar en el software ArcGIS, se abre una pestaña **File**, se desplaza un listado y se elige la opción **Add Data**, sobre esta opción se desplazará otro listado y se dará clic en la opción **Add XY Data**.
- 3) Se mostrará un cuadro en donde se dará clic en la carpeta pequeña que direcciona a documentos personales, se busca el de interés en este caso Coordenadas Atractivos Turísticos, en formato Excel (observar que el archivo al final contenga .xlsx).
- 4) En la opción Description: Unknown Coordinate System se dará clic en la opción **Edit**, se mostrará un nuevo cuadro, esto implica que se elige en coordenadas geográficas, se da clic en la opción **WGS 1984**, luego aceptar y finalmente OK.
- 5) Se mostrarán los puntos de los atractivos turísticos en la página del ArcGIS y en la tabla de contenidos o **Table Of Contents** aparecerá la tabla Excel de los puntos.
- 6) Para transformar a formato Shapefile o shp, se guarda en el formato con el que el programa va a trabajar, se debe realizar clic izquierdo en la pestaña **Data**, y en el nuevo listado se elige opción **Export Data**.

- 7) Aparecerá un nuevo cuadro en donde se dará clic en la carpeta amarilla que indica en donde se guardará el Shapefile, se agrega un nuevo nombre, para el ejemplo será `atract_chag`, clic en **Save** y luego **OK**. Se mostrará en la tabla de contenidos que ya se creó el Shapefile.
- 8) Se remueve el que no es de utilidad el caso de la tabla Excel, dando clic izquierdo sobre el nombre, **Remove**.
- 9) Para colocar los puntos sobre el área de estudio, se agrega la capa del cantón Chaguarpamba antes creada. Para ello sobre la opción de **Add Data** se da clic, se mostrará un cuadro en donde se direcciona a la carpeta que contenga el Shapefile del cantón Chaguarpamba y se coloca **Add**.
- 10) Finalmente se mostrará el perfil del cantón Chaguarpamba con los puntos de los atractivos turísticos direccionados en la ubicación que corresponda en el territorio.

Tabla 7. Coordenadas Atractivos Turísticos

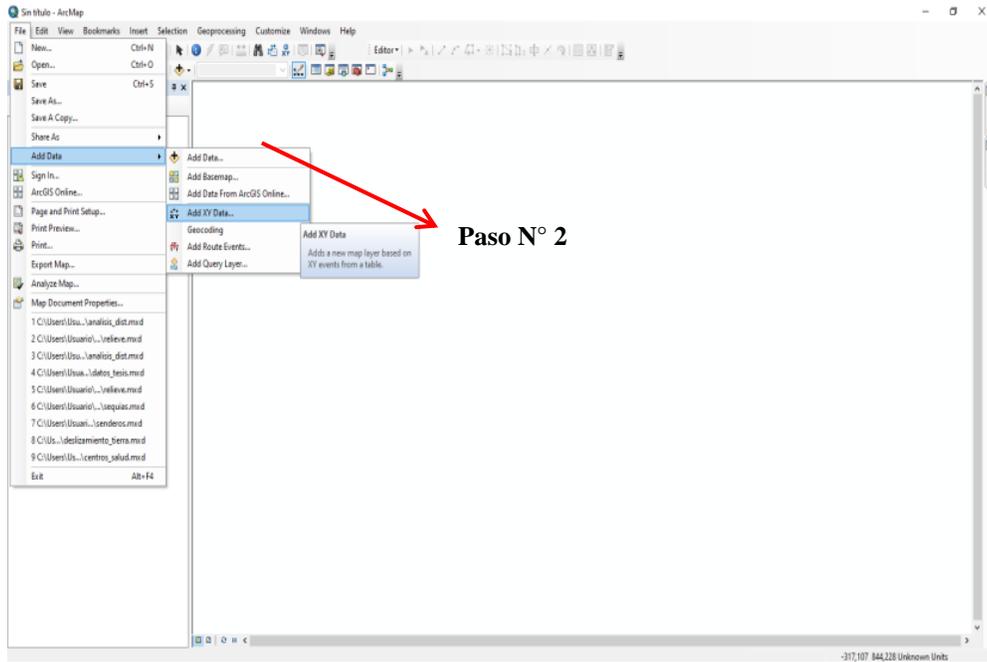
Nº	Nombre del Atractivo	X	Y
1	Iglesia Matriz de Chaguarpamba	-79,64488115	-3,876678349
2	Parque de La Madre	-79,64407888	-3,87722876
3	Plazoleta Miraflores	-79,645260	-3,877271
4	Casa Campo Verde	-79,644813	-3,880784
5	Monumento al Cafetalero	-79,64367048	-3,873592307
6	Finca Agroecológica Indera	-79,646306	-3,888117
7	Parque Central de El Rosario	-79,606561	-3,784867
8	Apiario Valarezo	-79,611938	-3,802978
9	Parque Central de Buena Vista	-79,715577	-3,892002
10	Parador Turístico La Delicia	-79,708721	-3,905927
11	Parador Turístico Rinconcito de Cielo	-79,711202	-3,905389
12	Parador Turístico Los Ñañitos	-79,726583	-3,844192
13	Petroglifos de Buenavista	-79,712075	-3,895553
14	Parque Central de Amarillos	-79,693908	-3,871648

N°	Nombre del Atractivo	X	Y
15	Mirador La Cruz del Calvario	-79,692899	-3,875993
16	Tasines de Amarillos	-79,699373	-3,891742
17	Petroglifos de Misquillana	-79,674912	-3,858612
18	Parque Central de Santa Rufina	-79,761739	-3,850089
19	Cerro Surapo/ Pan de azúcar	-79,619396	-3,895440
20	Cascada Las Zarzas	-79,616173	-3,876266
21	Rancho Gran Chaparral	-79,563775	-3,881832
22	Balneario Las Tilapias	-79,595981	-3,774506
23	Balneario El Campo de Naomi	-79,593280	-3,777823
24	Balneario El Recodo	-79,589188	-3,781731
25	Balneario El Trapiche	-79,585927	-3,787091
26	Cascadas de Lamederos	-79,70591	-3,91481
27	Balneario Agua y Sol	-79,718986	-3,835448
28	Cascadas de San Ramón	-79,679129	-3,884855
29	Balneario La Cascada	-79,77951352	-3,841844507
30	Balneario Las Juntas	-79,81119	-3,85026
31	Cascada y Laguna “Lozumbe”	-79,6673410022684	-3,86426613716494

Fuente: Datos del inventario del GAD del cantón Chaguarpamba.

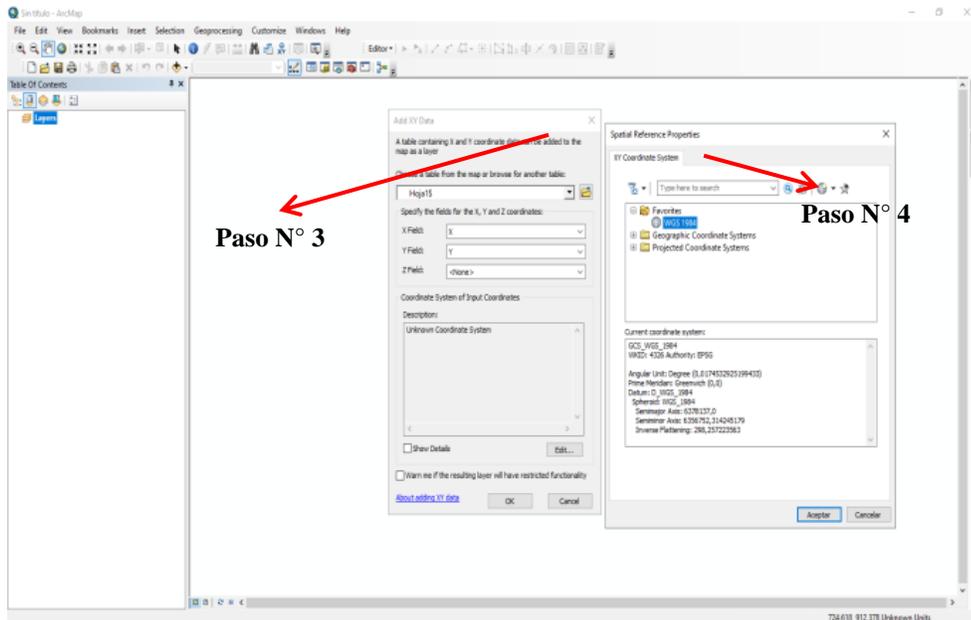
Elaboración: La Autora.

Figura N° 22 Representación de los Atractivos Turísticos. Paso N° 2



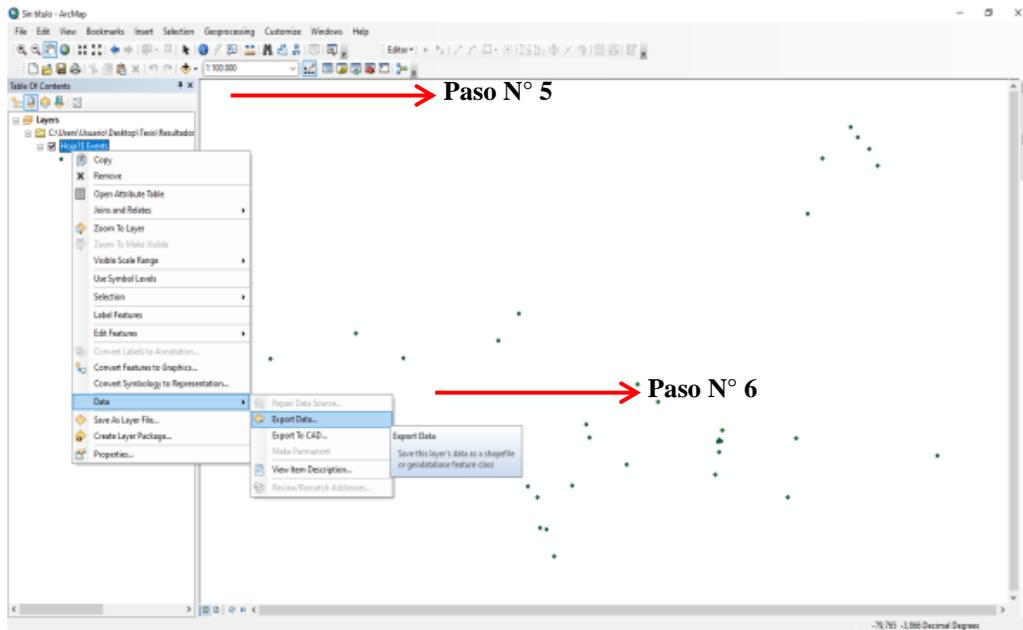
Fuente: Software ArcGIS.
Elaboración: La Autora.

Figura N° 23 Representación de los Atractivos Turísticos. Paso N° 3 y N°4



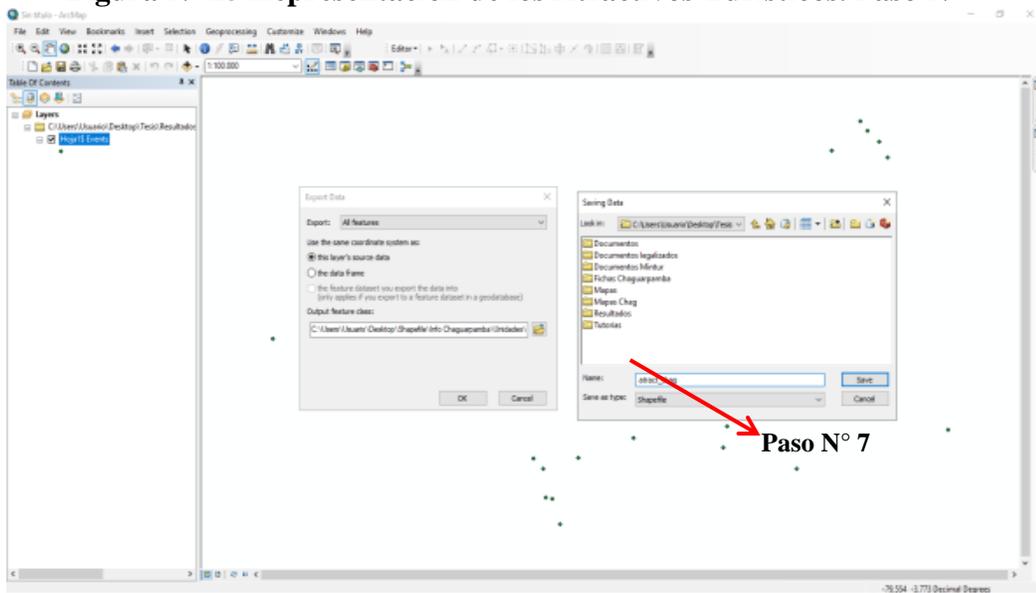
Fuente: Software ArcGIS.
Elaboración: La Autora.

Figura N° 24 Representación de los Atractivos Turísticos. Paso N°5 y N°6



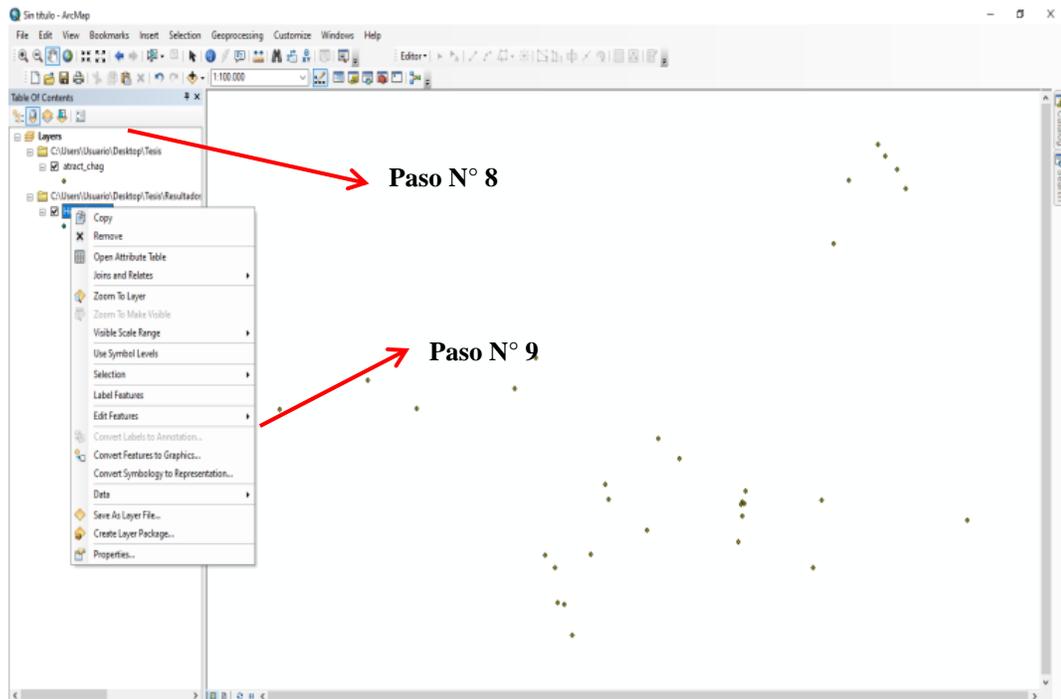
Fuente: Software ArcGIS.
Elaboración: La Autora.

Figura N° 25 Representación de los Atractivos Turísticos. Paso N° 7



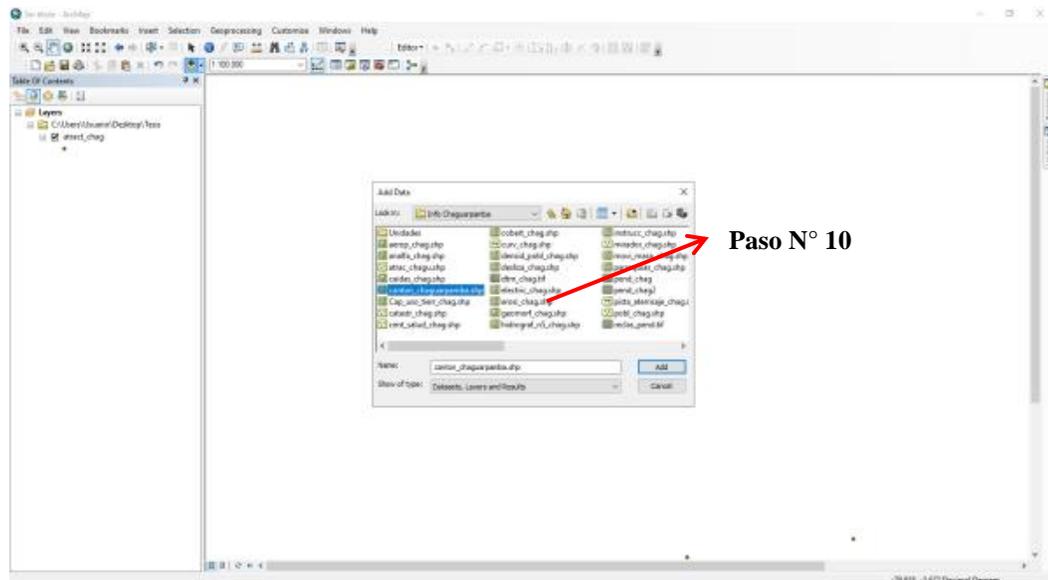
Fuente: Software ArcGIS.
Elaboración: La Autora.

Figura N° 26 Representación de los Atractivos Turísticos. Paso N° 8 y N° 9



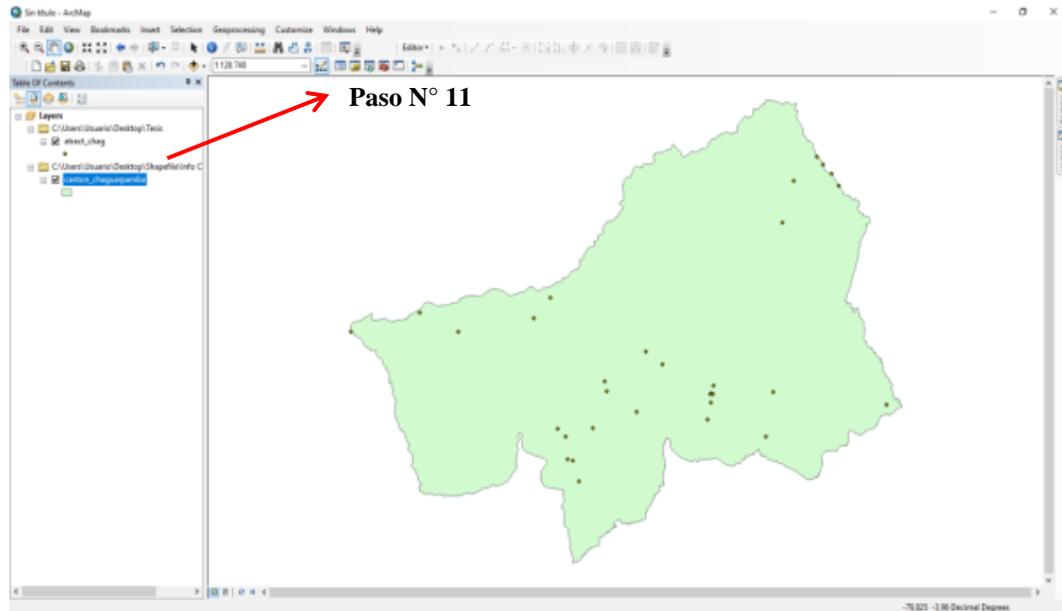
Fuente: Software ArcGIS.
Elaboración: La Autora.

Figura N° 27 Representación de los Atractivos Turísticos. Paso N° 10



Fuente: Software ArcGIS.
Elaboración: La Autora.

Figura N° 28 Representación de los Atractivos Turísticos. Paso N° 11



Fuente: Software ArcGIS.
Elaboración: La Autora.

6.1.6. Identificación y análisis de atractivos turísticos con cada una de las variables seleccionadas.

Una vez seleccionadas las variables, descargados los Shapefiles y realizado el mapa base del perfil del cantón Chaguarpamba e identificados los puntos de cada atractivo turístico levantado por las autoridades del GAD, se elabora de cada *map document* de cada variable, a continuación se muestra un ejemplo para cada variable.

6.1.6.1. Variable Accesibilidad y Conectividad.

- ***Accesibilidad-distancia.*** Ante el análisis de la variable Accesibilidad (distancia), se pudo evidenciar en el software ArcGIS, al momento de colocar los distintos Shapefiles, que existen atractivos turísticos que están alejados de los senderos y vías (pavimentadas, no pavimentadas y temporales), para ello se propuso la elaboración de un *buffer* o área de influencia para realizar el estudio en cuanto a la proximidad que pueda tener ciertos atractivos con la variable. Esta herramienta con la que cuenta el ArcGIS, genera un polígono que rodea una geometría en función a una distancia, misma que puede ser seleccionada en cualquier unidad de medida: metros,

kilómetros, pies, yardas, tal sea la medida que se necesite aplicar. Al momento de colocar en números la distancia, se analiza que no existe una norma o regla que manifieste la distancia precisa que se debe colocar para que un atractivo tenga acceso. Para la variable Planta Turística/Complementarios, así mismo en la literatura no existe una distancia establecida entre el atractivo turístico y la planta turística, es por ello que se recurrió a realizar la consulta a un panel de expertos o más conocido como

- **Método Delphi.** Es por ello que con el apoyo del instrumento de medición (encuesta o cuestionario) con preguntas direccionadas a un panel de 5 expertos en el tema, que tengan vinculación con el Turismo desde ciertas perspectivas, tanto profesional como laboral. El panel contó con los siguientes expertos: Funcionario del Ministerio de Turismo, Academia, Guía de Turismo, 2 Gerentes/propietarios de Agencias de Viaje. Se realizó una ronda de preguntas para llegar a un consenso final igualitario. Una vez contactados los expertos, se aplicó mediante correo electrónico, el instrumento de medición (encuesta) con dos preguntas específicas que permitió resolver el problema: Desde su punto de vista profesional; ¿A qué distancia (Metros/Kilómetros) de la vía principal un atractivo turístico debería ubicarse para considerarse de: fácil acceso; mediano acceso y difícil acceso?; De acuerdo a su experiencia profesional/laboral; ¿Cuál es la distancia óptima (Metros/Kilómetros) que debería existir entre un atractivo turístico y la planta turística (Alojamiento, restauración, esparcimiento...) que facilitaría la actividad turística?. Para ello se obtuvo los siguientes resultados detallados en la Tabla N°8:

Tabla 8. Resultados del Método Delphi

Experto	Profesión/ Ocupación	1° Pregunta			2° Pregunta
		Fácil acceso	Mediano Acceso	Difícil Acceso	
Primer Experto	Arquitecto/Funcionario Público	2 Km	5 Km	10 Km	50 Km en vehículo; no más de 2 Horas.
Segundo Experto	Ing. Administración Turística/Docente	El criterio debería ser: Baja dificultad, Mediana dificultad o alta dificultad. Ya que se toma en cuenta el tiempo, la seguridad, el entorno y la distancia que lleva llegar a un atractivo-			Según mi criterio un atractivo debe tener acceso a planta turística dentro de su espacio geográfico inmediato.
Tercer Experto	Guía de turismo, docente-educador	Junto a la vía	Menor a 2 km de la vía principal	Mayor a 2 km de la vía principal	Dentro de la circunscripción a la cual pertenece el atractivo turístico.
Cuarto Experto	Consultor de Turismo	Los criterios de accesibilidad no se los determina solo por distancia, sino se toma en cuenta criterios de facilidades turísticas complementarias como (pasamanos, senderos, gradas, señalización etc.).			No existe una distancia optima por kilómetros, desde mi criterio lo que importa es la jerarquía del atractivo y para ello se tiene la metodología del MINTUR.
Quinto Experto	Gerente de Agencia de Viajes	Depende de varios criterios: por tiempo, por la distancia, por la calidad o condiciones del terreno (vertical, empinado, etc.), o por el nivel de dificultad.			Es muy relativo en cuanto al trabajo del territorio, depende del atractivo turístico y los turistas.

Fuente: Resultados obtenidos de la aplicación del instrumento de medición (encuesta).

Elaboración: La Autora.

Con los resultados se concluyó que se crearán buffer con los siguientes datos: Fácil Acceso: desde la vía principal hasta 2Km. Mediano Acceso: 2 Km a 5 Km. Difícil Acceso: 5 Km a 10 Km

- ***Elaboración del mapa de Accesibilidad – Distancia***

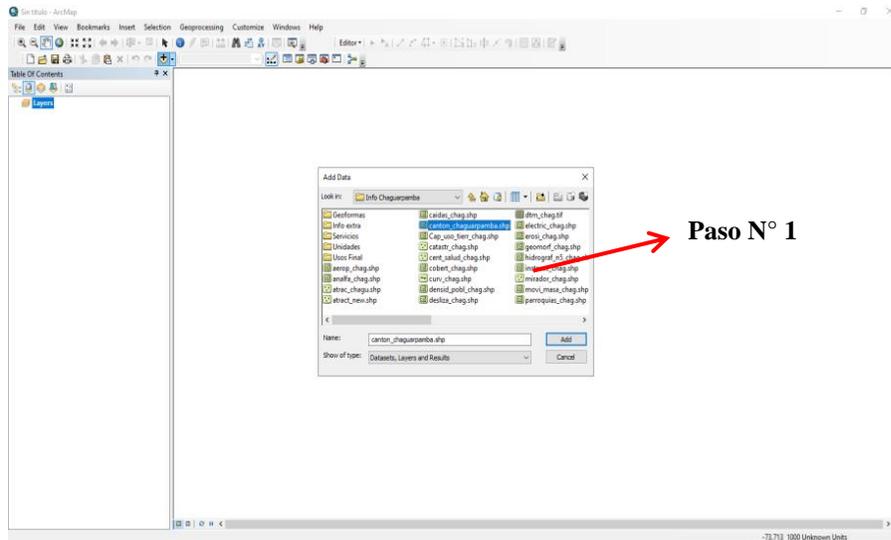
Pasos:

- 1) En un *map document* se coloca el mapa base del cantón Chaguarpamba. Se agrega en **Add Data** y selecciona el Shapefile antes creado del perfil del cantón Chaguarpamba.
- 2) Una vez agregado el mapa base, se coloca el Shapefile de senderos_1 siguiendo el mismo procedimiento.
- 3) El Shapefile arroja todos los senderos, se realizará un recorte solo para mostrar los senderos del cantón Chaguarpamba, procedimiento que se realizará para todos los Shapefiles, ya que la información descargada es de todo el territorio Ecuatoriano. Para ello damos clic en el **ArcToolbox** icono ubicado en la parte superior. Donde se desplazará una caja de herramientas y se selecciona la opción **Analysis Tools**, luego **Extract**, y finalmente la opción **Clip**.
- 4) Se colocará en la parte superior **Input Features** el Shapefile de Senderos, y en **Clip Features** el Shapefile del cantón Chaguarpamba. En **Output Features Class**, se guardará el futuro recorte, para este ejemplo se colocará de la siguiente manera **sendero_chag**. Damos ok.
- 5) Una vez creado el Shapefile se desactiva el Shapefile de sendero_1 para únicamente tener el recorte realizado.
- 6) Se realiza el mismo procedimiento de recorte para todos los Shapefiles descargados con anterioridad. Para la creación de este mapa se agrega el Shapefile de Vías con el recorte denominado **via_chag**, y el Shapefile de los puntos de los atractivos turísticos denominado **atract_chagu** para el respectivo análisis, mostrado de la siguiente manera:

- 7) Para el análisis se necesitará crear los buffer sobre las vía principal o pavimentada para ello es necesario activar las categorías de las vías. Se colocará sobre la capa **via_chag** se dará clic izquierdo en donde se desplazará una lista y se elige la opción **properties**. Aparecerá un nuevo cuadro en donde daremos clic en la opción **Symbology**, luego **Categories**, ya en la opción **Value Field**, elegimos la opción **rst_desc**, finalmente **Add All Values** y **Aceptar**.
- 8) Aparecerá las categorías debajo del Shapefile de vías: **DURO/PAVIMENTADO; SUELTO/NO PAVIMENTADO; TEMPORAL**. En donde se puede cambiar de color, tamaño y forma para su mejor visualización.
- 9) Como se mencionó para este mapa se creará buffer con el cuadro de distancias sobre el Shapefile de vías que es el de nuestro interés, es importante mencionar que se creará el buffer sobre las vías principales que son las de mejor acceso en este caso **DURO/PAVIMENTADO**. Para ello se dará clic izquierdo sobre la capa de **via_chag** y se elige la opción **Open Attribute Table**.
- 10) Ya en la tabla de Atributos se señalará la opción **rst_desc**, en la parte superior el tercer icono se dará clic denominado **Select by Attributes**, aparecerá un nuevo cuadro, en donde se debe elegir solo los que tengan por renombre **DURO/PAVIMENTADO**, para ello se colocara la fórmula **“rst_desc”=”DURO/PAVIMENTADO”**. Finalmente **Apply** y **Close**.
- 11) Se mostrará la selección en el mapa, luego se realizará un nuevo Shapefile de vía pavimentada. Se sigue el mismo procedimiento de **Data y Export Data** mostrado con anterioridad creando un Shapefile con el nombre **via_pav**.
- 12) Una vez creado el Shapefile de nuestro interés **via_pav**, se creará el buffer sobre la misma. Se dará clic en el **ArcToolbox** icono ubicado en la parte superior. Donde se desplazará una caja de herramientas, se dará clic en la opción **Analysis Tools**, luego **Proximity**, finalmente **buffer**. Aparecerá un nuevo cuadro, se colocará en **Input Features** el Shapefile de **via_pav**, y en **Distance (línear unit)** la distancia en metros de la primera distancia del cuadro que es **2 Km**. Para guardarlo en el icono **Output Features Class**, se colocará como nombre **via_pav_buffer 1**. Finalmente **Ok**.

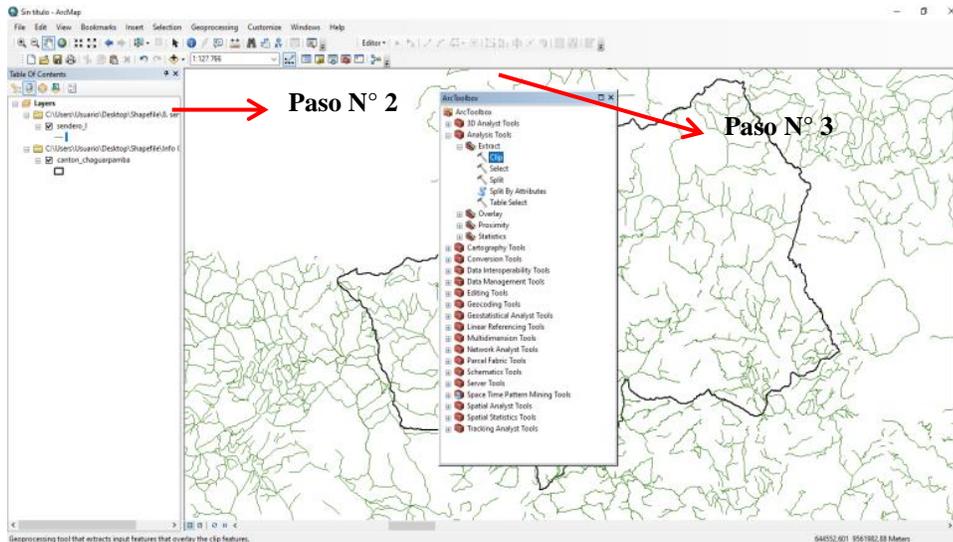
- 13) Finalmente aparecerá el **buffer 1** correspondiente al enunciado desde la vía principal – 2Km según los criterios de los expertos.
- 14) Siguiendo el mismo procedimiento se crearán los **buffer 2 y 3** con los criterios de 5 Km y 10 Km según la tabla de los expertos. Finalmente se obtiene el mapa de accesibilidad-distancia.

Figura N° 29 Elaboración del mapa de Accesibilidad – Distancia. Paso N° 1



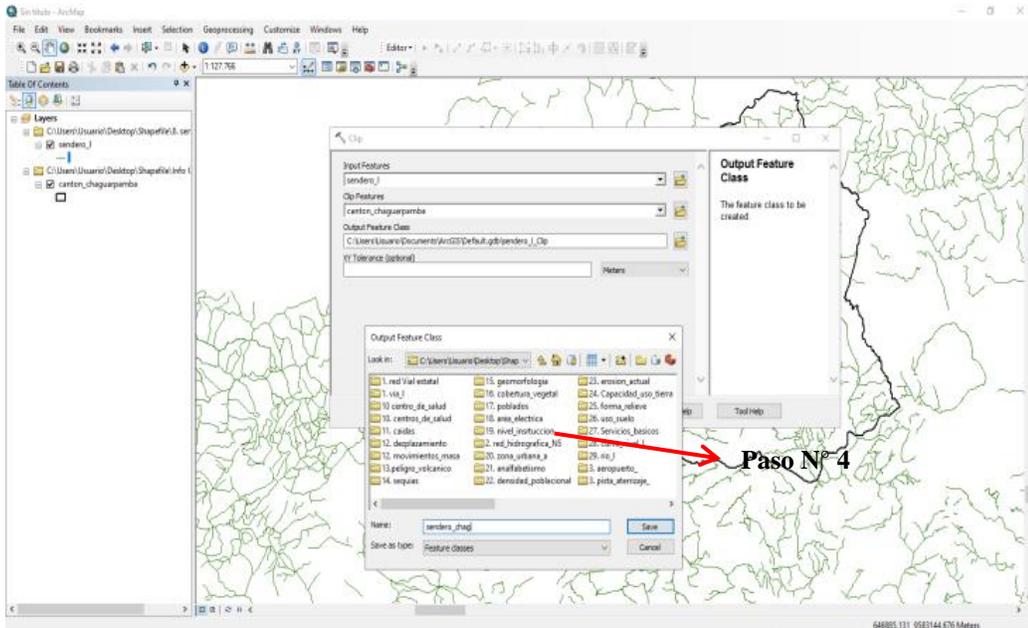
Fuente: Software ArcGIS
Elaboración: La Autora.

Figura N° 30 Elaboración del mapa de Accesibilidad – Distancia. Paso N° 2 y N° 3



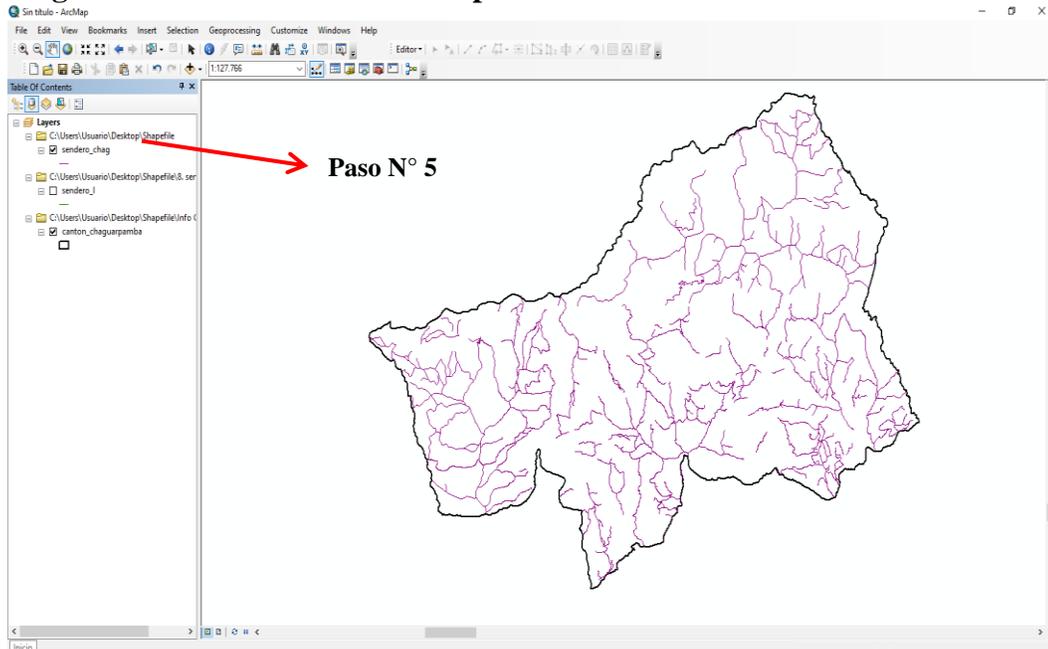
Fuente: Software ArcGIS
Elaboración: La Autora.

Figura N° 31 Elaboración del mapa de Accesibilidad – Distancia. Paso N° 4



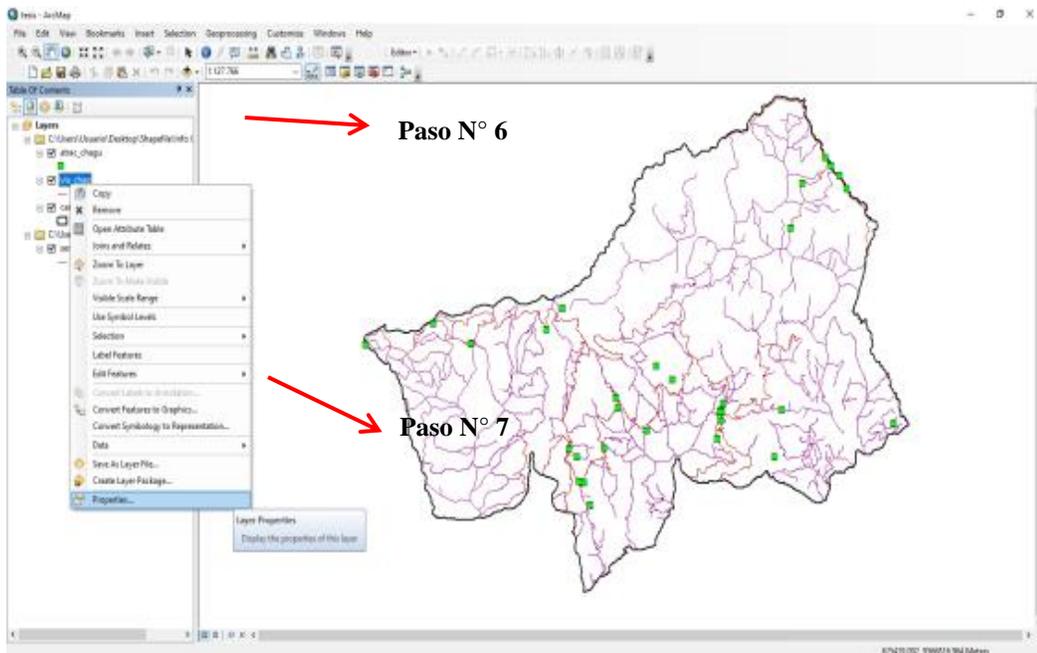
Fuente: Software ArcGIS
Elaboración: La Autora.

Figura N° 32 Elaboración del mapa de Accesibilidad – Distancia. Paso N° 5



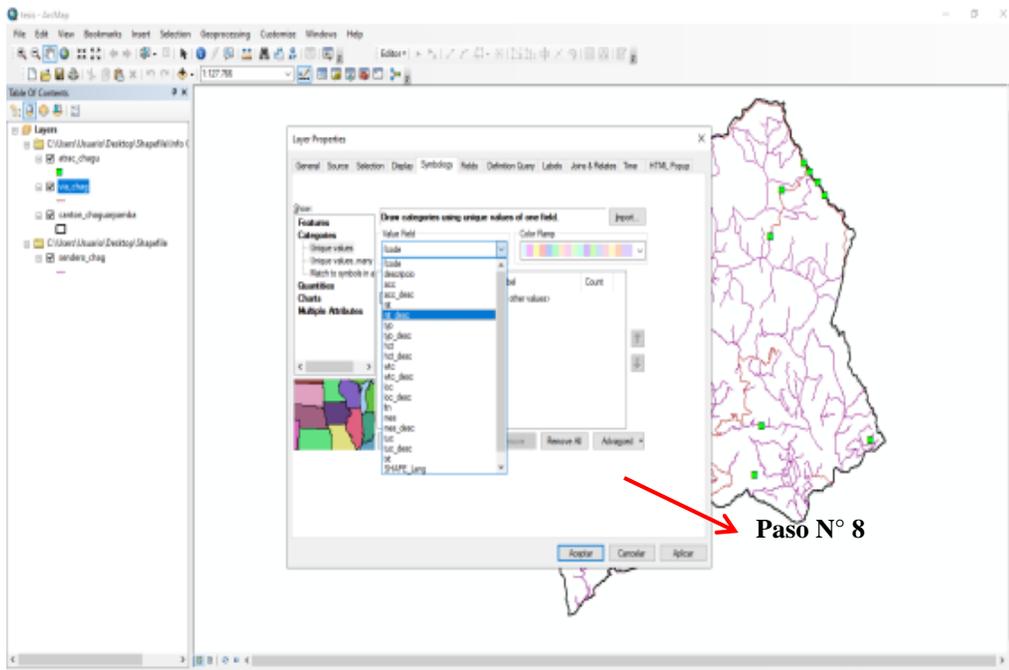
Fuente: Software ArcGIS
Elaboración: La Autora.

Figura N° 33 Elaboración del mapa de Accesibilidad – Distancia. Paso N° 6 y N° 7



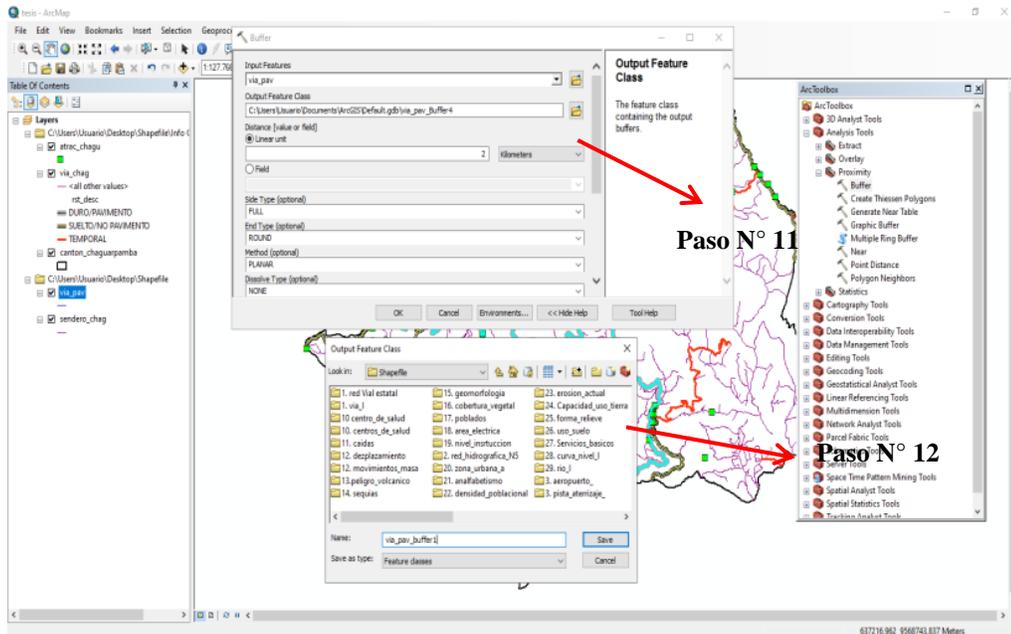
Fuente: Software ArcGIS
Elaboración: La Autora.

Figura N° 34 Elaboración del mapa de Accesibilidad – Distancia. Paso N° 8



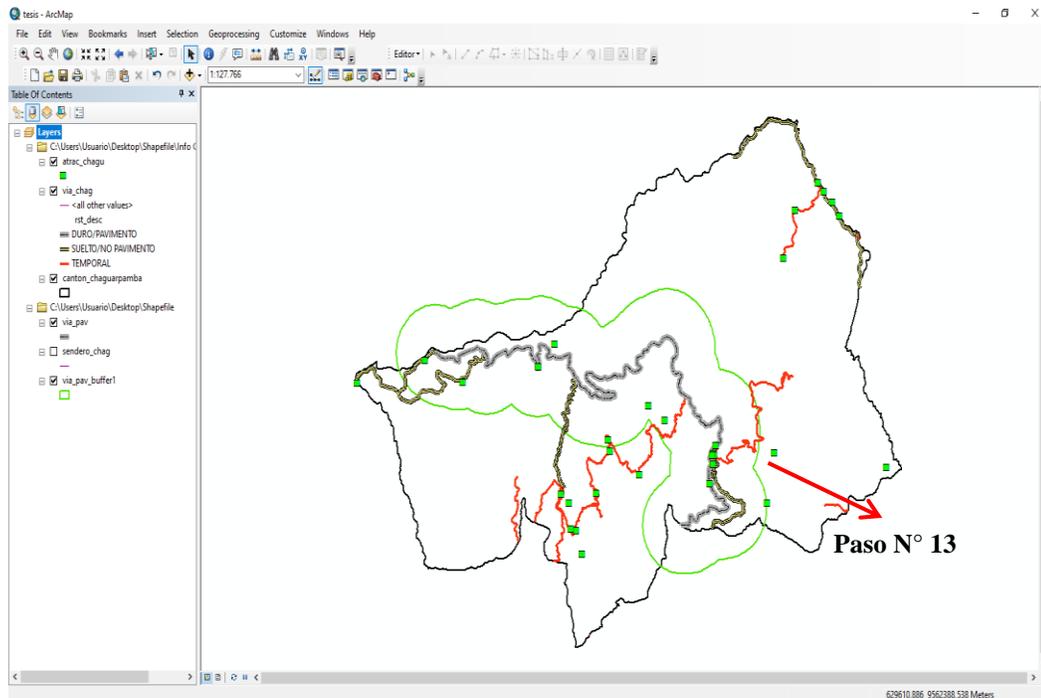
Fuente: Software ArcGIS
Elaboración: La Autora.

Figura N° 37 Elaboración del mapa de Accesibilidad – Distancia. Paso N° 11 y N° 12



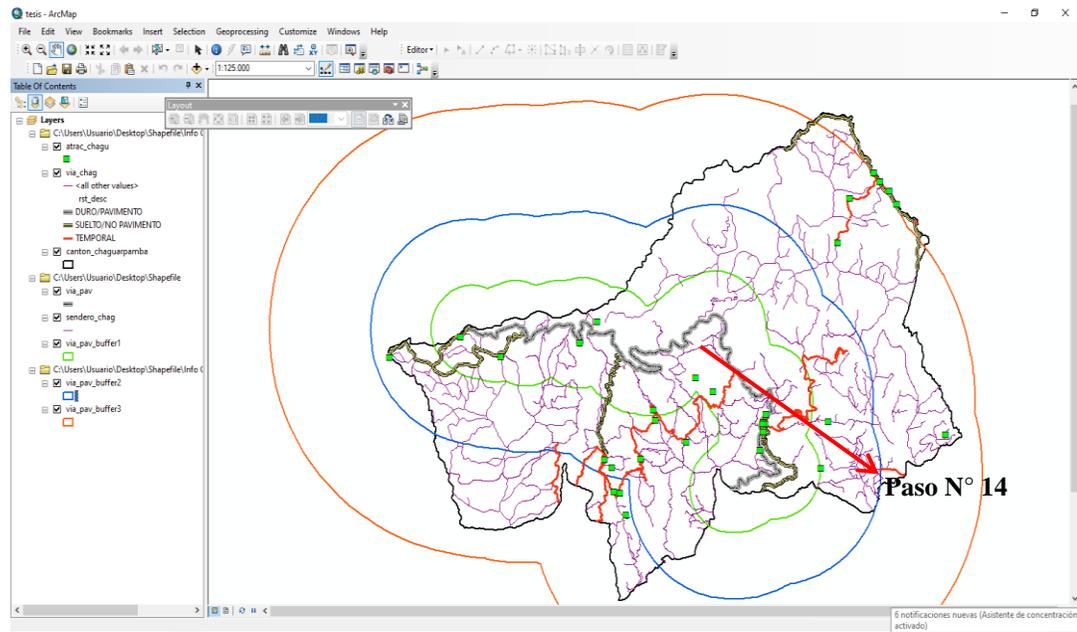
Fuente: Software ArcGIS
Elaboración: La Autora.

Figura N° 38 Elaboración del mapa de Accesibilidad – Distancia. Paso N° 13



Fuente: Software ArcGIS
Elaboración: La Autora.

Figura N° 39 Elaboración del mapa de Accesibilidad – Distancia. Paso N° 14



Fuente: Software ArcGIS
Elaboración: La Autora.

- **Variable Higiene y seguridad turística.** Centros de Salud

Para la variable Higiene y seguridad turística tomamos como ejemplo la elaboración del mapa Centros de Salud, para ello seguimos el siguiente procedimiento:

Elaboración del mapa de Centro de Salud

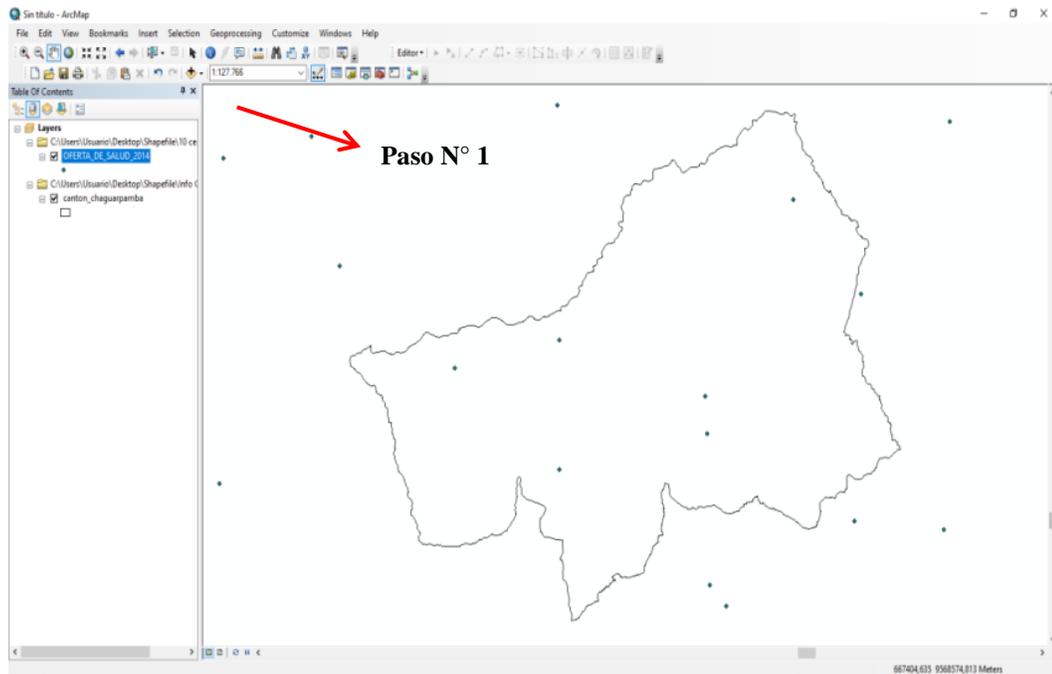
Pasos:

- 1) En un *map document* se agrega el perfil del cantón Chaguarpamba, con clic en **Add Data** y selecciona el Shapefile antes creado y el Shapefile de centros_salud.
- 2) Se muestra todos los centros de salud (OFERTA_DE_SALUD_2014), por lo que se realizará un recorte solo para mostrar los centros de salud que se encuentran dentro del cantón Chaguarpamba. Se dará clic en el **ArcToolbox** icono ubicado en la parte superior. Se desplazará una caja de herramientas y elegimos la opción **Analysis Tools**, luego **Extract**, y finalmente la opción **Clip**.
- 3) Se mostrará una pestaña en donde en **Input Features** se coloca el Shapefile de OFERTA_DE_SALUD_2014, y en **Clip Features** el Shapefile del cantón

Chaguarpamba. En **Output Features Class**, se guardará el futuro recorte, para este ejemplo se colocará de la siguiente manera **cent_salud_chag**. Ok, el recorte estará elaborado.

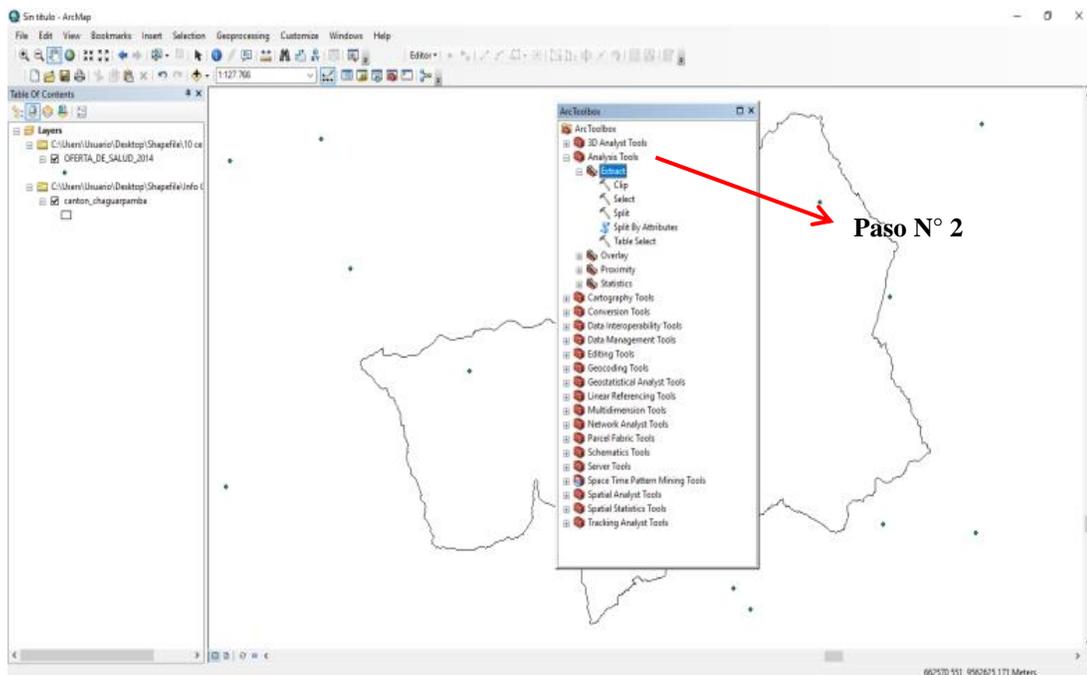
- 4) Una vez creado el Shapefile se desactiva el Shapefile de CENTROS_DE_SADUD_2014 para únicamente tener el recorte realizado y se agrega el Shapefile de los puntos de los atractivos turísticos denominado **atract_chagu** y las parroquias del cantón Chaguarpamba previamente recortadas denominada **parroquias_chag** para el respectivo análisis.
- 5) Para una mejor interpretación se agrega color a cada parroquia, se activará las etiquetas de los nombres en la opción **Label**, esto ayudará para mejor la ubicación de los atractivos turísticos. Se da clic izquierdo sobre la capa de parroquias_chag, se desplazará un listado y se elige la opción **Properties** y **Label**. Aparecerá un cuadro y en la opción **Symbology**, se elige la opción Categories, ya en esta opción en el cuadro donde por nombre tiene **Value Field** se elige la opción **DPA_DESPAR**, finalmente clic en **Add All Values**.
- 6) Ya en este cuadro aplicamos clic sobre cada uno de los cuadros pequeños de distintos colores junto al nombre de las parroquias del cantón, para ello se elige el color de preferencia, **Aceptar**, **Aplicar** y se obtiene un mapa temático con una mejor interpretación.

Figura N° 40 Elaboración del mapa Centro de Salud. Paso N° 1



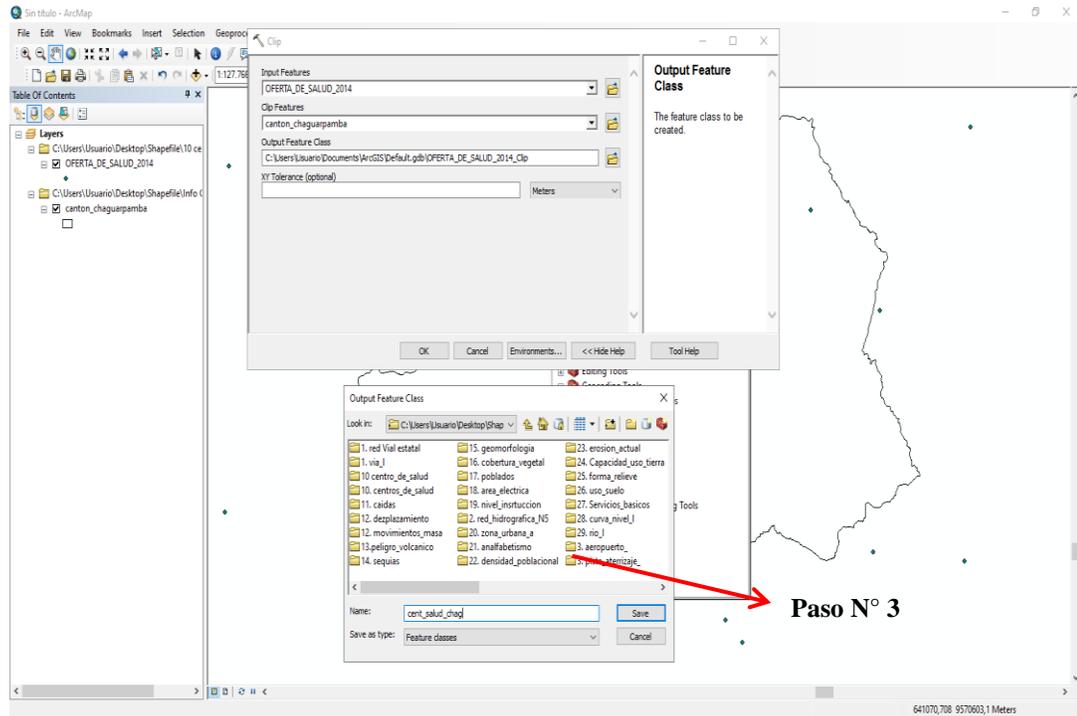
Fuente: Software ArcGIS
Elaboración: La Autora.

Figura N° 41 Elaboración del mapa Centro de Salud. Paso N° 2



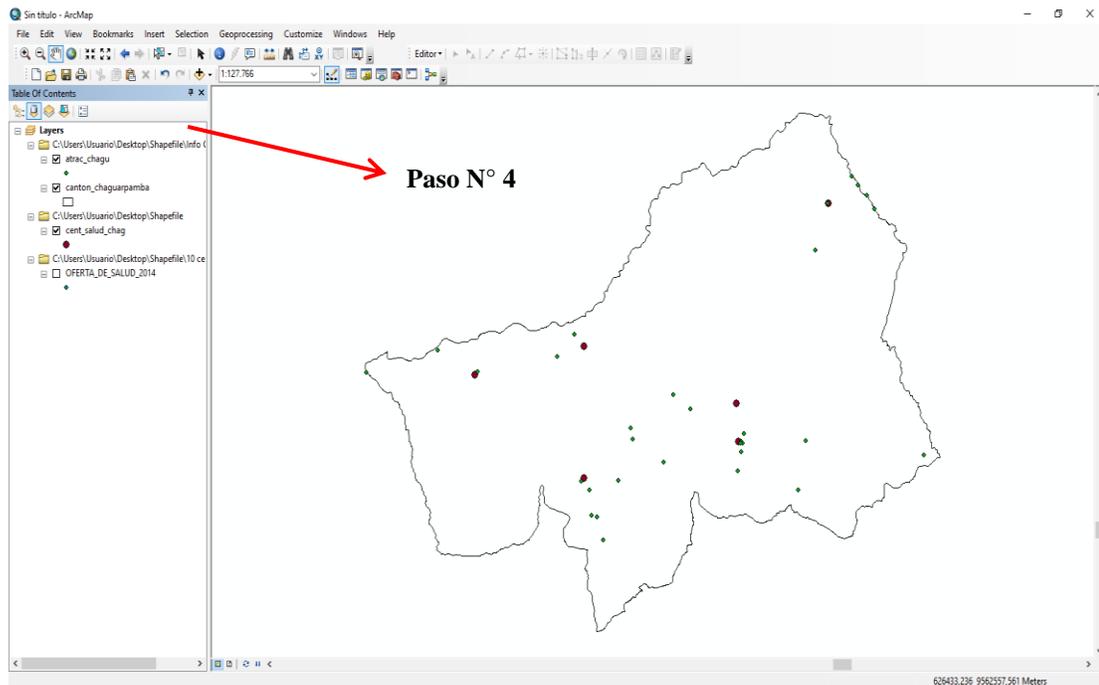
Fuente: Software ArcGIS
Elaboración: La Autora.

Figura N° 42 Elaboración del mapa Centro de Salud. Paso N° 3



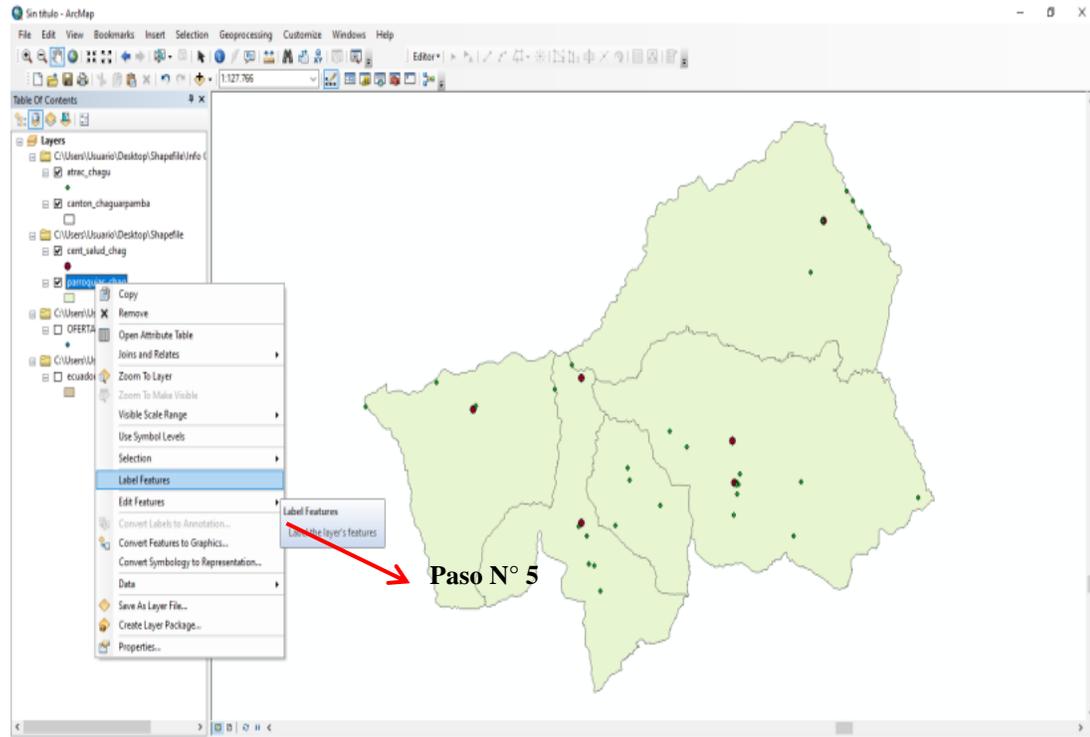
Fuente: Software ArcGIS
Elaboración: La Autora.

Figura N° 43 Elaboración del mapa Centro de Salud. Paso N° 4



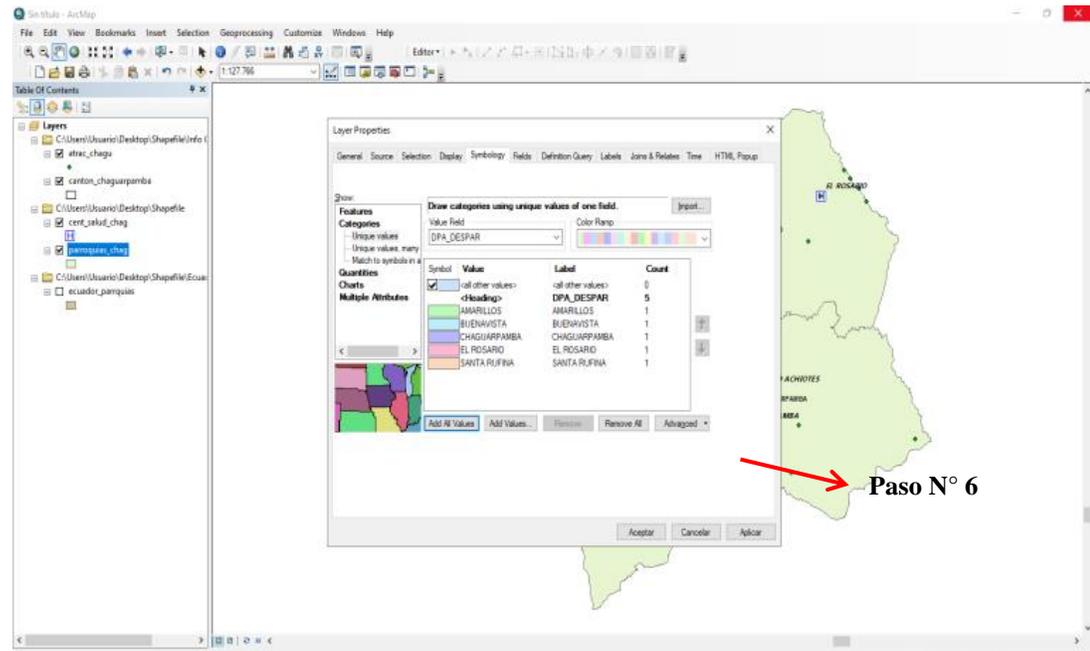
Fuente: Software ArcGIS
Elaboración: La Autora.

Figura N° 44 Elaboración del mapa Centro de Salud. Paso N° 5



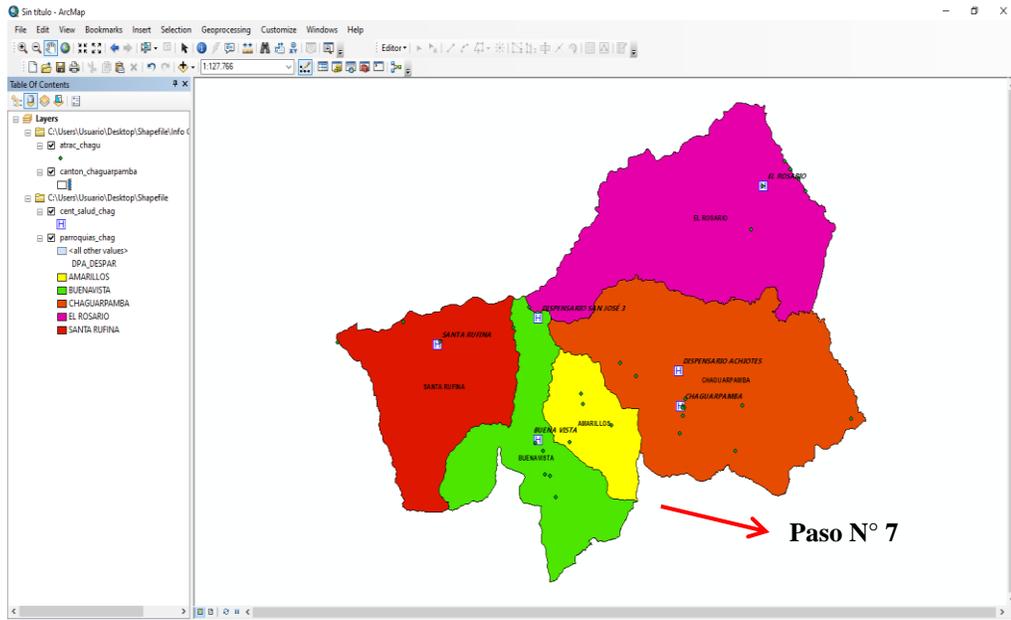
Fuente: Software ArcGIS
Elaboración: La Autora.

Figura N° 45 Elaboración del mapa Centro de Salud. Paso N° 6



Fuente: Software ArcGIS
Elaboración: La Autora.

Figura N° 46 Elaboración del mapa Centro de Salud. Paso N° 7

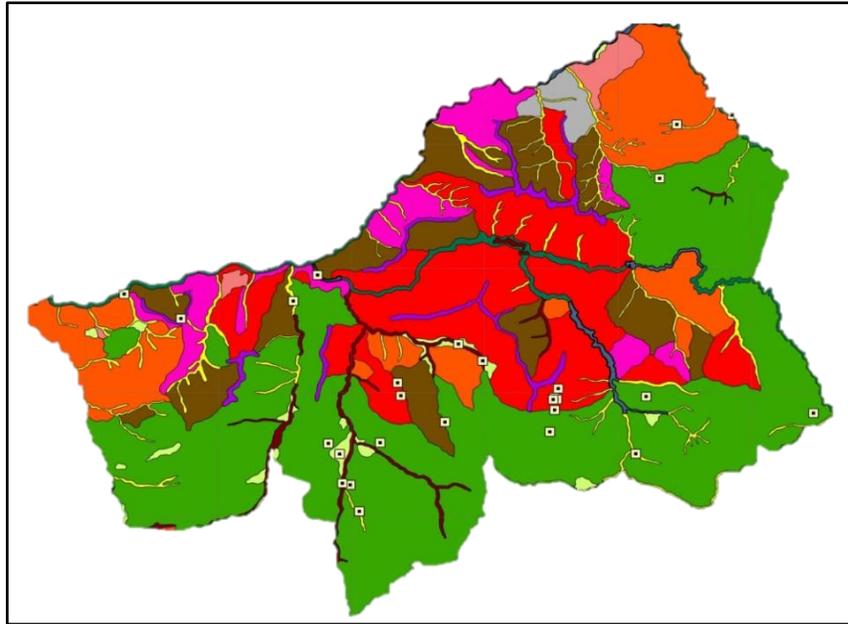


Fuente: Software ArcGIS
Elaboración: La Autora.

- **Mapas complementarios.** Relieve

Para complementar la investigación se realizó un mapa de Relieve, se siguió el procedimiento correspondiente mencionado con anterioridad, teniendo como resultado el siguiente mapa:

Figura N° 47 Mapa de Relieve



Fuente: Software ArcGIS
Elaboración: La Autora.

Para comprender de una mejor manera el mapa se realizó matrices resumen indicando de cada atractivo turístico del cantón Chaguarpamba en que geoforma se encuentra como lo indica en la Tabla N° 9, aquí se podrá observar cuántos atractivos hay por cada geoforma, su ubicación geográfica y política; por otro lado en la Tabla N° 10 se observa que tipo de cobertura vegetal existe por cada geoforma, cuál es su uso y cuántas hectáreas por área tiene cada una.

Tabla 9. Matriz de Geoformas con ubicación de atractivos turísticos

N°	Geoforma	N° de Atractivos Turísticos	Nombre del Atractivo Turístico	Ubicación Política	Ubicación Geográfica	
					X	Y
1	Barranco	4	Balneario la Cascada	Parroquia Santa Rufina	-79,77951352	-3,841844507
			Cascada de Lamederos	Parroquia Buenavista	-79,70591	-3,91481
			Cerro Surapo Pan de Azúcar	Parroquia Chaguarpamba	-79,619396	-3,895440
			Parador Turístico los Ñañitos	Parroquia Buenavista	-79,726583	-3,844192
2	Coluvio Aluvial	2	Cascada y Laguna Lozumbe	Parroquia Chaguarpamba	-79,6673410	-3,86426613
			Petroglifos de Misquillana	Parroquia Chaguarpamba	-79,674912	-3,858612
3	Coluvión Antiguo	2	Petroglifos de Buenavista	Parroquia Buenavista	-79,712075	-3,895553
			Parque Central del Rosario	Parroquia El Rosario	-79,606561	-3,784867
4	Interfluvio de cimas	1	Parque Central de Santa Rufina	Parroquia Santa Rufina	-79,761739	-3,850089
5	Relieve Colinado Alto	1	Balneario las Juntas	Parroquia Santa Rufina	-79,81119	-3,85026
6	Relieve Colinado Medio	0	-	-		
			Apiario Valarezo	Parroquia El Rosario	-79,611938	-3,802978
			Cascada las Zarzas	Parroquia Chaguarpamba	-79,616173	-3,876266
			Cascadas de San Ramón	Parroquia Amarillos	-79,679129	-3,884855
			Finca Agroecológica Indera	Parroquia Chaguarpamba	-79,646306	-3,888117
			Parador Turístico la Delicia	Parroquia Buenavista	-79,708721	-3,905927
7	Relieve Montañoso	9	Parador Turístico Rinconcito del Cielo	Parroquia Buenavista	-79,711202	-3,905389

N°	Geoforma	N° de Atractivos Turísticos	Nombre del Atractivo Turístico	Ubicación Política	Ubicación Geográfica	
					X	Y
			Parque Central de Buenavista	Parroquia Buenavista	-79,715577	-3,892002
			Rancho Gran Chaparral	Parroquia Chaguarpamba	-79,563775	-3,881832
			Tasines de Amarillos	Parroquia Amarillos	-79,699373	-3,891742
8	Restos de Superficie Estructural	0	-	-		
9	Terraza baja y cauce actual	0	-	-		
10	Valle en V	3	Balneario el Campo de Naomi	Parroquia El Rosario	-79,593280	-3,777823
			Balneario el Recodo	Parroquia El Rosario	-79,589188	-3,781731
			Balneario las Tilapias	Parroquia El Rosario	-79,595981	-3,774506
11	Valle Fluvial	1	Balneario Agua y Sol	Parroquia Buenavista	-79,718986	-3,835448
12	Vertiente Abrupta con fuerte Disección	0	-	-		
13	Vertiente Heterogénea con fuerte Disección	0	-	-		
14	Vertiente Rectilínea	7	Casa Campo Verde	Parroquia Chaguarpamba	-79,644813	-3,880784
			Iglesia Matriz de Chaguarpamba	Parroquia Chaguarpamba	-79,64488115	-3,876678349
			Parque de la Madre	Parroquia Chaguarpamba	-79,64407888	-3,87722876
			Plazoleta Miraflores	Parroquia Chaguarpamba	-79,645260	-3,877271
			Monumento al Cafetalero	Parroquia Chaguarpamba	-79,64367048	-3,873592307

N°	Geoforma	N° de Atractivos Turísticos	Nombre del Atractivo Turístico	Ubicación Política	Ubicación Geográfica	
					X	Y
			Parque Central de Amarillos	Parroquia Amarillos	-79,693908	-3,871648
			Mirador la Cruz del Calvario	Parroquia Amarillos	-79,692899	-3,875993

Fuente: Software ArcGIS.
Elaboración: La Autora.

Tabla 10. Matriz de cobertura vegetal de cada Geoforma

N°	Geoforma	Uso	Cobertura	Área (Hectáreas)	Total	
1	Barranco	Antrópico	Café	0,567807	708,10316	
			Caña de azúcar	9,179992		
			Centro poblado	0,159165		
			Bosque húmedo medianamente alterado	69,193503		
			Bosque húmedo muy alterado	313,118031		
			Bosque húmedo poco alterado	23,681564		
			Vegetación herbácea húmeda medianamente alterada	3,176953		
			Vegetación herbácea húmeda muy alterada	5,659687		
			Agropecuario mixto	Pasto cultivado con presencia de árboles		3,984215
			Pecuario	Pasto cultivado		260,447455
2	Coluvio Aluvial	Agrícola	Maíz	44,371196	263,5825	
			Café	0,398969		
			Caña de azúcar	25,963177		

		Antrópico	Centro poblado	2,103387	
			Bosque húmedo medianamente alterado	14,393893	
		Conservación y protección	Bosque húmedo muy alterado	125,483557	
			Bosque húmedo poco alterado	21,418941	
			Matorral húmedo muy alterado	0,238509	
		Conservación y producción	Vegetación herbácea húmeda medianamente alterada	0,906386	
			Vegetación herbácea húmeda muy alterada	5,561929	
		Pecuario	Pasto cultivado	22,742559	
			Maíz	23,877926	
		Agrícola	Café	6,759078	
			Caña de azúcar	45,638355	
		Antrópico	Centro poblado	2,108836	
			Bosque húmedo medianamente alterado	5,337829	
3	Coluvión Antiguo	Conservación y protección	Bosque húmedo muy alterado	67,22644	223,78894
			Bosque húmedo poco alterado	8,191722	
			Matorral húmedo muy alterado	4,255438	
		Conservación y producción	Vegetación herbácea húmeda muy alterada	8,310512	
		Pecuario	Pasto cultivado	50,835464	
		Avícola	Granja avícola	1,247344	
		Agrícola	Maíz	15,413769	
			Caña de azúcar	4,159683	
4	Interfluvio de cimas	Antrópico	Centro poblado	16,278227	362,90138
		Conservación y protección	Bosque húmedo medianamente alterado	1,085229	
			Bosque húmedo muy alterado	72,804369	

		Matorral húmedo medianamente alterado	11,499527	
		Matorral húmedo muy alterado	35,72019	
	Pecuario	Pasto cultivado	202,508811	
	Agropecuario mixto	Pasto cultivado con presencia de árboles	3,431578	
		Maíz	6,535323	
	Agrícola	Café	4,383287	
		Caña de azúcar	14,819073	
	Antrópico	Cantera	1,574793	
		Centro poblado	4,359492	
		Bosque húmedo medianamente alterado	303,396429	
	Conservación y protección	Bosque húmedo muy alterado	274,635939	
		Bosque húmedo poco alterado	5,924741	1075,9772
		Matorral húmedo muy alterado	4,444836	
	Conservación y producción	Vegetación herbácea húmeda muy alterada	64,2055	
	Pecuario	Pasto cultivado	380,081112	
	Agropecuario mixto	Pasto cultivado con presencia de árboles	8,748626	
	Agua	Río doble	0,206228	
	Avícola	Granja avícola	2,661773	
		Maíz	52,977554	
	Conservación y protección	Bosque húmedo medianamente alterado	1,595819	347,51102
		Bosque húmedo muy alterado	2,558808	

6	Relieve Colinado Medio		Matorral húmedo medianamente alterado	0,053072	
			Matorral húmedo muy alterado	13,036852	
		Conservación y producción	Vegetación herbácea húmeda medianamente alterada	0,695674	
		Pecuario	Pasto cultivado	276,593243	
7	Relieve Montañoso	Agrícola	Maíz	124,826904	
			Café	19,417069	
			Caña de azúcar	71,302889	
			Campamento empresarial	8,267224	
		Antrópico	Área en proceso de urbanización	2,764803	
			Complejo recreacional	3,178429	
			Centro poblado	25,426317	
		Conservación y protección	Bosque húmedo medianamente alterado	620,991132	7586,2318
			Bosque húmedo muy alterado	2511,930446	
			Bosque húmedo poco alterado	371,907737	
			Matorral húmedo medianamente alterado	87,775899	
			Matorral húmedo muy alterado	519,353616	
Matorral húmedo poco alterado	3,38971				
Conservación y producción	Vegetación herbácea húmeda medianamente alterada	279,876028			

			Vegetación herbácea húmeda muy alterada	332,125619	
			Vegetación herbácea húmeda poco alterada	7,454805	
		Pecuario	Pasto cultivado	2580,56055	
		Agropecuario mixto	Pasto cultivado con presencia de árboles	15,663716	
		Agua	Río doble	0,018953	
8	Restos de Superficie Estructural	Conservación y protección	Matorral húmedo muy alterado	19,166012	336,42663
		Pecuario	Pasto cultivado	317,260621	
			Bosque húmedo poco alterado	0,421603	
9	Terraza baja y cauce actual	Conservación y protección	Matorral húmedo medianamente alterado	0,288428	36,163911
			Matorral húmedo muy alterado	0,611793	
		Pecuario	Pasto cultivado	9,332628	
		Agua	Río doble	24,513199	
		Agrícola	Maíz	12,332809	
		Antrópico	Complejo recreacional	0,085789	
			Centro poblado	1,133007	
10	Valle en V		Bosque húmedo medianamente alterado	34,908197	419,14112
		Conservación y protección	Bosque húmedo muy alterado	52,681869	
			Matorral húmedo medianamente alterado	11,149242	

			Matorral húmedo muy alterado	33,201468	
		Conservación y producción	Vegetación herbácea húmeda muy alterada	3,59571	
		Pecuario	Pasto cultivado	208,91858	
		Agua	Río doble	61,134445	
		Agrícola	Maíz	23,875657	
			Caña de azúcar	12,207089	
11	Valle Fluvial	Antrópico	Mina	0,600263	
		Conservación y protección	Bosque húmedo muy alterado	24,060496	
			Matorral húmedo medianamente alterado	0,115808	145,15929
			Matorral húmedo muy alterado	28,118151	
		Pecuario	Pasto cultivado	37,700417	
		Agua	Río doble	17,767595	
		Tierras improductivas	Banco de arena	0,02586	
		Agrícola	Maíz	13,705724	
			Caña de azúcar	1,172389	
		Antrópico	Centro poblado	1,819288	
			Bosque húmedo muy alterado	153,683079	
12	Vertiente Abrupta con fuerte Disección	Conservación y protección	Matorral húmedo medianamente alterado	8,68402	1172,7608
			Matorral húmedo muy alterado	111,002036	
		Conservación y producción	Vegetación herbácea húmeda medianamente alterada	55,533727	

13	Vertiente Heterogénea con fuerte Disección	Pecuario	Pasto cultivado	825,683078	
		Agrícola	Maíz	34,313804	
			Caña de azúcar	7,869992	
		Antrópico	Centro poblado	5,359132	
			Bosque húmedo muy alterado	312,926468	
		Conservación y protección	Matorral húmedo medianamente alterado	4,390224	1661,9415
			Matorral húmedo muy alterado	193,89633	
			Matorral húmedo poco alterado	1,107266	
			Pecuario	Pasto cultivado	1098,092363
		14	Vertiente Rectilínea	Avícola	Granja avícola
Agrícola	Maíz			6,537163	
	Caña de azúcar			8,707982	
Antrópico	Complejo industrial			1,190605	
	Centro poblado			31,398256	2114,1314
	Bosque húmedo muy alterado			552,055787	
Pecuario	Pasto cultivado			1124,359303	
Agropecuario mixto	Pasto cultivado con presencia de árboles			2,177304	

Fuente: Software ArcGIS.

Elaboración: La Autora.

6.1.7. Elaboración de mapas de atractivos turísticos con cada una de las variables.

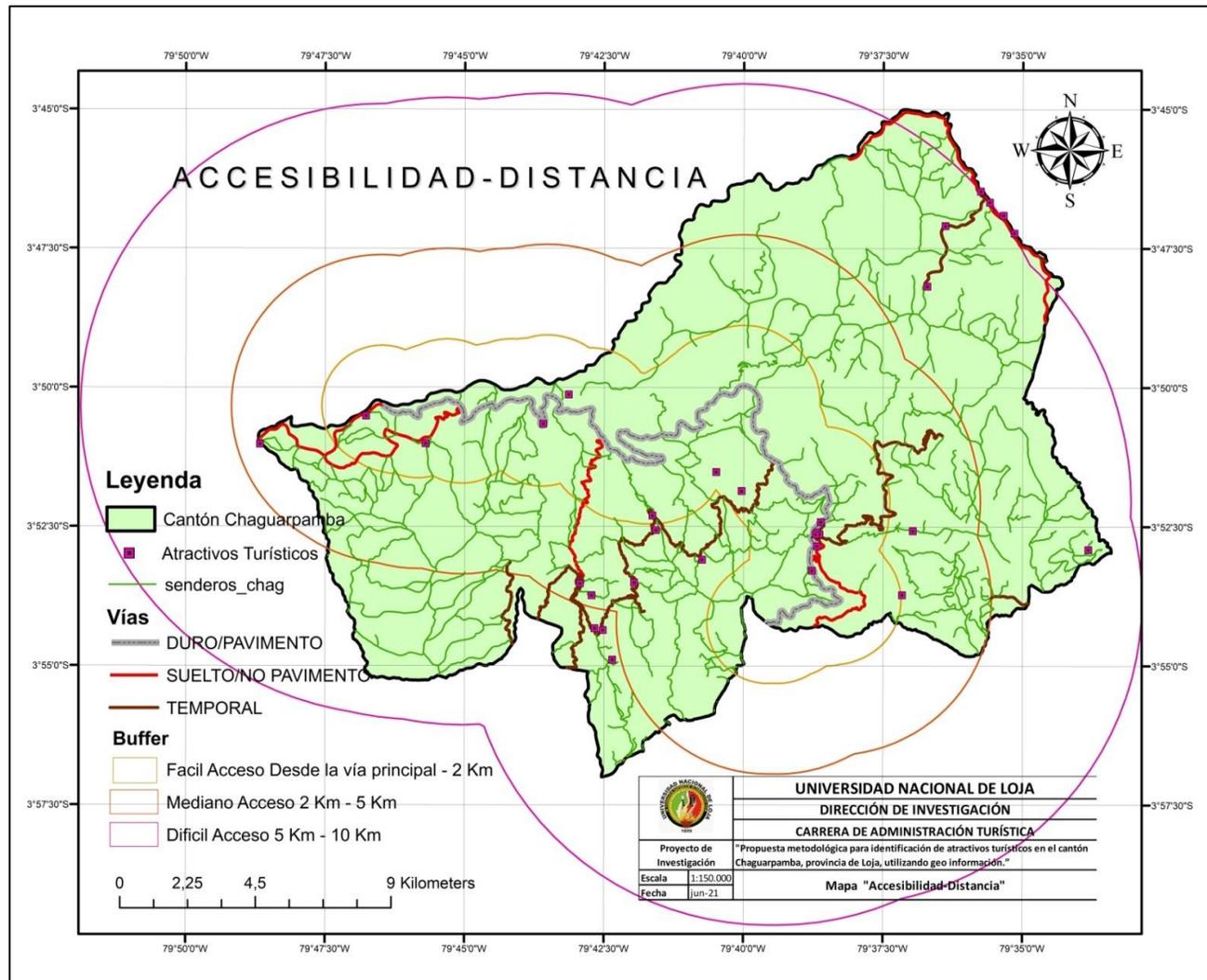
Siguiendo el proceso correspondiente en el software ArcGIS mencionando anteriormente, se obtuvieron los siguientes mapas mostrados en la Tabla N°11:

Tabla 11. Mapas elaborados

Variable	Mapa
Variable Accesibilidad y Conectividad	Accesibilidad-distancia
	Accesibilidad-Topografía
	Centros de Salud
Variable Higiene y seguridad turística	Deslizamiento de tierras
	Servicios básicos
	Sequías
	Relieve
Mapas complementarios	Atractivos Turísticos
	Posibles Atractivos Turísticos

Elaboración: La Autora.

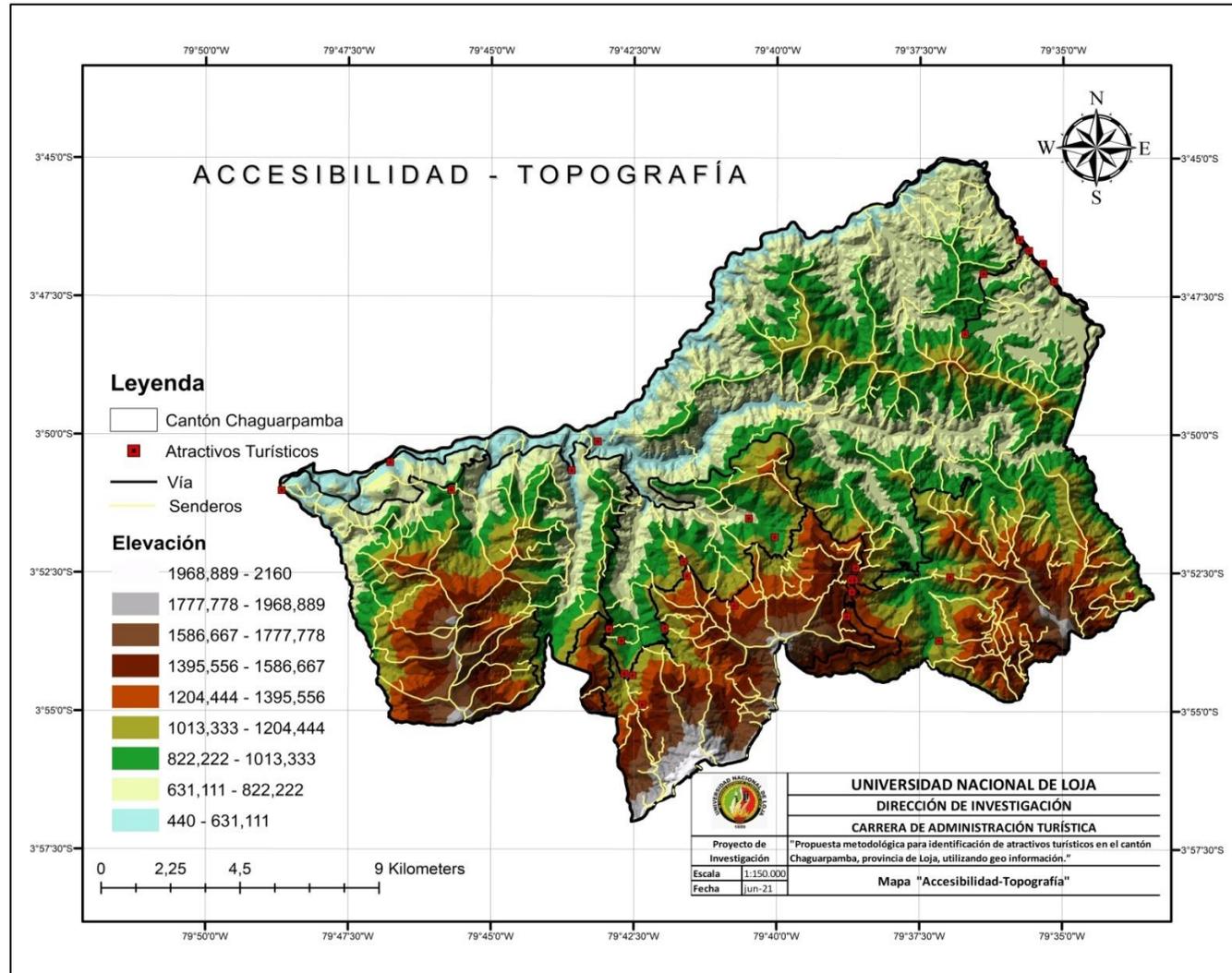
Figura N° 48 Mapa Accesibilidad - Distancia



Fuente: Software ArcGIS.

Elaboración: La Autora.

Figura N° 49 Mapa Accesibilidad - Topografía



Fuente: Software ArcGIS.

Elaboración: La Autora.

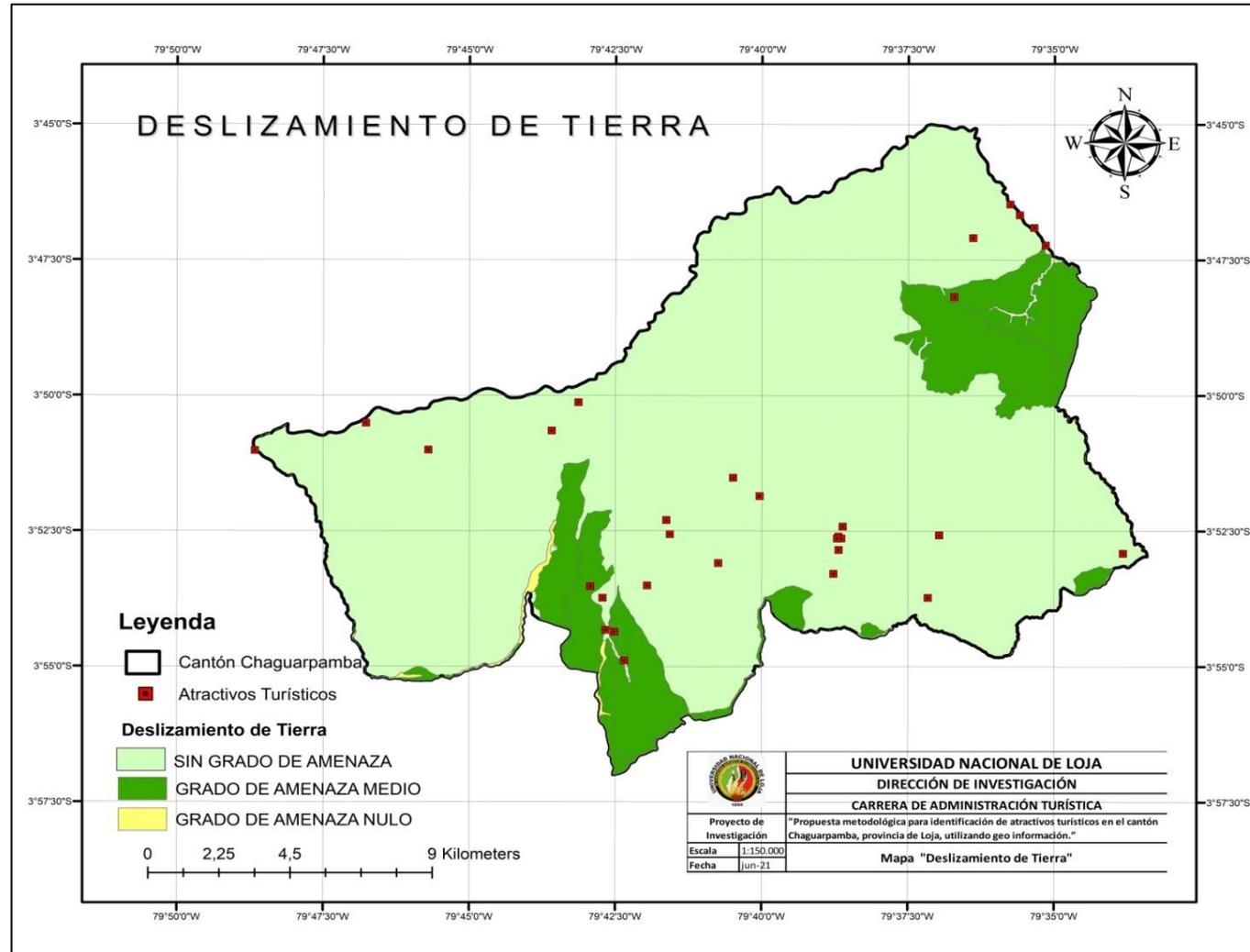
Figura N° 50 Mapa Centros de Salud



Fuente: Software ArcGIS.

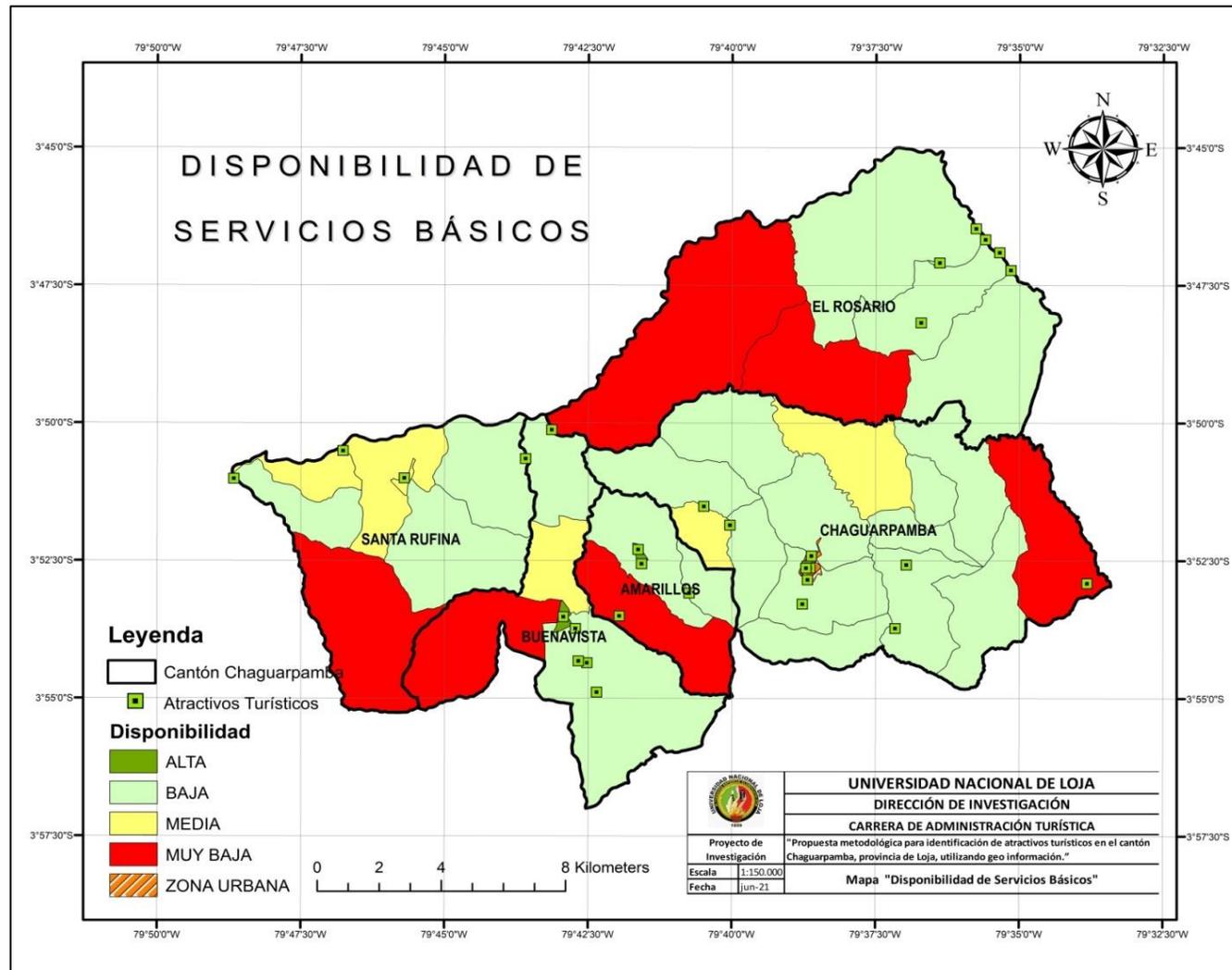
Elaboración: La Autora.

Figura N° 51 Mapa Deslizamiento de Tierra



Fuente: Software ArcGIS.
 Elaboración: La Autora.

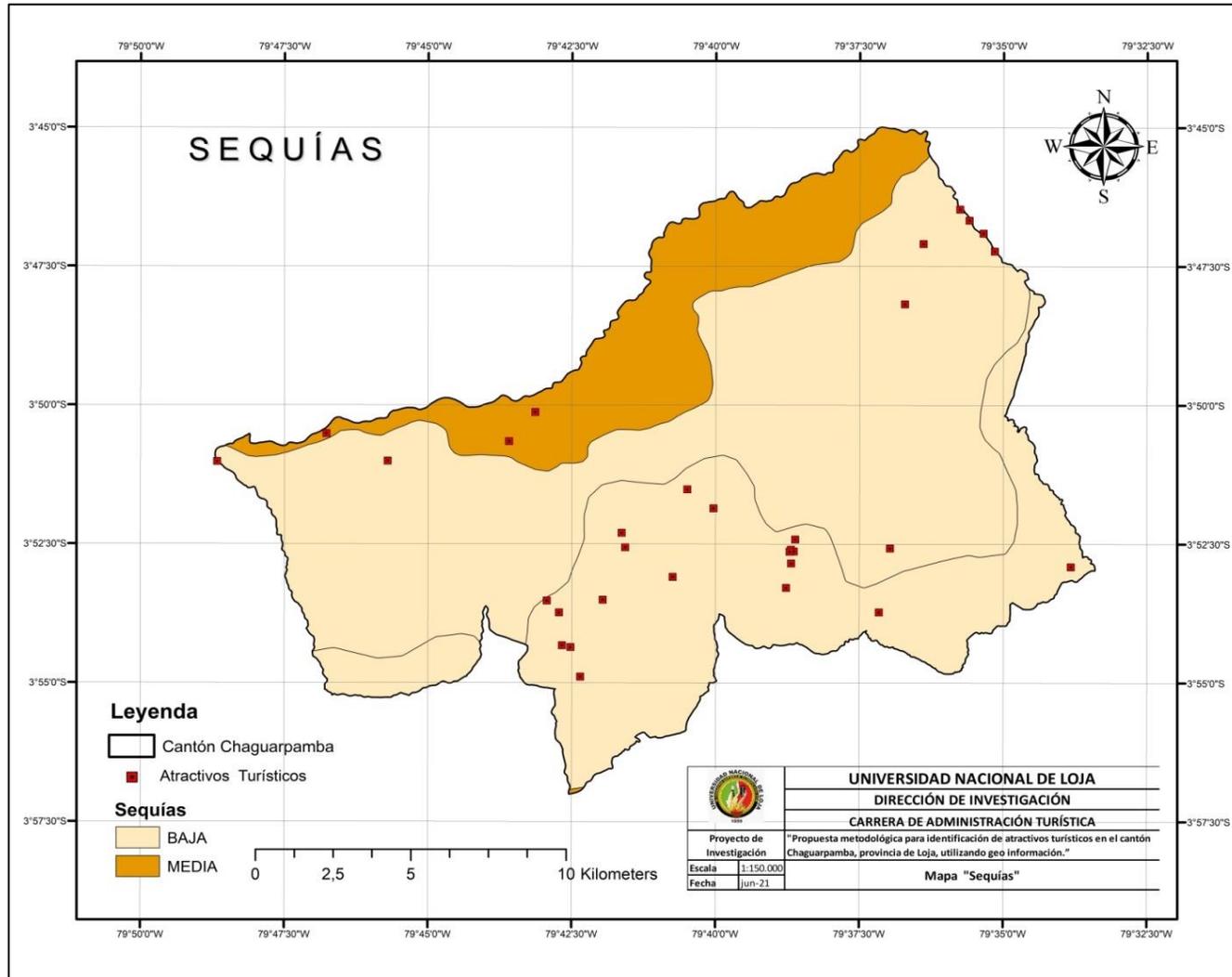
Figura N° 52 Mapa de Disponibilidad de Servicios Básicos



Fuente: Software ArcGIS.

Elaboración: La Autora.

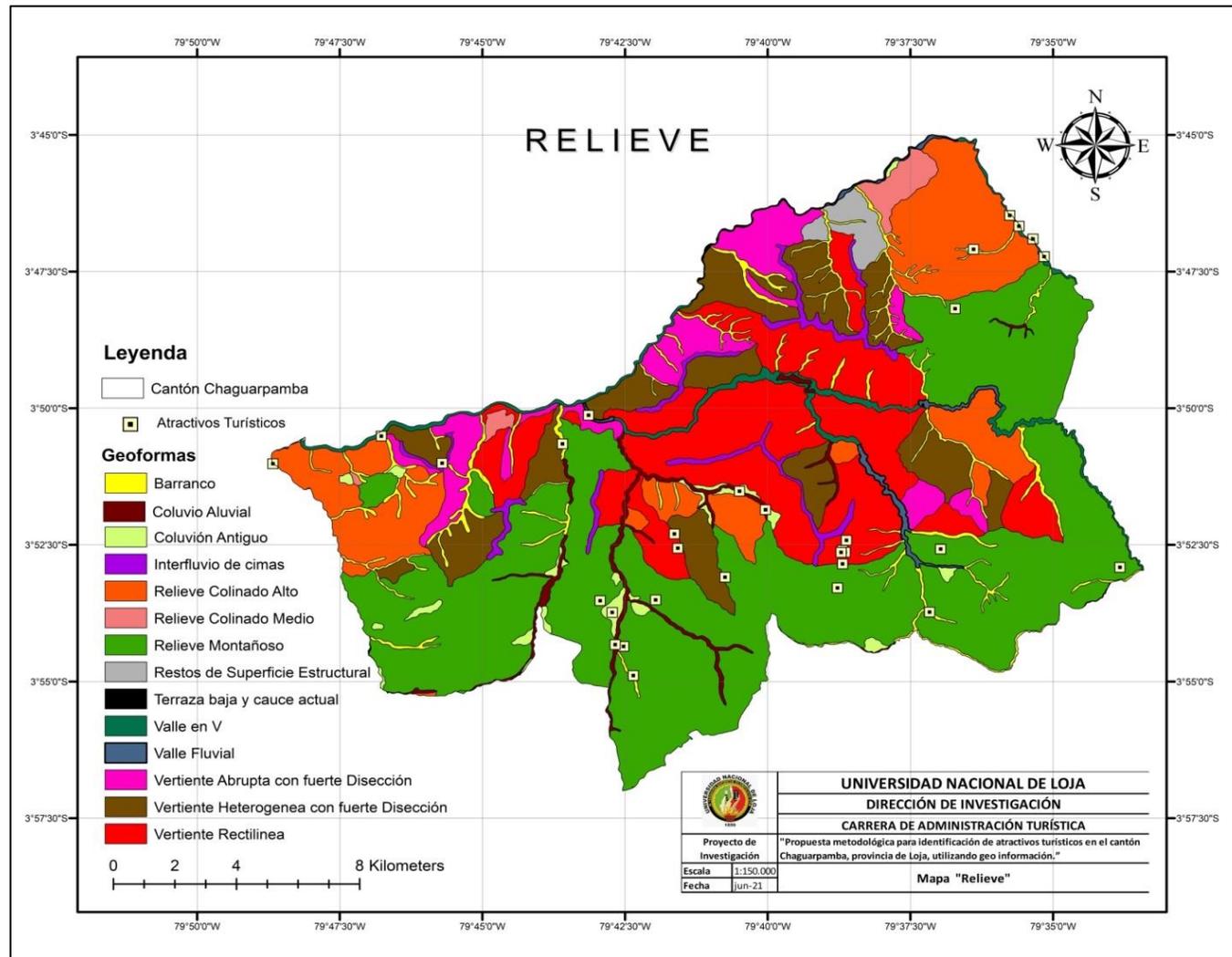
Figura N° 53 Mapa de Sequías



Fuente: Software ArcGIS.

Elaboración: La Autora.

Figura N° 54 Mapa de Relieve



Fuente: Software ArcGIS.

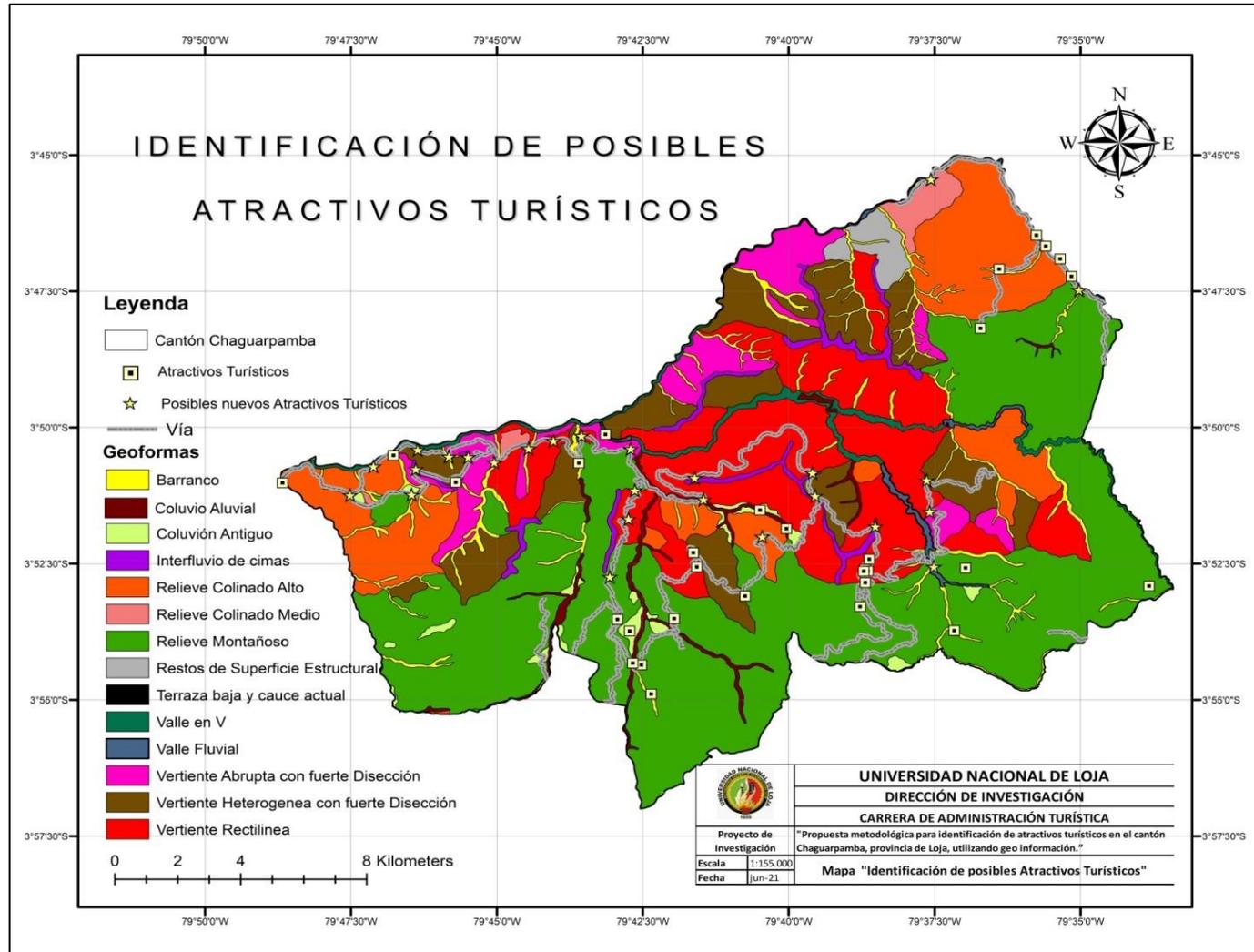
Elaboración: La Autora.

Figura N° 55 Mapa de Atractivos Turísticos



Fuente: Software ArcGIS.
Elaboración: La Autora.

Figura N° 56 Mapa de identificación de posibles Atractivos Turísticos



Fuente: Software ArcGIS.

Elaboración: La Autora.

6.1.8. Elaboración de criterios de valoración para la ficha modelo base de la propuesta de la metodología.

Una vez realizado el proceso se generó la ficha modelo de levantamiento y jerarquización de atractivos turísticos de la propuesta metodológica con las 9 variables que rige el Ministerio de Turismo, a más de eso la ficha consta con sub variables, criterios de valoración y ponderación. (Ver Anexo N° 5). Como resumen de las ponderaciones y porcentajes para cada variable se determinó de la siguiente manera. Ver Tabla N°12.

Tabla 12. Resumen de las calificaciones de cada variable.

N°	Nombre de variable	Total	Porcentaje
1	Accesibilidad y Conectividad	14,5	34,79%
2	Planta turística/Complementarios	9,00	21,58%
3	Estado de conservación e integración Atractivo/Entorno	1,00	2,40%
4	Higiene y Seguridad turística	4,00	9,59%
5	Políticas y Regulaciones	1,00	2,40%
6	Actividades que se practican	4,0	9,57%
7	Promoción y Comercialización del Atractivo	2,00	4,80%
8	Registro y Afluencia de visitantes	2,60	6,24%
9	Recurso Humano	3,60	8,63%
	TOTAL	41,70	100%

Elaboración: La Autora.

Para definir el nivel de jerarquías que tenga la propuesta metodológica, mismos que determinen la jerarquía de cualquier atractivo, se dividió el total del resultado de las ponderaciones de cada variable en este caso 41,70, para el número de niveles de jerarquías en este caso 5; desde el nivel más alto hasta el más bajo: Jerarquía IV, Jerarquía III , Jerarquía II, Jerarquía I, Recurso, teniendo como rango base 0 – 8,34; es por ello que se determinó el nivel de jerarquías con sus respectivos rangos detallados en la Tabla N° 13.

Tabla 13. Niveles de Jerarquías

Rango	Nivel de jerarquías
41.70 – 33.37	Jerarquía IV
33.36 – 25.03	Jerarquía III
25.02 – 16.69	Jerarquía II
16.68 – 8.35	Jerarquía I
8.34 – 0	Recurso

Elaboración: La Autora.

6.2. Propuesta metodológica elaborada para la identificación de los atractivos turísticos como estrategia para optimizar el levantamiento de información, para el cantón Chaguarpamba de la provincia de Loja.

6.2.1. Validación de mapas.

6.2.1.1. Comprobación en campo. Al momento de realizar la visita de campo a todo el cantón Chaguarpamba, con las herramientas necesarias mapas, GPS y cámara fotográfica, se corroboró de los 9 mapas la información, que coincidía con la realidad, es decir los datos generados por los SIG representados en los mapas coincidían en el campo. Se comprobó los 31 atractivos turísticos de cada variable, a más de eso se validó información en cuanto a infraestructura y planta turística, reflejada en la evidencia fotográfica (Ver Anexo N° 6).

6.2.1.2. Datos complementarios de Campo. Al momento de realizar la visita al con ayuda del GPS se obtuvo datos en coordenadas geográficas para complementar una de las variables es el caso de: Variable Planta Turística/Complementarios, para sustentar la planta turística con: Restaurantes; Hoteles-Hostales y con los servicios complementarios del cantón: Infocentros; Gad Parroquial; Policía Nacional. Con las anotaciones realizadas en el diario de campo obtenidos por el GPS, se realizaron tablas con datos reales como se muestra a continuación:

Tabla 14. Coordenadas de Hoteles y Hostales del cantón Chaguarpamba

N°	X	Y	Nombre del Hotel/Hostal
1	-79,64496	-3,87639	Hostal Rosita
2	-79,64571	-3,87613	Residencial La Alborada
3	-79,64595	-3,87669	Hostal Delvais
4	-79,64426	-3,87465	Hotel Carolina

Fuente: Datos de campo.

Elaboración: La Autora.

Tabla 15. Coordenadas geográficas de Restaurantes del cantón Chaguarpamba

N°	X	Y	Nombre del Restaurante
1	-79,64491	-3,87625	Las Delicias de Don Pepe
2	-79,64500	-3,87600	Bachita
3	-79,64413	-3,87437	El Ídolo
4	-79,64389	-3,87386	Café-Restaurante
5	-79,64352	-3,8731	Pollo y asadero el Forastero
6	-79,64388	-3,87409	Centro comercial y artesanal 10 de Agosto
7	-79,64523	-3,87515	Doña Ceci
8	-79,64543	-3,87533	Don Pepe
9	-79,64573	-3,87614	Pizzería y cafetería Harlekin
10	-79,64594	-3,87663	Pollos a la Brasa
11	-79,64604	-3,87679	Pollo asado y parrilladas Willy
12	-79,64616	-3,87758	Comedor la Criollita
13	-79,64642	-3,87802	Comedor Loja
14	-79,64657	-3,87865	Comedor la Lojanita
15	-79,71200	-3,84108	La Coñita
16	-79,67966	-3,84373	Comedor Carelis
17	-79,71565	-3,89205	Doña Olguita
18	-79,59251	-3,78018	Reina del Cisne

Fuente: Datos de campo.

Elaboración: La Autora.

Tabla 16. Coordenadas geográficas de Infocentros del cantón Chaguarpamba

N°	X	Y	Nombre Infocentros
1	-79,76170	-3,85048	Infocentro Santa Rufina
2	-79,71546	-3,89148	Infocentro Buenavista
3	-79,69324	-3,87220	Infocentro Amarillos
4	-79,60610	-3,78485	Infocentro El Rosario
5	-79,64497	-3,87666	Infocentro Chaguarpamba

Fuente: Datos de campo.

Elaboración: La Autora.

Tabla 17. Coordenadas geográficas de Gad parroquiales del cantón Chaguarpamba

N°	X	Y	Nombre del GAD parroquial
1	-79,76205	-3,85043	Tenencia Política Santa Rufina
2	-79,71547	-3,89199	Tenencia Política Buenavista
3	-79,69325	-3,87222	Tenencia Política Amarillos
4	-79,60609	-3,78485	Tenencia Política El Rosario
5	-79,64471	-3,87665	GAD del cantón Chaguarpamba

Fuente: Datos de campo.

Elaboración: La Autora.

Tabla 18. Coordenadas geográficas de UPC del cantón Chaguarpamba

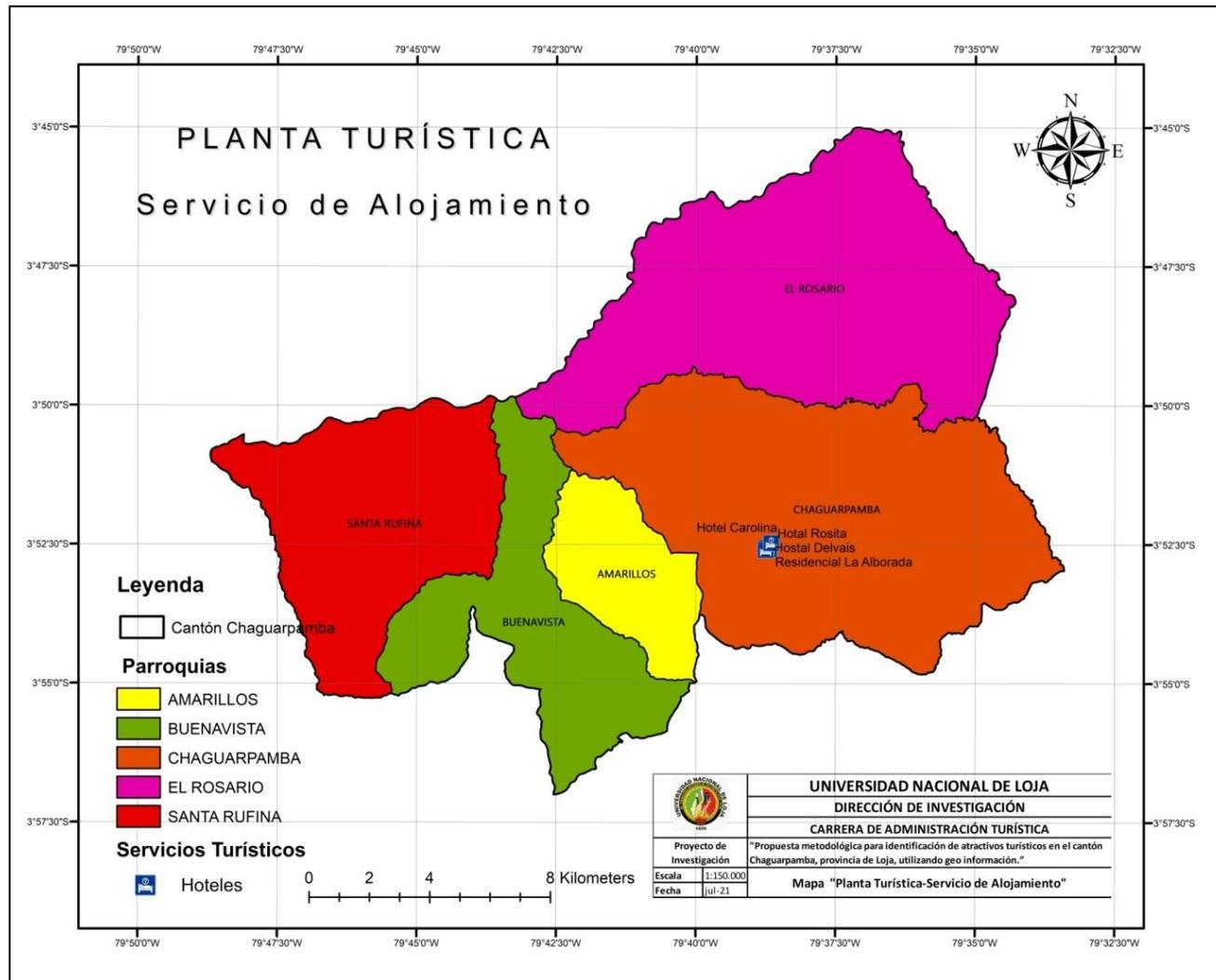
N°	X	Y	Nombre UPC
1	-79,64397	-3,87374	UPC Chaguarpamba
2	-79,71550	-3,89109	UPC Buenavista
3	-79,58669	-3,78669	UPC El Trapiche

Fuente: Datos de campo.

Elaboración: La Autora.

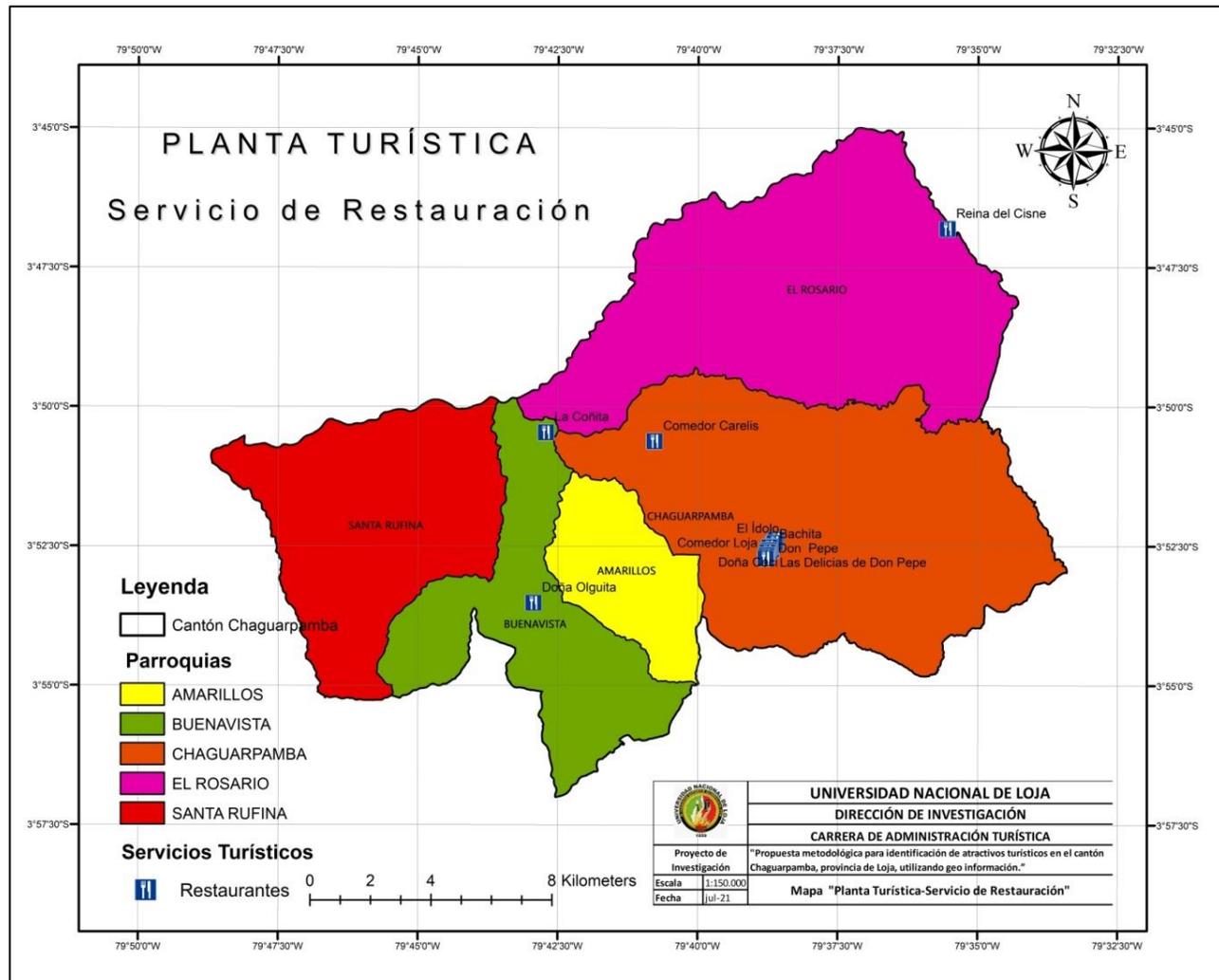
Una vez elaboradas las tablas se realizó el procedimiento correspondiente en el software ArcGIS, y se obtuvieron 5 mapas de la variable Planta Turística/Complementarios:

Figura N° 57 Mapa de Planta Turística (Servicio de Alojamiento)



Fuente: Datos de campo.
Elaboración: La Autora.

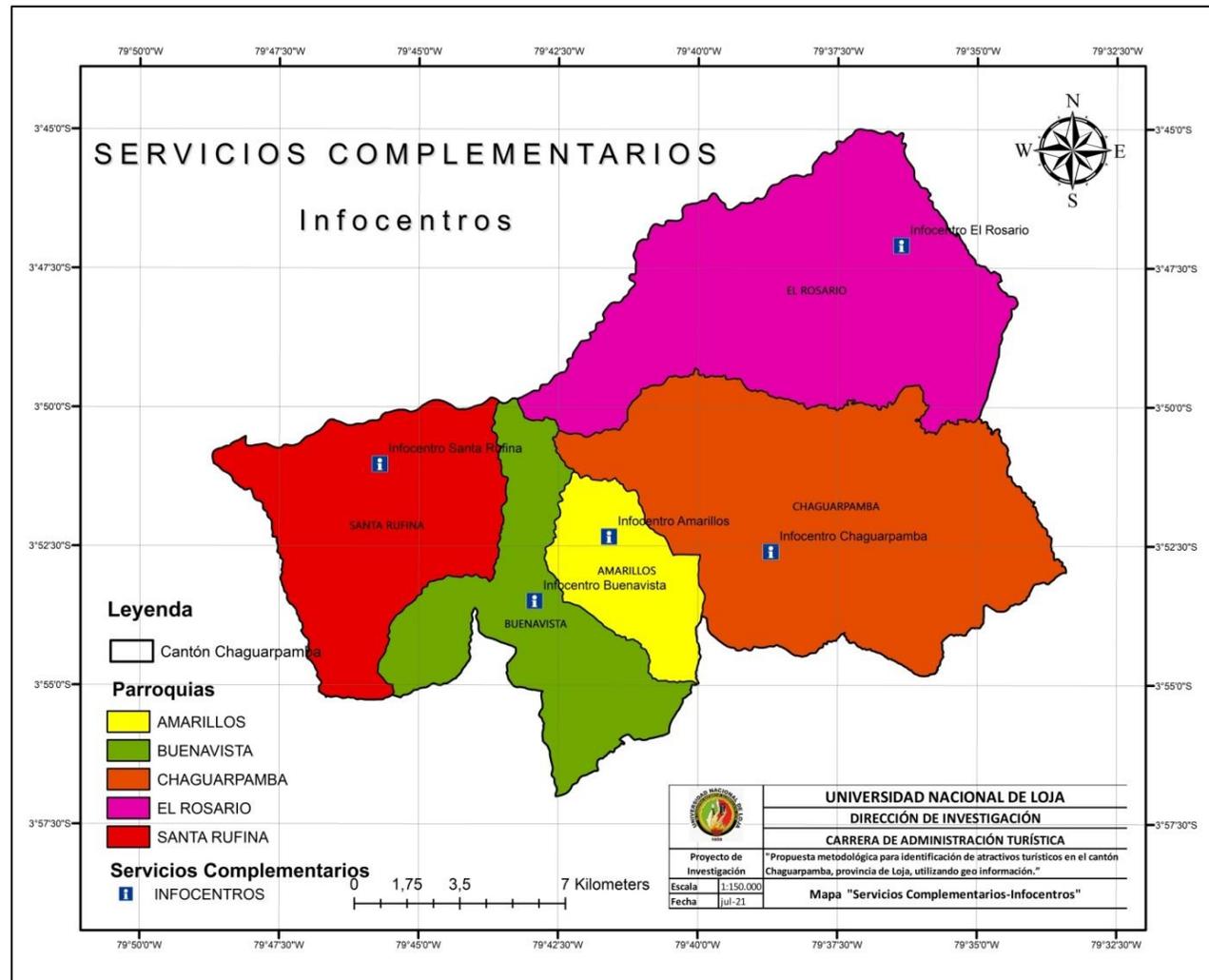
Figura N° 58 Mapa de Planta Turística (Servicio de Restauración)



Fuente: Datos de campo.

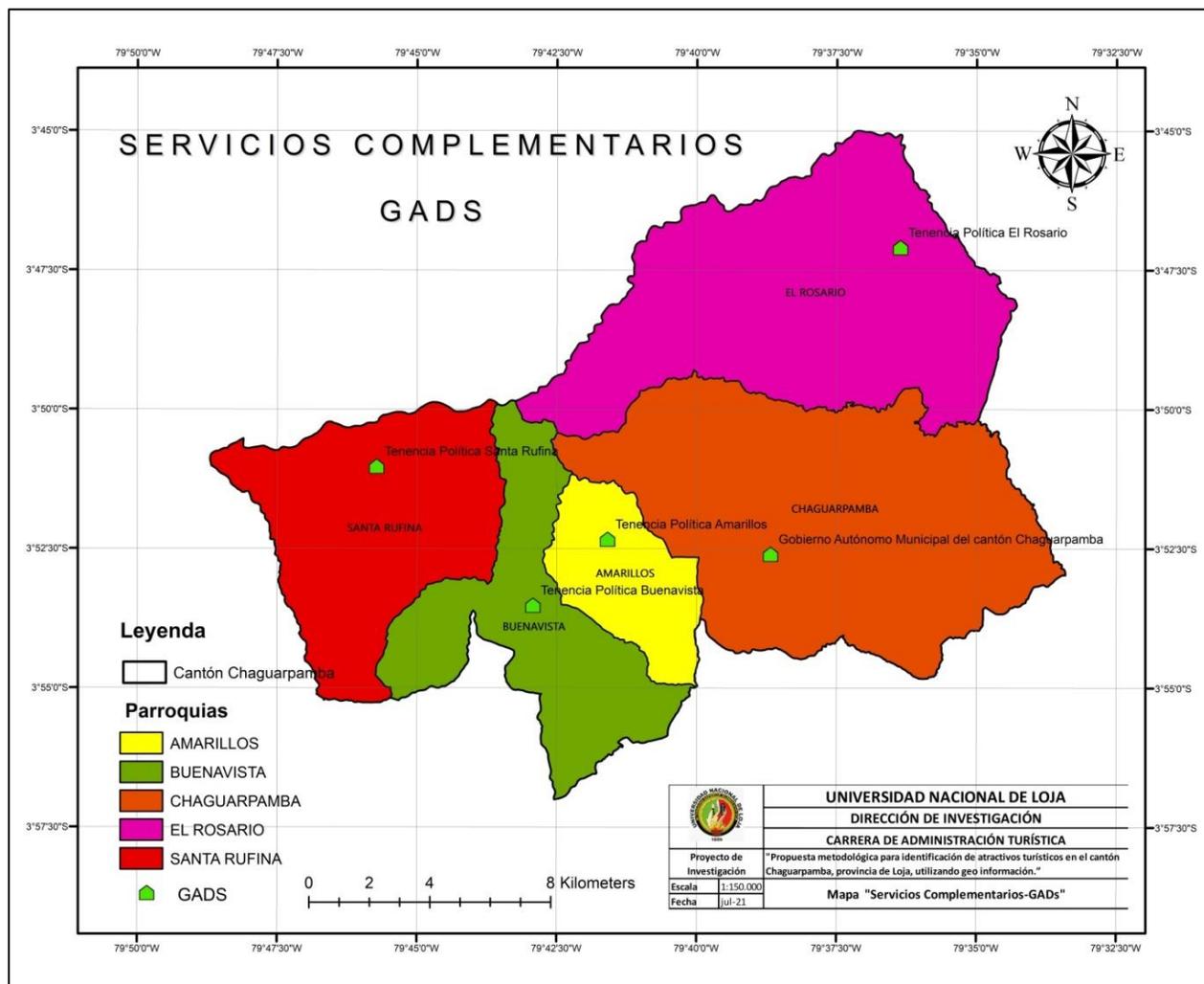
Elaboración: La Autora.

Figura N° 59 Mapa de Servicios Complementarios (Infocentros)



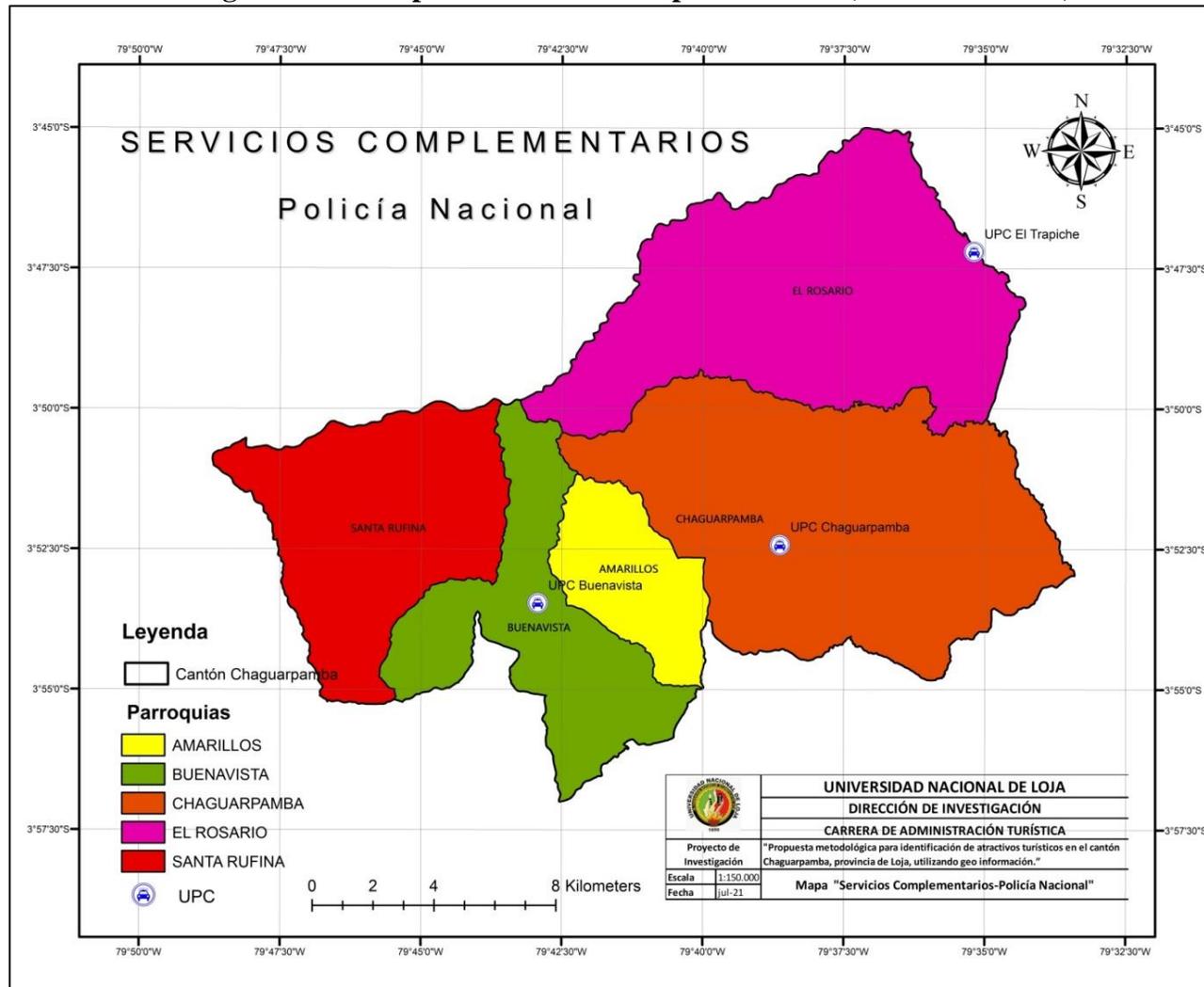
Fuente: Datos de campo.
Elaboración: La Autora.

Figura N° 60 Mapa de Servicios Complementarios (GADS)



Fuente: Datos de campo.
Elaboración: La Autora.

Figura N° 61 Mapa de Servicios Complementarios (Policía Nacional)



Fuente: Datos de campo.

Elaboración: La Autora.

6.2.2. Aplicación de la metodología vigente del MINTUR.

6.2.2.1. Fichas de levantamiento y jerarquización de atractivos turísticos ya inventariados por el cantón Chaguarpamba. Se realizó la solicitud previa al técnico de Turismo del GAD para obtener las fichas de levantamiento de cada atractivo turístico validado por el GAD de Chaguarpamba, se corroboró que para levantar los atractivos utilizaron la ficha del Ministerio de Turismo vigente. Para un mejor análisis de los resultados se extrajo la información que nos interesa, el de las ponderaciones, resumen que se encuentra en los resultados de evaluación técnica de cada ficha. Se muestra a continuación cada resumen de resultados de cada atractivo turístico.

Figura N° 62 Resultados de evaluación técnica de Iglesia Matriz de Chaguarpamba

RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN TÉCNICA			
CRITERIOS DE VALORACIÓN	DESCRIPCIÓN	PONDERACIÓN	RESULTADO
A ACCESIBILIDAD y CONECTIVIDAD	Contempla el ingreso, horario al atractivo y facilidades instaladas para personas con alguna discapacidad; además, se hace referencia a la existencia de vías de acceso al sitio, con énfasis en las cualidades que condicionan la relación distancia/tiempo, así también la conectividad tecnológica.	18	14
B PLANTA TURÍSTICA / SERVICIOS	Registra equipamientos y la disponibilidad de servicios en el atractivo.	18	6,3
C ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN SITIO / ENTORNO	Estimación de la integridad de los atributos patrimoniales físico-ambientales y socioculturales, en particular de las condiciones del sitio y su entorno.	14	14
D HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA	Hace referencia a la disponibilidad de dispositivos para recolección de basura, procedencia del agua, presencia de actos vandálicos, limpieza e iluminación del atractivo.	14	10,6
E POLÍTICAS Y REGULACIONES	Consideración del atractivo dentro de la Planificación territorial turística cantonal y cumplimiento de regulaciones para las actividades que se realizan en el atractivo.	10	0
F ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN EN EL ATRACTIVO	Constatación de actividades que se practican en el atractivo, mismas que le dan valor agregado.	9	9
G DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO	Publicaciones internacionales, nacionales, monografías o medios de difusión. Declaratorias y reconocimientos. Relevancia y divulgación.	7	0
H REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA	Registro del tipo de visitantes, perfil de consumo, volumen intensidad de uso. Estimación de demanda potencial.	5	2
I RECURSOS HUMANOS	Hace referencia al nivel de instrucción académico del personal que labora en el atractivo.	5	0
TOTAL		100	55,9

Fuente: Ficha de levantamiento y jerarquización del atractivo levantada.

Elaboración: GAD del cantón Chaguarpamba.

Figura N° 63 Resultados de evaluación técnica Parque de La Madre

RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN TÉCNICA			
CRITERIOS DE VALORACIÓN	DESCRIPCIÓN	PONDERACIÓN	RESULTADO
A ACCESIBILIDAD y CONECTIVIDAD	Contempla el ingreso, horario al atractivo y facilidades instaladas para personas con alguna discapacidad; además, se hace referencia a la existencia de vías de acceso al sitio, con énfasis en las cualidades que condicionan la relación distancia/tiempo, así también la conectividad tecnológica.	18	14
B PLANTA TURÍSTICA / SERVICIOS	Registra equipamientos y la disponibilidad de servicios en el atractivo.	18	7,2
C ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN SITIO / ENTORNO	Estimación de la integridad de los atributos patrimoniales físico-ambientales y socioculturales, en particular de las condiciones del sitio y su entorno.	14	14
D HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA	Hace referencia a la disponibilidad de dispositivos para recolección de basura, procedencia del agua, presencia de actos vandálicos, limpieza e iluminación del atractivo.	14	10,6
E POLÍTICAS Y REGULACIONES	Consideración del atractivo dentro de la Planificación territorial turística cantonal y cumplimiento de regulaciones para las actividades que se realizan en el atractivo.	10	0
F ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN EN EL ATRACTIVO	Constatación de actividades que se practican en el atractivo, mismas que le dan valor agregado.	9	9
G DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO	Publicaciones internacionales, nacionales, monografías o medios de difusión. Declaratorias y reconocimientos. Relevancia y divulgación.	7	0
H REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA	Registro del tipo de visitantes, perfil de consumo, volumen intensidad de uso. Estimación de demanda potencial.	5	2
I RECURSOS HUMANOS	Hace referencia al nivel de instrucción académico del personal que labora en el atractivo.	5	4
TOTAL		100	60,8

Fuente: Ficha de levantamiento y jerarquización del atractivo levantada.
Elaboración: GAD del cantón Chaguarpamba.

Figura N° 64 Resultados de evaluación técnica de Plazoleta Miraflores

RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN TÉCNICA			
CRITERIOS DE VALORACIÓN	DESCRIPCIÓN	PONDERACIÓN	RESULTADO
A ACCESIBILIDAD y CONECTIVIDAD	Contempla el ingreso, horario al atractivo y facilidades instaladas para personas con alguna discapacidad; además, se hace referencia a la existencia de vías de acceso al sitio, con énfasis en las cualidades que condicionan la relación distancia/tiempo, así también la conectividad tecnológica.	18	9,5
B PLANTA TURÍSTICA / SERVICIOS	Registra equipamientos y la disponibilidad de servicios en el atractivo.	18	7,2
C ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN SITIO / ENTORNO	Estimación de la integridad de los atributos patrimoniales físico-ambientales y socioculturales, en particular de las condiciones del sitio y su entorno.	14	14
D HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA	Hace referencia a la disponibilidad de dispositivos para recolección de basura, procedencia del agua, presencia de actos vandálicos, limpieza e iluminación del atractivo.	14	10,6
E POLÍTICAS Y REGULACIONES	Consideración del atractivo dentro de la Planificación territorial turística cantonal y cumplimiento de regulaciones para las actividades que se realizan en el atractivo.	10	0
F ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN EN EL ATRACTIVO	Constatación de actividades que se practican en el atractivo, mismas que le dan valor agregado.	9	9
G DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO	Publicaciones internacionales, nacionales, monografías o medios de difusión. Declaratorias y reconocimientos. Relevancia y divulgación.	7	0
H REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA	Registro del tipo de visitantes, perfil de consumo, volumen intensidad de uso. Estimación de demanda potencial.	5	2
I RECURSOS HUMANOS	Hace referencia al nivel de instrucción académico del personal que labora en el atractivo.	5	4
TOTAL		100	56,3

Fuente: Ficha de levantamiento y jerarquización del atractivo levantada.
Elaboración: GAD del cantón Chaguarpamba.

Figura N° 65 Resultados de evaluación técnica de Casa Campo Verde

RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN TÉCNICA			
CRITERIOS DE VALORACIÓN	DESCRIPCIÓN	PONDERACIÓN	RESULTADO
A ACCESIBILIDAD y CONECTIVIDAD	Contempla el ingreso, horario al atractivo y facilidades instaladas para personas con alguna discapacidad; además, se hace referencia a la existencia de vías de acceso al sitio, con énfasis en las cualidades que condicionan la relación distancia/tiempo, así también la conectividad tecnológica.	18	14
B PLANTA TURÍSTICA / SERVICIOS	Registra equipamientos y la disponibilidad de servicios en el atractivo.	18	6,3
C ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN SITIO / ENTORNO	Estimación de la integridad de los atributos patrimoniales físico-ambientales y socioculturales, en particular de las condiciones del sitio y su entorno.	14	14
D HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA	Hace referencia a la disponibilidad de dispositivos para recolección de basura, procedencia del agua, presencia de actos vandálicos, limpieza e iluminación del atractivo.	14	10
E POLÍTICAS Y REGULACIONES	Consideración del atractivo dentro de la Planificación territorial turística cantonal y cumplimiento de regulaciones para las actividades que se realizan en el atractivo.	10	0
F ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN EN EL ATRACTIVO	Constatación de actividades que se practican en el atractivo, mismas que le dan valor agregado.	9	9
G DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO	Publicaciones internacionales, nacionales, monografías o medios de difusión. Declaratorias y reconocimientos. Relevancia y divulgación.	7	0
H REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA	Registro del tipo de visitantes, perfil de consumo, volumen intensidad de uso. Estimación de demanda potencial.	5	2
I RECURSOS HUMANOS	Hace referencia al nivel de instrucción académico del personal que labora en el atractivo.	5	2
TOTAL		100	57,3

Fuente: Ficha de levantamiento y jerarquización del atractivo levantada.

Elaboración: GAD del cantón Chaguarpamba.

Figura N° 66 Resultados de evaluación técnica de Monumento al Cafetalero

RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN TÉCNICA			
CRITERIOS DE VALORACIÓN	DESCRIPCIÓN	PONDERACIÓN	RESULTADO
A ACCESIBILIDAD y CONECTIVIDAD	Contempla el ingreso, horario al atractivo y facilidades instaladas para personas con alguna discapacidad; además, se hace referencia a la existencia de vías de acceso al sitio, con énfasis en las cualidades que condicionan la relación distancia/tiempo, así también la conectividad tecnológica.	18	14
B PLANTA TURÍSTICA / SERVICIOS	Registra equipamientos y la disponibilidad de servicios en el atractivo.	18	6,6
C ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN SITIO / ENTORNO	Estimación de la integridad de los atributos patrimoniales físico-ambientales y socioculturales, en particular de las condiciones del sitio y su entorno.	14	14
D HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA	Hace referencia a la disponibilidad de dispositivos para recolección de basura, procedencia del agua, presencia de actos vandálicos, limpieza e iluminación del atractivo.	14	10,6
E POLÍTICAS Y REGULACIONES	Consideración del atractivo dentro de la Planificación territorial turística cantonal y cumplimiento de regulaciones para las actividades que se realizan en el atractivo.	10	0
F ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN EN EL ATRACTIVO	Constatación de actividades que se practican en el atractivo, mismas que le dan valor agregado.	9	9
G DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO	Publicaciones internacionales, nacionales, monografías o medios de difusión. Declaratorias y reconocimientos. Relevancia y divulgación.	7	0
H REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA	Registro del tipo de visitantes, perfil de consumo, volumen intensidad de uso. Estimación de demanda potencial.	5	2
I RECURSOS HUMANOS	Hace referencia al nivel de instrucción académico del personal que labora en el atractivo.	5	2
TOTAL		100	58,2

Fuente: Ficha de levantamiento y jerarquización del atractivo levantada.

Elaboración: GAD del cantón Chaguarpamba.

Figura N° 67 Resultados de evaluación técnica de Finca Agroecológica Indera

RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN TÉCNICA			
CRITERIOS DE VALORACIÓN	DESCRIPCIÓN	PONDERACIÓN	RESULTADO
A ACCESIBILIDAD y CONECTIVIDAD	Contempla el ingreso, horario al atractivo y facilidades instaladas para personas con alguna discapacidad; además, se hace referencia a la existencia de vías de acceso al sitio, con énfasis en las cualidades que condicionan la relación distancia/tiempo, así también la conectividad tecnológica.	18	8,25
B PLANTA TURÍSTICA / SERVICIOS	Registra equipamientos y la disponibilidad de servicios en el atractivo.	18	6,3
C ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN SITIO / ENTORNO	Estimación de la integridad de los atributos patrimoniales físico-ambientales y socioculturales, en particular de las condiciones del sitio y su entorno.	14	14
D HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA	Hace referencia a la disponibilidad de dispositivos para recolección de basura, procedencia del agua, presencia de actos vandálicos, limpieza e iluminación del atractivo.	14	10
E POLÍTICAS Y REGULACIONES	Consideración del atractivo dentro de la Planificación territorial turística cantonal y cumplimiento de regulaciones para las actividades que se realizan en el atractivo.	10	0
F ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN EN EL ATRACTIVO	Constatación de actividades que se practican en el atractivo, mismas que le dan valor agregado.	9	9
G DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO	Publicaciones internacionales, nacionales, monografías o medios de difusión. Declaratorias y reconocimientos. Relevancia y divulgación.	7	0
H REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA	Registro del tipo de visitantes, perfil de consumo, volumen intensidad de uso. Estimación de demanda potencial.	5	2
I RECURSOS HUMANOS	Hace referencia al nivel de instrucción académico del personal que labora en el atractivo.	5	2
TOTAL		100	51,55

Fuente: Ficha de levantamiento y jerarquización del atractivo levantada.

Elaboración: GAD del cantón Chaguarpamba.

Figura N° 68 Resultados de evaluación técnica de Cerro Surapo / Pan de Azúcar

RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN TÉCNICA			
CRITERIOS DE VALORACIÓN	DESCRIPCIÓN	PONDERACIÓN	RESULTADO
A ACCESIBILIDAD y CONECTIVIDAD	Contempla el ingreso, horario al atractivo y facilidades instaladas para personas con alguna discapacidad; además, se hace referencia a la existencia de vías de acceso al sitio, con énfasis en las cualidades que condicionan la relación distancia/tiempo, así también la conectividad tecnológica.	18	10,25
B PLANTA TURÍSTICA / SERVICIOS	Registra equipamientos y la disponibilidad de servicios en el atractivo.	18	5,7
C ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN SITIO / ENTORNO	Estimación de la integridad de los atributos patrimoniales físico-ambientales y socioculturales, en particular de las condiciones del sitio y su entorno.	14	14
D HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA	Hace referencia a la disponibilidad de dispositivos para recolección de basura, procedencia del agua, presencia de actos vandálicos, limpieza e iluminación del atractivo.	14	8,5
E POLÍTICAS Y REGULACIONES	Consideración del atractivo dentro de la Planificación territorial turística cantonal y cumplimiento de regulaciones para las actividades que se realizan en el atractivo.	10	0
F ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN EN EL ATRACTIVO	Constatación de actividades que se practican en el atractivo, mismas que le dan valor agregado.	9	3
G DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO	Publicaciones internacionales, nacionales, monografías o medios de difusión. Declaratorias y reconocimientos. Relevancia y divulgación.	7	0
H REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA	Registro del tipo de visitantes, perfil de consumo, volumen intensidad de uso. Estimación de demanda potencial.	5	2
I RECURSOS HUMANOS	Hace referencia al nivel de instrucción académico del personal que labora en el atractivo.	5	4
TOTAL		100	47,45

Fuente: Ficha de levantamiento y jerarquización del atractivo levantada.

Elaboración: GAD del cantón Chaguarpamba.

Figura N° 69 Resultados de evaluación técnica de Cascada las Zarzas

RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN TÉCNICA			
CRITERIOS DE VALORACIÓN	DESCRIPCIÓN	PONDERACIÓN	RESULTADO
A ACCESIBILIDAD y CONECTIVIDAD	Contempla el ingreso, horario al atractivo y facilidades instaladas para personas con alguna discapacidad; además, se hace referencia a la existencia de vías de acceso al sitio, con énfasis en las cualidades que condicionan la relación distancia/tiempo, así también la conectividad tecnológica.	18	8,25
B PLANTA TURÍSTICA / SERVICIOS	Registra equipamientos y la disponibilidad de servicios en el atractivo.	18	4,5
C ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN SITIO / ENTORNO	Estimación de la integridad de los atributos patrimoniales físico-ambientales y socioculturales, en particular de las condiciones del sitio y su entorno.	14	14
D HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA	Hace referencia a la disponibilidad de dispositivos para recolección de basura, procedencia del agua, presencia de actos vandálicos, limpieza e iluminación del atractivo.	14	10
E POLÍTICAS Y REGULACIONES	Consideración del atractivo dentro de la Planificación territorial turística cantonal y cumplimiento de regulaciones para las actividades que se realizan en el atractivo.	10	0
F ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN EN EL ATRACTIVO	Constatación de actividades que se practican en el atractivo, mismas que le dan valor agregado.	9	6
G DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO	Publicaciones internacionales, nacionales, monografías o medios de difusión. Declaratorias y reconocimientos. Relevancia y divulgación.	7	0
H REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA	Registro del tipo de visitantes, perfil de consumo, volumen intensidad de uso. Estimación de demanda potencial.	5	2
I RECURSOS HUMANOS	Hace referencia al nivel de instrucción académico del personal que labora en el atractivo.	5	0
TOTAL		100	44,75

Fuente: Ficha de levantamiento y jerarquización del atractivo levantada.

Elaboración: GAD del cantón Chaguarpamba.

Figura N° 70 Resultados de evaluación técnica de Rancho el Gran Chaparral

RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN TÉCNICA			
CRITERIOS DE VALORACIÓN	DESCRIPCIÓN	PONDERACIÓN	RESULTADO
A ACCESIBILIDAD y CONECTIVIDAD	Contempla el ingreso, horario al atractivo y facilidades instaladas para personas con alguna discapacidad; además, se hace referencia a la existencia de vías de acceso al sitio, con énfasis en las cualidades que condicionan la relación distancia/tiempo, así también la conectividad tecnológica.	18	12,25
B PLANTA TURÍSTICA / SERVICIOS	Registra equipamientos y la disponibilidad de servicios en el atractivo.	18	8,4
C ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN SITIO / ENTORNO	Estimación de la integridad de los atributos patrimoniales físico-ambientales y socioculturales, en particular de las condiciones del sitio y su entorno.	14	14
D HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA	Hace referencia a la disponibilidad de dispositivos para recolección de basura, procedencia del agua, presencia de actos vandálicos, limpieza e iluminación del atractivo.	14	10
E POLÍTICAS Y REGULACIONES	Consideración del atractivo dentro de la Planificación territorial turística cantonal y cumplimiento de regulaciones para las actividades que se realizan en el atractivo.	10	0
F ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN EN EL ATRACTIVO	Constatación de actividades que se practican en el atractivo, mismas que le dan valor agregado.	9	6
G DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO	Publicaciones internacionales, nacionales, monografías o medios de difusión. Declaratorias y reconocimientos. Relevancia y divulgación.	7	0
H REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA	Registro del tipo de visitantes, perfil de consumo, volumen intensidad de uso. Estimación de demanda potencial.	5	2
I RECURSOS HUMANOS	Hace referencia al nivel de instrucción académico del personal que labora en el atractivo.	5	0
TOTAL		100	52,65

Fuente: Ficha de levantamiento y jerarquización del atractivo levantada.

Elaboración: GAD del cantón Chaguarpamba.

Figura N° 71 Resultados de evaluación técnica de Parque Central de Amarillos

RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN TÉCNICA			
CRITERIOS DE VALORACIÓN	DESCRIPCIÓN	PONDERACIÓN	RESULTADO
A ACCESIBILIDAD y CONECTIVIDAD	Contempla el ingreso, horario al atractivo y facilidades instaladas para personas con alguna discapacidad; además, se hace referencia a la existencia de vías de acceso al sitio, con énfasis en las cualidades que condicionan la relación distancia/tiempo, así también la conectividad tecnológica.	18	11
B PLANTA TURÍSTICA / SERVICIOS	Registra equipamientos y la disponibilidad de servicios en el atractivo.	18	7,8
C ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN SITIO / ENTORNO	Estimación de la integridad de los atributos patrimoniales físico-ambientales y socioculturales, en particular de las condiciones del sitio y su entorno.	14	14
D HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA	Hace referencia a la disponibilidad de dispositivos para recolección de basura, procedencia del agua, presencia de actos vandálicos, limpieza e iluminación del atractivo.	14	10
E POLÍTICAS Y REGULACIONES	Consideración del atractivo dentro de la Planificación territorial turística cantonal y cumplimiento de regulaciones para las actividades que se realizan en el atractivo.	10	0
F ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN EN EL ATRACTIVO	Constatación de actividades que se practican en el atractivo, mismas que le dan valor agregado.	9	9
G DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO	Publicaciones internacionales, nacionales, monografías o medios de difusión. Declaratorias y reconocimientos. Relevancia y divulgación.	7	0
H REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA	Registro del tipo de visitantes, perfil de consumo, volumen intensidad de uso. Estimación de demanda potencial.	5	2
I RECURSOS HUMANOS	Hace referencia al nivel de instrucción académico del personal que labora en el atractivo.	5	2
TOTAL		100	55,8

Fuente: Ficha de levantamiento y jerarquización del atractivo levantada.

Elaboración: GAD del cantón Chaguarpamba.

Figura N° 72 Resultados de evaluación técnica de Mirador la Cruz del Calvario

RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN TÉCNICA			
CRITERIOS DE VALORACIÓN	DESCRIPCIÓN	PONDERACIÓN	RESULTADO
A ACCESIBILIDAD y CONECTIVIDAD	Contempla el ingreso, horario al atractivo y facilidades instaladas para personas con alguna discapacidad; además, se hace referencia a la existencia de vías de acceso al sitio, con énfasis en las cualidades que condicionan la relación distancia/tiempo, así también la conectividad tecnológica.	18	13,25
B PLANTA TURÍSTICA / SERVICIOS	Registra equipamientos y la disponibilidad de servicios en el atractivo.	18	3,6
C ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN SITIO / ENTORNO	Estimación de la integridad de los atributos patrimoniales físico-ambientales y socioculturales, en particular de las condiciones del sitio y su entorno.	14	14
D HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA	Hace referencia a la disponibilidad de dispositivos para recolección de basura, procedencia del agua, presencia de actos vandálicos, limpieza e iluminación del atractivo.	14	10
E POLÍTICAS Y REGULACIONES	Consideración del atractivo dentro de la Planificación territorial turística cantonal y cumplimiento de regulaciones para las actividades que se realizan en el atractivo.	10	0
F ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN EN EL ATRACTIVO	Constatación de actividades que se practican en el atractivo, mismas que le dan valor agregado.	9	9
G DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO	Publicaciones internacionales, nacionales, monografías o medios de difusión. Declaratorias y reconocimientos. Relevancia y divulgación.	7	0
H REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA	Registro del tipo de visitantes, perfil de consumo, volumen intensidad de uso. Estimación de demanda potencial.	5	2
I RECURSOS HUMANOS	Hace referencia al nivel de instrucción académico del personal que labora en el atractivo.	5	0
TOTAL		100	51,85

Fuente: Ficha de levantamiento y jerarquización del atractivo levantada.

Elaboración: GAD del cantón Chaguarpamba.

Figura N° 73 Resultados de evaluación técnica de Tasines de Amarillos

RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN TÉCNICA			
CRITERIOS DE VALORACIÓN	DESCRIPCIÓN	PONDERACIÓN	RESULTADO
A ACCESIBILIDAD y CONECTIVIDAD	Contempla el ingreso, horario al atractivo y facilidades instaladas para personas con alguna discapacidad; además, se hace referencia a la existencia de vías de acceso al sitio, con énfasis en las cualidades que condicionan la relación distancia/tiempo, así también la conectividad tecnológica.	18	8,25
B PLANTA TURÍSTICA / SERVICIOS	Registra equipamientos y la disponibilidad de servicios en el atractivo.	18	6,6
C ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN SITIO / ENTORNO	Estimación de la integridad de los atributos patrimoniales físico-ambientales y socioculturales, en particular de las condiciones del sitio y su entorno.	14	10
D HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA	Hace referencia a la disponibilidad de dispositivos para recolección de basura, procedencia del agua, presencia de actos vandálicos, limpieza e iluminación del atractivo.	14	10
E POLÍTICAS Y REGULACIONES	Consideración del atractivo dentro de la Planificación territorial turística cantonal y cumplimiento de regulaciones para las actividades que se realizan en el atractivo.	10	0
F ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN EN EL ATRACTIVO	Constatación de actividades que se practican en el atractivo, mismas que le dan valor agregado.	9	9
G DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO	Publicaciones internacionales, nacionales, monografías o medios de difusión. Declaratorias y reconocimientos. Relevancia y divulgación.	7	0
H REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA	Registro del tipo de visitantes, perfil de consumo, volumen intensidad de uso. Estimación de demanda potencial.	5	2
I RECURSOS HUMANOS	Hace referencia al nivel de instrucción académico del personal que labora en el atractivo.	5	2
TOTAL		100	47,85

Fuente: Ficha de levantamiento y jerarquización del atractivo levantada.
Elaboración: GAD del cantón Chaguarpamba.

Figura N° 74 Resultados de evaluación técnica de Cascadas de San Ramón

RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN TÉCNICA			
CRITERIOS DE VALORACIÓN	DESCRIPCIÓN	PONDERACIÓN	RESULTADO
A ACCESIBILIDAD y CONECTIVIDAD	Contempla el ingreso, horario al atractivo y facilidades instaladas para personas con alguna discapacidad; además, se hace referencia a la existencia de vías de acceso al sitio, con énfasis en las cualidades que condicionan la relación distancia/tiempo, así también la conectividad tecnológica.	18	8,25
B PLANTA TURÍSTICA / SERVICIOS	Registra equipamientos y la disponibilidad de servicios en el atractivo.	18	5,1
C ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN SITIO / ENTORNO	Estimación de la integridad de los atributos patrimoniales físico-ambientales y socioculturales, en particular de las condiciones del sitio y su entorno.	14	12
D HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA	Hace referencia a la disponibilidad de dispositivos para recolección de basura, procedencia del agua, presencia de actos vandálicos, limpieza e iluminación del atractivo.	14	10
E POLÍTICAS Y REGULACIONES	Consideración del atractivo dentro de la Planificación territorial turística cantonal y cumplimiento de regulaciones para las actividades que se realizan en el atractivo.	10	0
F ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN EN EL ATRACTIVO	Constatación de actividades que se practican en el atractivo, mismas que le dan valor agregado.	9	6
G DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO	Publicaciones internacionales, nacionales, monografías o medios de difusión. Declaratorias y reconocimientos. Relevancia y divulgación.	7	0
H REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA	Registro del tipo de visitantes, perfil de consumo, volumen intensidad de uso. Estimación de demanda potencial.	5	2
I RECURSOS HUMANOS	Hace referencia al nivel de instrucción académico del personal que labora en el atractivo.	5	2
TOTAL		100	45,35

Fuente: Ficha de levantamiento y jerarquización del atractivo levantada.
Elaboración: GAD del cantón Chaguarpamba.

Figura N° 75 Resultados de evaluación técnica de Petroglifos de Misquillana

RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN TÉCNICA			
CRITERIOS DE VALORACIÓN	DESCRIPCIÓN	PONDERACIÓN	RESULTADO
A ACCESIBILIDAD y CONECTIVIDAD	Contempla el ingreso, horario al atractivo y facilidades instaladas para personas con alguna discapacidad; además, se hace referencia a la existencia de vías de acceso al sitio, con énfasis en las cualidades que condicionan la relación distancia/tiempo, así también la conectividad tecnológica.	18	8,25
B PLANTA TURÍSTICA / SERVICIOS	Registra equipamientos y la disponibilidad de servicios en el atractivo.	18	5,1
C ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN SITIO / ENTORNO	Estimación de la integridad de los atributos patrimoniales físico-ambientales y socioculturales, en particular de las condiciones del sitio y su entorno.	14	10
D HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA	Hace referencia a la disponibilidad de dispositivos para recolección de basura, procedencia del agua, presencia de actos vandálicos, limpieza e iluminación del atractivo.	14	8,5
E POLÍTICAS Y REGULACIONES	Consideración del atractivo dentro de la Planificación territorial turística cantonal y cumplimiento de regulaciones para las actividades que se realizan en el atractivo.	10	0
F ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN EN EL ATRACTIVO	Constatación de actividades que se practican en el atractivo, mismas que le dan valor agregado.	9	9
G DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO	Publicaciones internacionales, nacionales, monografías o medios de difusión. Declaratorias y reconocimientos. Relevancia y divulgación.	7	0
H REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA	Registro del tipo de visitantes, perfil de consumo, volumen intensidad de uso. Estimación de demanda potencial.	5	2
I RECURSOS HUMANOS	Hace referencia al nivel de instrucción académico del personal que labora en el atractivo.	5	2
TOTAL		100	44,85

Fuente: Ficha de levantamiento y jerarquización del atractivo levantada.

Elaboración: GAD del cantón Chaguarpamba

Figura N° 76 Resultados de evaluación técnica de Balneario Agua y Sol

RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN TÉCNICA			
CRITERIOS DE VALORACIÓN	DESCRIPCIÓN	PONDERACIÓN	RESULTADO
A ACCESIBILIDAD y CONECTIVIDAD	Contempla el ingreso, horario al atractivo y facilidades instaladas para personas con alguna discapacidad; además, se hace referencia a la existencia de vías de acceso al sitio, con énfasis en las cualidades que condicionan la relación distancia/tiempo, así también la conectividad tecnológica.	18	12,25
B PLANTA TURÍSTICA / SERVICIOS	Registra equipamientos y la disponibilidad de servicios en el atractivo.	18	6,9
C ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN SITIO / ENTORNO	Estimación de la integridad de los atributos patrimoniales físico-ambientales y socioculturales, en particular de las condiciones del sitio y su entorno.	14	12
D HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA	Hace referencia a la disponibilidad de dispositivos para recolección de basura, procedencia del agua, presencia de actos vandálicos, limpieza e iluminación del atractivo.	14	10
E POLÍTICAS Y REGULACIONES	Consideración del atractivo dentro de la Planificación territorial turística cantonal y cumplimiento de regulaciones para las actividades que se realizan en el atractivo.	10	0
F ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN EN EL ATRACTIVO	Constatación de actividades que se practican en el atractivo, mismas que le dan valor agregado.	9	6
G DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO	Publicaciones internacionales, nacionales, monografías o medios de difusión. Declaratorias y reconocimientos. Relevancia y divulgación.	7	0
H REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA	Registro del tipo de visitantes, perfil de consumo, volumen intensidad de uso. Estimación de demanda potencial.	5	2
I RECURSOS HUMANOS	Hace referencia al nivel de instrucción académico del personal que labora en el atractivo.	5	4
TOTAL		100	53,15

Fuente: Ficha de levantamiento y jerarquización del atractivo levantada.

Elaboración: GAD del cantón Chaguarpamba

Figura N° 77 Resultados de evaluación técnica de Parque de Buenavista

RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN TÉCNICA			
CRITERIOS DE VALORACIÓN	DESCRIPCIÓN	PONDERACIÓN	RESULTADO
A ACCESIBILIDAD y CONECTIVIDAD	Contempla el ingreso, horario al atractivo y facilidades instaladas para personas con alguna discapacidad; además, se hace referencia a la existencia de vías de acceso al sitio, con énfasis en las cualidades que condicionan la relación distancia/tiempo, así también la conectividad tecnológica.	18	11
B PLANTA TURÍSTICA / SERVICIOS	Registra equipamientos y la disponibilidad de servicios en el atractivo.	18	7,8
C ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN SITIO / ENTORNO	Estimación de la integridad de los atributos patrimoniales físico-ambientales y socioculturales, en particular de las condiciones del sitio y su entorno.	14	14
D HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA	Hace referencia a la disponibilidad de dispositivos para recolección de basura, procedencia del agua, presencia de actos vandálicos, limpieza e iluminación del atractivo.	14	8,5
E POLÍTICAS Y REGULACIONES	Consideración del atractivo dentro de la Planificación territorial turística cantonal y cumplimiento de regulaciones para las actividades que se realizan en el atractivo.	10	0
F ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN EN EL ATRACTIVO	Constatación de actividades que se practican en el atractivo, mismas que le dan valor agregado.	9	9
G DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO	Publicaciones internacionales, nacionales, monografías o medios de difusión. Declaratorias y reconocimientos. Relevancia y divulgación.	7	0
H REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA	Registro del tipo de visitantes, perfil de consumo, volumen intensidad de uso. Estimación de demanda potencial.	5	2
I RECURSOS HUMANOS	Hace referencia al nivel de instrucción académico del personal que labora en el atractivo.	5	2
TOTAL		100	54,3

Fuente: Ficha de levantamiento y jerarquización del atractivo levantada.

Elaboración: GAD del cantón Chaguarpamba

Figura N° 78 Resultados de evaluación técnica de Balneario la Delicia

RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN TÉCNICA			
CRITERIOS DE VALORACIÓN	DESCRIPCIÓN	PONDERACIÓN	RESULTADO
A ACCESIBILIDAD y CONECTIVIDAD	Contempla el ingreso, horario al atractivo y facilidades instaladas para personas con alguna discapacidad; además, se hace referencia a la existencia de vías de acceso al sitio, con énfasis en las cualidades que condicionan la relación distancia/tiempo, así también la conectividad tecnológica.	18	13,25
B PLANTA TURÍSTICA / SERVICIOS	Registra equipamientos y la disponibilidad de servicios en el atractivo.	18	6,9
C ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN SITIO / ENTORNO	Estimación de la integridad de los atributos patrimoniales físico-ambientales y socioculturales, en particular de las condiciones del sitio y su entorno.	14	14
D HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA	Hace referencia a la disponibilidad de dispositivos para recolección de basura, procedencia del agua, presencia de actos vandálicos, limpieza e iluminación del atractivo.	14	10
E POLÍTICAS Y REGULACIONES	Consideración del atractivo dentro de la Planificación territorial turística cantonal y cumplimiento de regulaciones para las actividades que se realizan en el atractivo.	10	0
F ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN EN EL ATRACTIVO	Constatación de actividades que se practican en el atractivo, mismas que le dan valor agregado.	9	9
G DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO	Publicaciones internacionales, nacionales, monografías o medios de difusión. Declaratorias y reconocimientos. Relevancia y divulgación.	7	0
H REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA	Registro del tipo de visitantes, perfil de consumo, volumen intensidad de uso. Estimación de demanda potencial.	5	2
I RECURSOS HUMANOS	Hace referencia al nivel de instrucción académico del personal que labora en el atractivo.	5	3
TOTAL		100	58,15

Fuente: Ficha de levantamiento y jerarquización del atractivo levantada.

Elaboración: GAD del cantón Chaguarpamba

Figura N° 79 Resultados de evaluación técnica de Parador Turístico Rinconcito del Cielo

RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN TÉCNICA			
CRITERIOS DE VALORACIÓN	DESCRIPCIÓN	PONDERACIÓN	RESULTADO
A ACCESIBILIDAD y CONECTIVIDAD	Contempla el ingreso, horario al atractivo y facilidades instaladas para personas con alguna discapacidad; además, se hace referencia a la existencia de vías de acceso al sitio, con énfasis en las cualidades que condicionan la relación distancia/tiempo, así también la conectividad tecnológica.	18	14
B PLANTA TURÍSTICA / SERVICIOS	Registra equipamientos y la disponibilidad de servicios en el atractivo.	18	6,9
C ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN SITIO / ENTORNO	Estimación de la integridad de los atributos patrimoniales físico-ambientales y socioculturales, en particular de las condiciones del sitio y su entorno.	14	14
D HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA	Hace referencia a la disponibilidad de dispositivos para recolección de basura, procedencia del agua, presencia de actos vandálicos, limpieza e iluminación del atractivo.	14	11
E POLÍTICAS Y REGULACIONES	Consideración del atractivo dentro de la Planificación territorial turística cantonal y cumplimiento de regulaciones para las actividades que se realizan en el atractivo.	10	0
F ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN EN EL ATRACTIVO	Constatación de actividades que se practican en el atractivo, mismas que le dan valor agregado.	9	6
G DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO	Publicaciones internacionales, nacionales, monografías o medios de difusión. Declaratorias y reconocimientos. Relevancia y divulgación.	7	0
H REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA	Registro del tipo de visitantes, perfil de consumo, volumen intensidad de uso. Estimación de demanda potencial.	5	2
I RECURSOS HUMANOS	Hace referencia al nivel de instrucción académico del personal que labora en el atractivo.	5	2
TOTAL		100	55,9

Fuente: Ficha de levantamiento y jerarquización del atractivo levantada.
Elaboración: GAD del cantón Chaguarpamba

Figura N° 80 Resultados de evaluación técnica de Parador Turístico Los Ñaños

RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN TÉCNICA			
CRITERIOS DE VALORACIÓN	DESCRIPCIÓN	PONDERACIÓN	RESULTADO
A ACCESIBILIDAD y CONECTIVIDAD	Contempla el ingreso, horario al atractivo y facilidades instaladas para personas con alguna discapacidad; además, se hace referencia a la existencia de vías de acceso al sitio, con énfasis en las cualidades que condicionan la relación distancia/tiempo, así también la conectividad tecnológica.	18	14
B PLANTA TURÍSTICA / SERVICIOS	Registra equipamientos y la disponibilidad de servicios en el atractivo.	18	6,3
C ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN SITIO / ENTORNO	Estimación de la integridad de los atributos patrimoniales físico-ambientales y socioculturales, en particular de las condiciones del sitio y su entorno.	14	14
D HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA	Hace referencia a la disponibilidad de dispositivos para recolección de basura, procedencia del agua, presencia de actos vandálicos, limpieza e iluminación del atractivo.	14	10
E POLÍTICAS Y REGULACIONES	Consideración del atractivo dentro de la Planificación territorial turística cantonal y cumplimiento de regulaciones para las actividades que se realizan en el atractivo.	10	0
F ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN EN EL ATRACTIVO	Constatación de actividades que se practican en el atractivo, mismas que le dan valor agregado.	9	6
G DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO	Publicaciones internacionales, nacionales, monografías o medios de difusión. Declaratorias y reconocimientos. Relevancia y divulgación.	7	0
H REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA	Registro del tipo de visitantes, perfil de consumo, volumen intensidad de uso. Estimación de demanda potencial.	5	2
I RECURSOS HUMANOS	Hace referencia al nivel de instrucción académico del personal que labora en el atractivo.	5	2
TOTAL		100	54,3

Fuente: Ficha de levantamiento y jerarquización del atractivo levantada.
Elaboración: GAD del cantón Chaguarpamba

Figura N° 81 Resultados de evaluación técnica de Petroglifos de Buenavista

RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN TÉCNICA			
CRITERIOS DE VALORACIÓN	DESCRIPCIÓN	PONDERACIÓN	RESULTADO
A ACCESIBILIDAD y CONECTIVIDAD	Contempla el ingreso, horario al atractivo y facilidades instaladas para personas con alguna discapacidad; además, se hace referencia a la existencia de vías de acceso al sitio, con énfasis en las cualidades que condicionan la relación distancia/tiempo, así también la conectividad tecnológica.	18	11,25
B PLANTA TURÍSTICA / SERVICIOS	Registra equipamientos y la disponibilidad de servicios en el atractivo.	18	7,2
C ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN SITIO / ENTORNO	Estimación de la integridad de los atributos patrimoniales físico-ambientales y socioculturales, en particular de las condiciones del sitio y su entorno.	14	10
D HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA	Hace referencia a la disponibilidad de dispositivos para recolección de basura, procedencia del agua, presencia de actos vandálicos, limpieza e iluminación del atractivo.	14	10
E POLÍTICAS Y REGULACIONES	Consideración del atractivo dentro de la Planificación territorial turística cantonal y cumplimiento de regulaciones para las actividades que se realizan en el atractivo.	10	0
F ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN EN EL ATRACTIVO	Constatación de actividades que se practican en el atractivo, mismas que le dan valor agregado.	9	9
G DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO	Publicaciones internacionales, nacionales, monografías o medios de difusión. Declaratorias y reconocimientos. Relevancia y divulgación.	7	0
H REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA	Registro del tipo de visitantes, perfil de consumo, volumen intensidad de uso. Estimación de demanda potencial.	5	2
I RECURSOS HUMANOS	Hace referencia al nivel de instrucción académico del personal que labora en el atractivo.	5	2
TOTAL		100	51,45

Fuente: Ficha de levantamiento y jerarquización del atractivo levantada.

Elaboración: GAD del cantón Chaguarpamba

Figura N° 82 Resultados de evaluación técnica de Cascadas de Lamederos

RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN TÉCNICA			
CRITERIOS DE VALORACIÓN	DESCRIPCIÓN	PONDERACIÓN	RESULTADO
A ACCESIBILIDAD y CONECTIVIDAD	Contempla el ingreso, horario al atractivo y facilidades instaladas para personas con alguna discapacidad; además, se hace referencia a la existencia de vías de acceso al sitio, con énfasis en las cualidades que condicionan la relación distancia/tiempo, así también la conectividad tecnológica.	18	8,25
B PLANTA TURÍSTICA / SERVICIOS	Registra equipamientos y la disponibilidad de servicios en el atractivo.	18	5,1
C ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN SITIO / ENTORNO	Estimación de la integridad de los atributos patrimoniales físico-ambientales y socioculturales, en particular de las condiciones del sitio y su entorno.	14	12
D HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA	Hace referencia a la disponibilidad de dispositivos para recolección de basura, procedencia del agua, presencia de actos vandálicos, limpieza e iluminación del atractivo.	14	10
E POLÍTICAS Y REGULACIONES	Consideración del atractivo dentro de la Planificación territorial turística cantonal y cumplimiento de regulaciones para las actividades que se realizan en el atractivo.	10	0
F ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN EN EL ATRACTIVO	Constatación de actividades que se practican en el atractivo, mismas que le dan valor agregado.	9	6
G DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO	Publicaciones internacionales, nacionales, monografías o medios de difusión. Declaratorias y reconocimientos. Relevancia y divulgación.	7	0
H REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA	Registro del tipo de visitantes, perfil de consumo, volumen intensidad de uso. Estimación de demanda potencial.	5	2
I RECURSOS HUMANOS	Hace referencia al nivel de instrucción académico del personal que labora en el atractivo.	5	0
TOTAL		100	43,35

Fuente: Ficha de levantamiento y jerarquización del atractivo levantada.

Elaboración: GAD del cantón Chaguarpamba

Figura N° 83 Resultados de evaluación técnica de Parque Central del Rosario

RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN TÉCNICA			
CRITERIOS DE VALORACIÓN	DESCRIPCIÓN	PONDERACIÓN	RESULTADO
A ACCESIBILIDAD y CONECTIVIDAD	Contempla el ingreso, horario al atractivo y facilidades instaladas para personas con alguna discapacidad; además, se hace referencia a la existencia de vías de acceso al sitio, con énfasis en las cualidades que condicionan la relación distancia/tiempo, así también la conectividad tecnológica.	18	10,25
B PLANTA TURÍSTICA / SERVICIOS	Registra equipamientos y la disponibilidad de servicios en el atractivo.	18	7,8
C ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN SITIO / ENTORNO	Estimación de la integridad de los atributos patrimoniales físico-ambientales y socioculturales, en particular de las condiciones del sitio y su entorno.	14	14
D HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA	Hace referencia a la disponibilidad de dispositivos para recolección de basura, procedencia del agua, presencia de actos vandálicos, limpieza e iluminación del atractivo.	14	10
E POLÍTICAS Y REGULACIONES	Consideración del atractivo dentro de la Planificación territorial turística cantonal y cumplimiento de regulaciones para las actividades que se realizan en el atractivo.	10	0
F ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN EN EL ATRACTIVO	Constatación de actividades que se practican en el atractivo, mismas que le dan valor agregado.	9	9
G DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO	Publicaciones internacionales, nacionales, monografías o medios de difusión. Declaratorias y reconocimientos. Relevancia y divulgación.	7	0
H REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA	Registro del tipo de visitantes, perfil de consumo, volumen intensidad de uso. Estimación de demanda potencial.	5	2
I RECURSOS HUMANOS	Hace referencia al nivel de instrucción académico del personal que labora en el atractivo.	5	2
TOTAL		100	55,05

Fuente: Ficha de levantamiento y jerarquización del atractivo levantada.
Elaboración: GAD del cantón Chaguarpamba

Figura N° 84 Resultados de evaluación técnica de Apiario Valarezo

RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN TÉCNICA			
CRITERIOS DE VALORACIÓN	DESCRIPCIÓN	PONDERACIÓN	RESULTADO
A ACCESIBILIDAD y CONECTIVIDAD	Contempla el ingreso, horario al atractivo y facilidades instaladas para personas con alguna discapacidad; además, se hace referencia a la existencia de vías de acceso al sitio, con énfasis en las cualidades que condicionan la relación distancia/tiempo, así también la conectividad tecnológica.	18	10,25
B PLANTA TURÍSTICA / SERVICIOS	Registra equipamientos y la disponibilidad de servicios en el atractivo.	18	6,3
C ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN SITIO / ENTORNO	Estimación de la integridad de los atributos patrimoniales físico-ambientales y socioculturales, en particular de las condiciones del sitio y su entorno.	14	14
D HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA	Hace referencia a la disponibilidad de dispositivos para recolección de basura, procedencia del agua, presencia de actos vandálicos, limpieza e iluminación del atractivo.	14	10
E POLÍTICAS Y REGULACIONES	Consideración del atractivo dentro de la Planificación territorial turística cantonal y cumplimiento de regulaciones para las actividades que se realizan en el atractivo.	10	0
F ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN EN EL ATRACTIVO	Constatación de actividades que se practican en el atractivo, mismas que le dan valor agregado.	9	9
G DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO	Publicaciones internacionales, nacionales, monografías o medios de difusión. Declaratorias y reconocimientos. Relevancia y divulgación.	7	0
H REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA	Registro del tipo de visitantes, perfil de consumo, volumen intensidad de uso. Estimación de demanda potencial.	5	2
I RECURSOS HUMANOS	Hace referencia al nivel de instrucción académico del personal que labora en el atractivo.	5	2
TOTAL		100	53,55

Fuente: Ficha de levantamiento y jerarquización del atractivo levantada.
Elaboración: GAD del cantón Chaguarpamba

Figura N° 85 Resultados de evaluación técnica de Balneario Las Tilapias

RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN TÉCNICA			
CRITERIOS DE VALORACIÓN	DESCRIPCIÓN	PONDERACIÓN	RESULTADO
A	ACCESIBILIDAD y CONECTIVIDAD	18	14,25
B	PLANTA TURÍSTICA / SERVICIOS	18	6,3
C	ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN SITIO / ENTORNO	14	14
D	HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA	14	10
E	POLÍTICAS Y REGULACIONES	10	0
F	ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN EN EL ATRACTIVO	9	6
G	DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO	7	0
H	REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA	5	2
I	RECURSOS HUMANOS	5	2
TOTAL		100	54,55

Fuente: Ficha de levantamiento y jerarquización del atractivo levantada.
Elaboración: GAD del cantón Chaguarpamba

Figura N° 86 Resultados de evaluación técnica de Balneario El Campo de Naomi

RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN TÉCNICA			
CRITERIOS DE VALORACIÓN	DESCRIPCIÓN	PONDERACIÓN	RESULTADO
A	ACCESIBILIDAD y CONECTIVIDAD	18	13,25
B	PLANTA TURÍSTICA / SERVICIOS	18	6,3
C	ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN SITIO / ENTORNO	14	14
D	HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA	14	10
E	POLÍTICAS Y REGULACIONES	10	0
F	ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN EN EL ATRACTIVO	9	6
G	DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO	7	0
H	REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA	5	2
I	RECURSOS HUMANOS	5	2
TOTAL		100	53,55

Fuente: Ficha de levantamiento y jerarquización del atractivo levantada.
Elaboración: GAD del cantón Chaguarpamba

Figura N° 87 Resultados de evaluación técnica de Balneario El Recodo

RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN TÉCNICA			
CRITERIOS DE VALORACIÓN	DESCRIPCIÓN	PONDERACIÓN	RESULTADO
A ACCESIBILIDAD y CONECTIVIDAD	Contempla el ingreso, horario al atractivo y facilidades instaladas para personas con alguna discapacidad; además, se hace referencia a la existencia de vías de acceso al sitio, con énfasis en las cualidades que condicionan la relación distancia/tiempo, así también la conectividad tecnológica.	18	14,25
B PLANTA TURÍSTICA / SERVICIOS	Registra equipamientos y la disponibilidad de servicios en el atractivo.	18	6,3
C ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN SITIO / ENTORNO	Estimación de la integridad de los atributos patrimoniales físico-ambientales y socioculturales, en particular de las condiciones del sitio y su entorno.	14	14
D HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA	Hace referencia a la disponibilidad de dispositivos para recolección de basura, procedencia del agua, presencia de actos vandálicos, limpieza e iluminación del atractivo.	14	10
E POLÍTICAS Y REGULACIONES	Consideración del atractivo dentro de la Planificación territorial turística cantonal y cumplimiento de regulaciones para las actividades que se realizan en el atractivo.	10	0
F ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN EN EL ATRACTIVO	Constatación de actividades que se practican en el atractivo, mismas que le dan valor agregado.	9	6
G DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO	Publicaciones internacionales, nacionales, monografías o medios de difusión. Declaratorias y reconocimientos. Relevancia y divulgación.	7	0
H REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA	Registro del tipo de visitantes, perfil de consumo, volumen intensidad de uso. Estimación de demanda potencial.	5	2
I RECURSOS HUMANOS	Hace referencia al nivel de instrucción académico del personal que labora en el atractivo.	5	2
TOTAL		100	54,55

Fuente: Ficha de levantamiento y jerarquización del atractivo levantada.

Elaboración: GAD del cantón Chaguarpamba

Figura N° 88 Resultados de evaluación técnica de Balneario El Trapiche

RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN TÉCNICA			
CRITERIOS DE VALORACIÓN	DESCRIPCIÓN	PONDERACIÓN	RESULTADO
A ACCESIBILIDAD y CONECTIVIDAD	Contempla el ingreso, horario al atractivo y facilidades instaladas para personas con alguna discapacidad; además, se hace referencia a la existencia de vías de acceso al sitio, con énfasis en las cualidades que condicionan la relación distancia/tiempo, así también la conectividad tecnológica.	18	14,25
B PLANTA TURÍSTICA / SERVICIOS	Registra equipamientos y la disponibilidad de servicios en el atractivo.	18	6,3
C ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN SITIO / ENTORNO	Estimación de la integridad de los atributos patrimoniales físico-ambientales y socioculturales, en particular de las condiciones del sitio y su entorno.	14	14
D HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA	Hace referencia a la disponibilidad de dispositivos para recolección de basura, procedencia del agua, presencia de actos vandálicos, limpieza e iluminación del atractivo.	14	10
E POLÍTICAS Y REGULACIONES	Consideración del atractivo dentro de la Planificación territorial turística cantonal y cumplimiento de regulaciones para las actividades que se realizan en el atractivo.	10	0
F ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN EN EL ATRACTIVO	Constatación de actividades que se practican en el atractivo, mismas que le dan valor agregado.	9	6
G DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO	Publicaciones internacionales, nacionales, monografías o medios de difusión. Declaratorias y reconocimientos. Relevancia y divulgación.	7	0
H REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA	Registro del tipo de visitantes, perfil de consumo, volumen intensidad de uso. Estimación de demanda potencial.	5	2
I RECURSOS HUMANOS	Hace referencia al nivel de instrucción académico del personal que labora en el atractivo.	5	2
TOTAL		100	54,55

Fuente: Ficha de levantamiento y jerarquización del atractivo levantada.

Elaboración: GAD del cantón Chaguarpamba

Figura N° 89 Resultados de evaluación técnica de Parque Central de Santa Rufina

RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN TÉCNICA			
CRITERIOS DE VALORACIÓN	DESCRIPCIÓN	PONDERACIÓN	RESULTADO
A ACCESIBILIDAD y CONECTIVIDAD	Contempla el ingreso, horario al atractivo y facilidades instaladas para personas con alguna discapacidad; además, se hace referencia a la existencia de vías de acceso al sitio, con énfasis en las cualidades que condicionan la relación distancia/tiempo, así también la conectividad tecnológica.	18	10
B PLANTA TURÍSTICA / SERVICIOS	Registra equipamientos y la disponibilidad de servicios en el atractivo.	18	7,8
C ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN SITIO / ENTORNO	Estimación de la integridad de los atributos patrimoniales físico-ambientales y socioculturales, en particular de las condiciones del sitio y su entorno.	14	14
D HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA	Hace referencia a la disponibilidad de dispositivos para recolección de basura, procedencia del agua, presencia de actos vandálicos, limpieza e iluminación del atractivo.	14	10
E POLÍTICAS Y REGULACIONES	Consideración del atractivo dentro de la Planificación territorial turística cantonal y cumplimiento de regulaciones para las actividades que se realizan en el atractivo.	10	0
F ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN EN EL ATRACTIVO	Constatación de actividades que se practican en el atractivo, mismas que le dan valor agregado.	9	9
G DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO	Publicaciones internacionales, nacionales, monografías o medios de difusión. Declaratorias y reconocimientos. Relevancia y divulgación.	7	0
H REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA	Registro del tipo de visitantes, perfil de consumo, volumen intensidad de uso. Estimación de demanda potencial.	5	2
I RECURSOS HUMANOS	Hace referencia al nivel de instrucción académico del personal que labora en el atractivo.	5	2
TOTAL		100	54,8

Fuente: Ficha de levantamiento y jerarquización del atractivo levantada.

Elaboración: GAD del cantón Chaguarpamba

Figura N° 90 Resultados de evaluación técnica de Balneario La Cascada

RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN TÉCNICA			
CRITERIOS DE VALORACIÓN	DESCRIPCIÓN	PONDERACIÓN	RESULTADO
A ACCESIBILIDAD y CONECTIVIDAD	Contempla el ingreso, horario al atractivo y facilidades instaladas para personas con alguna discapacidad; además, se hace referencia a la existencia de vías de acceso al sitio, con énfasis en las cualidades que condicionan la relación distancia/tiempo, así también la conectividad tecnológica.	18	14
B PLANTA TURÍSTICA / SERVICIOS	Registra equipamientos y la disponibilidad de servicios en el atractivo.	18	6,3
C ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN SITIO / ENTORNO	Estimación de la integridad de los atributos patrimoniales físico-ambientales y socioculturales, en particular de las condiciones del sitio y su entorno.	14	14
D HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA	Hace referencia a la disponibilidad de dispositivos para recolección de basura, procedencia del agua, presencia de actos vandálicos, limpieza e iluminación del atractivo.	14	10
E POLÍTICAS Y REGULACIONES	Consideración del atractivo dentro de la Planificación territorial turística cantonal y cumplimiento de regulaciones para las actividades que se realizan en el atractivo.	10	0
F ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN EN EL ATRACTIVO	Constatación de actividades que se practican en el atractivo, mismas que le dan valor agregado.	9	6
G DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO	Publicaciones internacionales, nacionales, monografías o medios de difusión. Declaratorias y reconocimientos. Relevancia y divulgación.	7	0
H REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA	Registro del tipo de visitantes, perfil de consumo, volumen intensidad de uso. Estimación de demanda potencial.	5	2
I RECURSOS HUMANOS	Hace referencia al nivel de instrucción académico del personal que labora en el atractivo.	5	0
TOTAL		100	52,3

Fuente: Ficha de levantamiento y jerarquización del atractivo levantada.

Elaboración: GAD del cantón Chaguarpamba

Figura N° 91 Resultados de evaluación técnica de Balneario Las Juntas

RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN TÉCNICA			
CRITERIOS DE VALORACIÓN	DESCRIPCIÓN	PONDERACIÓN	RESULTADO
A ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD	Contempla el ingreso, horario al atractivo y facilidades instaladas para personas con alguna discapacidad; además, se hace referencia a la existencia de vías de acceso al sitio, con énfasis en las cualidades que condicionan la relación distancia/tiempo, así también la conectividad tecnológica.	18	12,25
B PLANTA TURÍSTICA / SERVICIOS	Registra equipamientos y la disponibilidad de servicios en el atractivo.	18	5,7
C ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN SITIO / ENTORNO	Estimación de la integridad de los atributos patrimoniales físico-ambientales y socioculturales, en particular de las condiciones del sitio y su entorno.	14	12
D HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA	Hace referencia a la disponibilidad de dispositivos para recolección de basura, procedencia del agua, presencia de actos vandálicos, limpieza e iluminación del atractivo.	14	10
E POLÍTICAS Y REGULACIONES	Consideración del atractivo dentro de la Planificación territorial turística cantonal y cumplimiento de regulaciones para las actividades que se realizan en el atractivo.	10	0
F ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN EN EL ATRACTIVO	Constatación de actividades que se practican en el atractivo, mismas que le dan valor agregado.	9	3
G DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO	Publicaciones internacionales, nacionales, monografías o medios de difusión. Declaratorias y reconocimientos. Relevancia y divulgación.	7	0
H REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA	Registro del tipo de visitantes, perfil de consumo, volumen intensidad de uso. Estimación de demanda potencial.	5	2
I RECURSOS HUMANOS	Hace referencia al nivel de instrucción académico del personal que labora en el atractivo.	5	2
TOTAL		100	46,95

Fuente: Ficha de levantamiento y jerarquización del atractivo levantada.

Elaboración: GAD del cantón Chaguarpamba

6.2.2.2. Jerarquización de atractivos turísticos del cantón Chaguarpamba. Para realizar la jerarquización según la Metodología del Ministerio de Turismo, se obtuvo la tabla de jerarquización de atractivos turísticos donde se muestra el rango y el nivel de jerarquía (ver el Anexo N° 1) para posteriormente realizar la jerarquización a cada uno de los atractivos turísticos del cantón Chaguarpamba en base a las ponderaciones que se tuvo en los resultados de la evaluación técnica, los resultados de la aplicación se muestran en la Tabla N° 19.

Tabla 19. Matriz de jerarquización de atractivos turísticos del cantón Chaguarpamba

Atractivo Turísticos	Ponderación	Jerarquía
Iglesia Matriz de Chaguarpamba	55.9	Jerarquía II
Parque de La Madre	60.8	Jerarquía II
Plazoleta Miraflores	56.3	Jerarquía II
Casa Campo Verde	57.3	Jerarquía II
Monumento al Cafetalero	58.2	Jerarquía II
Finca Agroecológica Indera	51.55	Jerarquía II
Cerro Surapo/ Pan de azúcar	47.55	Jerarquía II
Cascada Las Zarzas	44.75	Jerarquía II
Cascada y laguna “Lozumbe”	Sin ficha	Sin ficha
Rancho Gran Chaparral	52.65	Jerarquía II
Parque Central de Amarillos	55.8	Jerarquía II
Mirador La Cruz del Calvario	51.85	Jerarquía II
Tasines de Amarillos	47.85	Jerarquía II
Cascadas de San Ramón	45.35	Jerarquía II
Petroglifos de Misquillana	44.85	Jerarquía II
Balneario Agua y Sol	53.15	Jerarquía II
Parque Central de Buena Vista	54.3	Jerarquía II
Parador Turístico La Delicia	58.15	Jerarquía II
Parador Turístico Rinconcito de Cielo	55.9	Jerarquía II
Parador Turístico Los Ñañitos	54.3	Jerarquía II
Petroglifos de Buenavista	51.45	Jerarquía II

Atractivo Turísticos	Ponderación	Jerarquía
Cascadas de Lamederos	43.35	Jerarquía II
Parque Central de El Rosario	55.05	Jerarquía II
Apiario Valarezo	53.55	Jerarquía II
Balneario Las Tilapias	54.55	Jerarquía II
Balneario El Campo de Naomi	53.55	Jerarquía II
Balneario El Recodo	54.55	Jerarquía II
Balneario El Trapiche	54.55	Jerarquía II
Parque Central de Santa Rufina	54.8	Jerarquía II
Balneario La Cascada	52.3	Jerarquía II
Balneario Las Juntas	46.95	Jerarquía II

Fuente: Datos de los resultados de evaluación técnica de cada Atractivo.
Elaboración: La Autora.

6.2.3. Aplicación de la propuesta metodológica.

Se aplicó la ficha modelo elaborada a cada uno de los atractivos turísticos, se llenó con información obtenida de la salida de campo previamente realizada, para un mejor análisis de resultados se mostrará el total obtenido de cada uno de los atractivos en los siguientes Tablas que resumen los resultados de las 9 variables por cada atractivo turístico.

Tabla 20. Ficha de resultados de Iglesia Matriz de Chaguarpamba

N°	Nombre de la variable	Total	Porcentaje
1	Accesibilidad y Conectividad	3,26	7,81%
2	Planta turística/Complementarios	3,70	8,87%
3	Estado de conservación e integración Atractivo/Entorno	-0,30	-0,72%
4	Higiene y Seguridad turística	4,18	10,01%
5	Políticas y Regulaciones	0,00	0,00%
6	Actividades que se practican	0,18	0,42%
7	Promoción y Comercialización del Atractivo	1,50	3,60%
8	Registro y Afluencia de visitantes	1,60	3,84%
9	Recurso Humano	2,20	5,28%
TOTAL		16,31	39,11%

Fuente: Datos de la aplicación de la ficha modelo de la propuesta metodológica al atractivo turístico.

Elaboración: La Autora.

Tabla 21. Ficha de resultados de Parque de La Madre

N°	Nombre de la variable	Total	Porcentaje
1	Accesibilidad y Conectividad	3,26	7,81%
2	Planta turística/Complementarios	3,95	9,47%
3	Estado de conservación e integración Atractivo/Entorno	-0,30	-0,72%
4	Higiene y Seguridad turística	4,18	10,01%
5	Políticas y Regulaciones	0,00	0,00%
6	Actividades que se practican	0,35	0,85%
7	Promoción y Comercialización del Atractivo	1,50	3,60%
8	Registro y Afluencia de visitantes	0,20	0,48%
9	Recurso Humano	2,00	4,80%
TOTAL		15,13	36,29%

Fuente: Datos de la aplicación de la ficha modelo de la propuesta metodológica al atractivo turístico.

Elaboración: La Autora.

Tabla 22. Ficha de resultados de Plazoleta Miraflores

N°	Nombre de la variable	Total	Porcentaje
1	Accesibilidad y Conectividad	3,26	7,81%
2	Planta turística/Complementarios	3,95	9,47%
3	Estado de conservación e integración Atractivo/Entorno	-0,30	-0,72%
4	Higiene y Seguridad turística	4,18	10,01%
5	Políticas y Regulaciones	0,00	0,00%
6	Actividades que se practican	0,35	0,85%
7	Promoción y Comercialización del Atractivo	1,50	3,60%
8	Registro y Afluencia de visitantes	1,60	3,84%
9	Recurso Humano	2,00	4,80%
TOTAL		16,53	39,65%

Fuente: Datos de la aplicación de la ficha modelo de la propuesta metodológica al atractivo turístico.
Elaboración: La Autora.

Tabla 23. Ficha de resultados de Casa Campo Verde

N°	Nombre de la variable	Total	Porcentaje
1	Accesibilidad y Conectividad	2,91	6,97%
2	Planta turística/Complementarios	2,28	5,46%
3	Estado de conservación e integración Atractivo/Entorno	-0,30	-0,72%
4	Higiene y Seguridad turística	3,58	8,57%
5	Políticas y Regulaciones	0,00	0,00%
6	Actividades que se practican	0,76	1,82%
7	Promoción y Comercialización del Atractivo	1,50	3,60%
8	Registro y Afluencia de visitantes	1,20	2,88%
9	Recurso Humano	1,55	3,72%
TOTAL		13,46	32,28%

Fuente: Datos de la aplicación de la ficha modelo de la propuesta metodológica al atractivo turístico.
Elaboración: La Autora.

Tabla 24. Ficha de resultados de Monumento al Cafetalero

N°	Nombre de la variable	Total	Porcentaje
1	Accesibilidad y Conectividad	2,91	6,97%
2	Planta turística/Complementarios	3,95	9,47%
3	Estado de conservación e integración Atractivo/Entorno	-0,30	-0,72%
4	Higiene y Seguridad turística	4,18	10,01%
5	Políticas y Regulaciones	0,00	0,00%
6	Actividades que se practican	0,18	0,42%
7	Promoción y Comercialización del Atractivo	1,50	3,60%
8	Registro y Afluencia de visitantes	1,60	3,84%
9	Recurso Humano	2,00	4,80%
	TOTAL	16,01	38,39%

Fuente: Datos de la aplicación de la ficha modelo de la propuesta metodológica al atractivo turístico.

Elaboración: La Autora.

Tabla 25. Ficha de resultados de Finca Agroecológica Indera

N°	Nombre de la variable	Total	Porcentaje
1	Accesibilidad y Conectividad	2,08	4,98%
2	Planta turística/Complementarios	2,50	6,00%
3	Estado de conservación e integración Atractivo/Entorno	-1,00	-2,40%
4	Higiene y Seguridad turística	2,45	5,88%
5	Políticas y Regulaciones	0,00	0,00%
6	Actividades que se practican	0,45	1,08%
7	Promoción y Comercialización del Atractivo	1,50	3,60%
8	Registro y Afluencia de visitantes	1,20	2,88%
9	Recurso Humano	0,85	2,04%
	TOTAL	10,02	24,04%

Fuente: Datos de la aplicación de la ficha modelo de la propuesta metodológica al atractivo turístico.

Elaboración: La Autora.

Tabla 26. Ficha de resultados de Cerro Surapo / Pan de Azúcar

N°	Nombre de la variable	Total	Porcentaje
1	Accesibilidad y Conectividad	1,58	3,78%
2	Planta turística/Complementarios	2,00	4,80%
3	Estado de conservación e integración Atractivo/Entorno	-1,00	-2,40%
4	Higiene y Seguridad turística	1,35	3,24%
5	Políticas y Regulaciones	0,00	0,00%
6	Actividades que se practican	0,73	1,76%
7	Promoción y Comercialización del Atractivo	1,50	3,60%
8	Registro y Afluencia de visitantes	0,60	1,44%
9	Recurso Humano	0,30	0,72%
	TOTAL	7,06	16,93%

Fuente: Datos de la aplicación de la ficha modelo de la propuesta metodológica al atractivo turístico.

Elaboración: La Autora.

Tabla 27. Ficha de resultados de Cascadas las Zarzas

N°	Nombre de la variable	Total	Porcentaje
1	Accesibilidad y Conectividad	1,58	3,78%
2	Planta turística/Complementarios	1,00	2,40%
3	Estado de conservación e integración Atractivo/Entorno	-0,60	-1,44%
4	Higiene y Seguridad turística	1,10	2,64%
5	Políticas y Regulaciones	0,00	0,00%
6	Actividades que se practican	0,43	1,02%
7	Promoción y Comercialización del Atractivo	1,50	3,60%
8	Registro y Afluencia de visitantes	0,60	1,44%
9	Recurso Humano	0,25	0,60%
	TOTAL	5,85	14,03%

Fuente: Datos de la aplicación de la ficha modelo de la propuesta metodológica al atractivo turístico.

Elaboración: La Autora.

Rancho Gran Chaparral: No se pudo llenar la ficha debido a que no se pudo realizar la visita de campo al atractivo turístico por motivos de remodelación y pandemia.

Tabla 28. Ficha de resultados de Cascada y Laguna "Lozumbe"

N°	Nombre de la variable	Total	Porcentaje
1	Accesibilidad y Conectividad	1,88	4,50%
2	Planta turística/Complementarios	1,00	2,40%
3	Estado de conservación e integración Atractivo/Entorno	-0,60	-1,44%
4	Higiene y Seguridad turística	1,10	2,64%
5	Políticas y Regulaciones	0,00	0,00%
6	Actividades que se practican	0,35	0,84%
7	Promoción y Comercialización del Atractivo	1,50	3,60%
8	Registro y Afluencia de visitantes	0,60	1,44%
9	Recurso Humano	0,25	0,60%
TOTAL		6,07	14,57%

Fuente: Datos de la aplicación de la ficha modelo de la propuesta metodológica al atractivo turístico.

Elaboración: La Autora.

Tabla 29. Ficha de resultados de Parque Central de Amarillos

N°	Nombre de la variable	Total	Porcentaje
1	Accesibilidad y Conectividad	2,33	5,58%
2	Planta turística/Complementarios	1,40	3,36%
3	Estado de conservación e integración Atractivo/Entorno	-0,30	-0,72%
4	Higiene y Seguridad turística	3,58	8,57%
5	Políticas y Regulaciones	0,00	0,00%
6	Actividades que se practican	0,35	0,85%
7	Promoción y Comercialización del Atractivo	1,50	3,60%
8	Registro y Afluencia de visitantes	1,60	3,84%
9	Recurso Humano	0,80	1,92%
TOTAL		11,25	26,99%

Fuente: Datos de la aplicación de la ficha modelo de la propuesta metodológica al atractivo turístico.

Elaboración: La Autora.

Tabla 30. Ficha de resultados de Mirador La Cruz del Calvario

N°	Nombre de la variable	Total	Porcentaje
1	Accesibilidad y Conectividad	1,88	4,50%
2	Planta turística/Complementarios	1,50	3,60%
3	Estado de conservación e integración Atractivo/Entorno	-0,70	-1,68%
4	Higiene y Seguridad turística	1,85	4,44%
5	Políticas y Regulaciones	0,00	0,00%
6	Actividades que se practican	0,43	1,02%
7	Promoción y Comercialización del Atractivo	1,50	3,60%
8	Registro y Afluencia de visitantes	0,60	1,44%
9	Recurso Humano	0,30	0,72%
	TOTAL	7,35	17,63%

Fuente: Datos de la aplicación de la ficha modelo de la propuesta metodológica al atractivo turístico.
Elaboración: La Autora.

Tabla 31. Ficha de resultados de Tasines de Amarillos

N°	Nombre de la variable	Total	Porcentaje
1	Accesibilidad y Conectividad	1,58	3,78%
2	Planta turística/Complementarios	1,00	2,40%
3	Estado de conservación e integración Atractivo/Entorno	-1,00	-2,40%
4	Higiene y Seguridad turística	0,85	2,04%
5	Políticas y Regulaciones	0,00	0,00%
6	Actividades que se practican	0,35	0,84%
7	Promoción y Comercialización del Atractivo	1,50	3,60%
8	Registro y Afluencia de visitantes	0,60	1,44%
9	Recurso Humano	0,25	0,60%
	TOTAL	5,12	12,29%

Fuente: Datos de la aplicación de la ficha modelo de la propuesta metodológica al atractivo turístico.
Elaboración: La Autora.

Tabla 32. Ficha de resultados de Cascadas de San Ramón

N°	Nombre de la variable	Total	Porcentaje
1	Accesibilidad y Conectividad	1,58	3,78%
2	Planta turística/Complementarios	1,00	2,40%
3	Estado de conservación e integración Atractivo/Entorno	-0,60	-1,44%
4	Higiene y Seguridad turística	1,10	2,64%
5	Políticas y Regulaciones	0,00	0,00%
6	Actividades que se practican	0,35	0,84%
7	Promoción y Comercialización del Atractivo	1,50	3,60%
8	Registro y Afluencia de visitantes	0,60	1,44%
9	Recurso Humano	0,25	0,60%
	TOTAL	5,77	13,85%

Fuente: Datos de la aplicación de la ficha modelo de la propuesta metodológica al atractivo turístico.

Elaboración: La Autora.

Tabla 33. Ficha de resultados de Petroglifos de Misquillana

N°	Nombre de la variable	Total	Porcentaje
1	Accesibilidad y Conectividad	1,88	4,50%
2	Planta turística/Complementarios	1,00	2,40%
3	Estado de conservación e integración Atractivo/Entorno	-1,00	-2,40%
4	Higiene y Seguridad turística	0,85	2,04%
5	Políticas y Regulaciones	0,00	0,00%
6	Actividades que se practican	0,41	0,98%
7	Promoción y Comercialización del Atractivo	1,50	3,60%
8	Registro y Afluencia de visitantes	0,60	1,44%
9	Recurso Humano	0,25	0,60%
	TOTAL	5,48	13,15%

Fuente: Datos de la aplicación de la ficha modelo de la propuesta metodológica al atractivo turístico.

Elaboración: La Autora.

Tabla 34. Ficha de resultados de Balneario Agua y Sol

N°	Nombre de la variable	Total	Porcentaje
1	Accesibilidad y Conectividad	2,68	6,41%
2	Planta turística/Complementarios	2,40	5,76%
3	Estado de conservación e integración Atractivo/Entorno	-0,30	-0,72%
4	Higiene y Seguridad turística	2,23	5,34%
5	Políticas y Regulaciones	0,00	0,00%
6	Actividades que se practican	0,58	1,39%
7	Promoción y Comercialización del Atractivo	1,50	3,60%
8	Registro y Afluencia de visitantes	0,80	1,92%
9	Recurso Humano	0,80	1,92%
	TOTAL	10,68	25,61%

Fuente: Datos de la aplicación de la ficha modelo de la propuesta metodológica al atractivo turístico.

Elaboración: La Autora.

Tabla 35. Ficha de resultados de Parque Central de Buenavista

N°	Nombre de la variable	Total	Porcentaje
1	Accesibilidad y Conectividad	2,83	6,77%
2	Planta turística/Complementarios	1,80	4,32%
3	Estado de conservación e integración Atractivo/Entorno	-0,30	-0,72%
4	Higiene y Seguridad turística	3,65	8,75%
5	Políticas y Regulaciones	0,00	0,00%
6	Actividades que se practican	0,35	0,85%
7	Promoción y Comercialización del Atractivo	1,50	3,60%
8	Registro y Afluencia de visitantes	1,60	3,84%
9	Recurso Humano	0,80	1,92%
	TOTAL	12,23	29,33%

Fuente: Datos de la aplicación de la ficha modelo de la propuesta metodológica al atractivo turístico.

Elaboración: La Autora.

Tabla 36. Ficha de resultados de Parador Turístico La Delicia

N°	Nombre de la variable	Total	Porcentaje
1	Accesibilidad y Conectividad	2,48	5,94%
2	Planta turística/Complementarios	2,40	5,76%
3	Estado de conservación e integración Atractivo/Entorno	-0,30	-0,72%
4	Higiene y Seguridad turística	3,45	8,27%
5	Políticas y Regulaciones	0,00	0,00%
6	Actividades que se practican	0,50	1,21%
7	Promoción y Comercialización del Atractivo	1,50	3,60%
8	Registro y Afluencia de visitantes	2,40	5,76%
9	Recurso Humano	0,45	1,08%
	TOTAL	12,88	30,88%

Fuente: Datos de la aplicación de la ficha modelo de la propuesta metodológica al atractivo turístico.

Elaboración: La Autora.

Tabla 37. Ficha de resultados de Parador Turístico Rinconcito del Cielo

N°	Nombre de la variable	Total	Porcentaje
1	Accesibilidad y Conectividad	2,68	6,41%
2	Planta turística/Complementarios	1,65	3,96%
3	Estado de conservación e integración Atractivo/Entorno	-0,30	-0,72%
4	Higiene y Seguridad turística	3,45	8,27%
5	Políticas y Regulaciones	0,00	0,00%
6	Actividades que se practican	0,35	0,84%
7	Promoción y Comercialización del Atractivo	1,50	3,60%
8	Registro y Afluencia de visitantes	2,40	5,76%
9	Recurso Humano	0,45	1,08%
	TOTAL	12,17	29,19%

Fuente: Datos de la aplicación de la ficha modelo de la propuesta metodológica al atractivo turístico.

Elaboración: La Autora.

Tabla 38. Ficha de resultados de Parador Turístico Los Ñaños

N°	Nombre de la variable	Total	Porcentaje
1	Accesibilidad y Conectividad	3,21	7,69%
2	Planta turística/Complementarios	1,40	3,36%
3	Estado de conservación e integración Atractivo/Entorno	-0,30	-0,72%
4	Higiene y Seguridad turística	3,45	8,26%
5	Políticas y Regulaciones	0,00	0,00%
6	Actividades que se practican	0,33	0,79%
7	Promoción y Comercialización del Atractivo	1,50	3,60%
8	Registro y Afluencia de visitantes	1,60	3,84%
9	Recurso Humano	0,45	1,08%
	TOTAL	11,63	27,89%

Fuente: Datos de la aplicación de la ficha modelo de la propuesta metodológica al atractivo turístico.

Elaboración: La Autora.

Tabla 39. Ficha de resultados de Petroglifos de Buenavista

N°	Nombre de la variable	Total	Porcentaje
1	Accesibilidad y Conectividad	1,68	4,02%
2	Planta turística/Complementarios	1,40	3,36%
3	Estado de conservación e integración Atractivo/Entorno	-1,00	-2,40%
4	Higiene y Seguridad turística	0,85	2,04%
5	Políticas y Regulaciones	0,00	0,00%
6	Actividades que se practican	0,33	0,79%
7	Promoción y Comercialización del Atractivo	1,50	3,60%
8	Registro y Afluencia de visitantes	0,60	1,44%
9	Recurso Humano	0,25	0,60%
	TOTAL	5,61	13,44%

Fuente: Datos de la aplicación de la ficha modelo de la propuesta metodológica al atractivo turístico.

Elaboración: La Autora.

Tabla 40. Ficha de resultados de Cascadas de Lamederos

N°	Nombre de la variable	Total	Porcentaje
1	Accesibilidad y Conectividad	1,58	3,78%
2	Planta turística/Complementarios	1,00	2,40%
3	Estado de conservación e integración Atractivo/Entorno	-0,60	-1,44%
4	Higiene y Seguridad turística	1,10	2,64%
5	Políticas y Regulaciones	0,00	0,00%
6	Actividades que se practican	0,27	0,65%
7	Promoción y Comercialización del Atractivo	1,50	3,60%
8	Registro y Afluencia de visitantes	0,60	1,44%
9	Recurso Humano	0,25	0,60%
	TOTAL	5,70	13,66%

Fuente: Datos de la aplicación de la ficha modelo de la propuesta metodológica al atractivo turístico.
Elaboración: La Autora.

Tabla 41. Ficha de resultados de Parque Central del Rosario

N°	Nombre de la variable	Total	Porcentaje
1	Accesibilidad y Conectividad	2,83	6,77%
2	Planta turística/Complementarios	1,40	3,36%
3	Estado de conservación e integración Atractivo/Entorno	-0,30	-0,72%
4	Higiene y Seguridad turística	3,78	9,05%
5	Políticas y Regulaciones	0,00	0,00%
6	Actividades que se practican	0,35	0,85%
7	Promoción y Comercialización del Atractivo	1,50	3,60%
8	Registro y Afluencia de visitantes	1,60	3,84%
9	Recurso Humano	0,80	1,92%
	TOTAL	11,95	28,67%

Fuente: Datos de la aplicación de la ficha modelo de la propuesta metodológica al atractivo turístico.
Elaboración: La Autora.

Tabla 42. Ficha de resultados de Apiario Valarezo

N°	Nombre de la variable	Total	Porcentaje
1	Accesibilidad y Conectividad	1,58	3,78%
2	Planta turística/Complementarios	1,00	2,40%
3	Estado de conservación e integración Atractivo/Entorno	-1,00	-2,40%
4	Higiene y Seguridad turística	0,85	2,04%
5	Políticas y Regulaciones	0,00	0,00%
6	Actividades que se practican	0,51	1,22%
7	Promoción y Comercialización del Atractivo	1,50	3,60%
8	Registro y Afluencia de visitantes	0,80	1,92%
9	Recurso Humano	0,55	1,32%
	TOTAL	5,78	13,87%

Fuente: Datos de la aplicación de la ficha modelo de la propuesta metodológica al atractivo turístico.
Elaboración: La Autora.

Tabla 43. Ficha de resultados de Balneario las Tilapias

N°	Nombre de la variable	Total	Porcentaje
1	Accesibilidad y Conectividad	2,18	5,22%
2	Planta turística/Complementarios	1,40	3,36%
3	Estado de conservación e integración Atractivo/Entorno	-0,30	-0,72%
4	Higiene y Seguridad turística	3,58	8,57%
5	Políticas y Regulaciones	0,00	0,00%
6	Actividades que se practican	0,61	1,47%
7	Promoción y Comercialización del Atractivo	1,50	3,60%
8	Registro y Afluencia de visitantes	2,40	5,76%
9	Recurso Humano	0,45	1,08%
	TOTAL	11,81	28,33%

Fuente: Datos de la aplicación de la ficha modelo de la propuesta metodológica al atractivo turístico.
Elaboración: La Autora.

Tabla 44. Ficha de resultados de Balneario Campo de Naomi

N°	Nombre de la variable	Total	Porcentaje
1	Accesibilidad y Conectividad	2,38	5,70%
2	Planta turística/Complementarios	1,40	3,36%
3	Estado de conservación e integración Atractivo/Entorno	-0,30	-0,72%
4	Higiene y Seguridad turística	3,58	8,57%
5	Políticas y Regulaciones	0,00	0,00%
6	Actividades que se practican	0,61	1,47%
7	Promoción y Comercialización del Atractivo	1,50	3,60%
8	Registro y Afluencia de visitantes	2,40	5,76%
9	Recurso Humano	1,85	4,44%
	TOTAL	13,41	32,17%

Fuente: Datos de la aplicación de la ficha modelo de la propuesta metodológica al atractivo turístico.
Elaboración: La Autora.

Tabla 45. Ficha de resultados de Balneario el Recodo

N°	Nombre de la variable	Total	Porcentaje
1	Accesibilidad y Conectividad	2,18	5,22%
2	Planta turística/Complementarios	1,40	3,36%
3	Estado de conservación e integración Atractivo/Entorno	-0,30	-0,72%
4	Higiene y Seguridad turística	3,58	8,57%
5	Políticas y Regulaciones	0,00	0,00%
6	Actividades que se practican	0,61	1,47%
7	Promoción y Comercialización del Atractivo	1,50	3,60%
8	Registro y Afluencia de visitantes	2,40	5,76%
9	Recurso Humano	0,45	1,08%
	TOTAL	11,81	28,33%

Fuente: Datos de la aplicación de la ficha modelo de la propuesta metodológica al atractivo turístico.
Elaboración: La Autora.

Tabla 46. Ficha de resultados de Balneario el Trapiche

N°	Nombre de la variable	Total	Porcentaje
1	Accesibilidad y Conectividad	1,88	4,50%
2	Planta turística/Complementarios	1,40	3,36%
3	Estado de conservación e integración Atractivo/Entorno	-0,30	-0,72%
4	Higiene y Seguridad turística	3,58	8,57%
5	Políticas y Regulaciones	0,00	0,00%
6	Actividades que se practican	0,69	1,66%
7	Promoción y Comercialización del Atractivo	1,50	3,60%
8	Registro y Afluencia de visitantes	2,40	5,76%
9	Recurso Humano	0,45	1,08%
	TOTAL	11,59	27,80%

Fuente: Datos de la aplicación de la ficha modelo de la propuesta metodológica al atractivo turístico.
Elaboración: La Autora.

Tabla 47. Ficha de resultados de Parque Central de Santa Rufina

N°	Nombre de la variable	Total	Porcentaje
1	Accesibilidad y Conectividad	2,83	6,77%
2	Planta turística/Complementarios	1,40	3,36%
3	Estado de conservación e integración Atractivo/Entorno	-0,30	-0,72%
4	Higiene y Seguridad turística	3,65	8,75%
5	Políticas y Regulaciones	0,00	0,00%
6	Actividades que se practican	0,35	0,85%
7	Promoción y Comercialización del Atractivo	1,50	3,60%
8	Registro y Afluencia de visitantes	1,60	3,84%
9	Recurso Humano	0,80	1,92%
	TOTAL	11,83	28,37%

Fuente: Datos de la aplicación de la ficha modelo de la propuesta metodológica al atractivo turístico.
Elaboración: La Autora.

Tabla 48. Ficha de resultados de Balneario la Cascada

N°	Nombre de la variable	Total	Porcentaje
1	Accesibilidad y Conectividad	2,91	6,97%
2	Planta turística/Complementarios	1,40	3,36%
3	Estado de conservación e integración Atractivo/Entorno	-0,30	-0,72%
4	Higiene y Seguridad turística	3,45	8,26%
5	Políticas y Regulaciones	0,00	0,00%
6	Actividades que se practican	0,54	1,29%
7	Promoción y Comercialización del Atractivo	1,50	3,60%
8	Registro y Afluencia de visitantes	1,40	3,36%
9	Recurso Humano	0,45	1,08%
	TOTAL	11,34	27,19%

Fuente: Datos de la aplicación de la ficha modelo de la propuesta metodológica al atractivo turístico.

Elaboración: La Autora.

Tabla 49. Ficha de resultados de Balneario las Juntas

N°	Nombre de la variable	Total	Porcentaje
1	Accesibilidad y Conectividad	2,18	5,22%
2	Planta turística/Complementarios	1,40	3,36%
3	Estado de conservación e integración Atractivo/Entorno	-0,30	-0,72%
4	Higiene y Seguridad turística	3,35	8,02%
5	Políticas y Regulaciones	0,00	0,00%
6	Actividades que se practican	0,56	1,33%
7	Promoción y Comercialización del Atractivo	1,50	3,60%
8	Registro y Afluencia de visitantes	0,80	1,92%
9	Recurso Humano	0,30	0,72%
	TOTAL	9,78	23,44%

Fuente: Datos de la aplicación de la ficha modelo de la propuesta metodológica al atractivo turístico.

Elaboración: La Autora.

6.2.3.1. Jerarquización de atractivos turísticos del cantón Chaguarpamba aplicando la propuesta metodológica

Para realizar la jerarquización se utilizaron los rangos y niveles de jerarquías creados en la propuesta metodológica (ver Tabla N° 13). Con los rangos, se aplicó las jerarquías a los atractivos turísticos del cantón Chaguarpamba detallados en la Tabla N° 50.

Tabla 50. Matriz de jerarquización de atractivos turísticos del cantón Chaguarpamba

Atractivo Turísticos	Ponderación	Jerarquía
Iglesia Matriz de Chaguarpamba	16,31	Jerarquía I
Parque de La Madre	15,13	Jerarquía I
Plazoleta Miraflores	16,53	Jerarquía I
Casa Campo Verde	13,46	Jerarquía I
Monumento al Cafetalero	16,01	Jerarquía I
Finca Agroecológica Indera	10,02	Jerarquía I
Cerro Surapo/ Pan de azúcar	7,06	Recurso
Cascada Las Zarzas	5,85	Recurso
Cascada y Laguna “Lozumbe”	6,07	Recurso
Rancho Gran Chaparral	-	-
Parque Central de Amarillos	11,25	Jerarquía I
Mirador La Cruz del Calvario	7,35	Recurso
Tasines de Amarillos	5.12	Recurso
Cascadas de San Ramón	5,77	Recurso
Petroglifos de Misquillana	5,48	Recurso
Balneario Agua y Sol	10,68	Jerarquía I

Atractivo Turísticos	Ponderación	Jerarquía
Parque Central de Buena Vista	12,23	Jerarquía I
Parador Turístico La Delicia	12,88	Jerarquía I
Parador Turístico Rinconcito de Cielo	12,17	Jerarquía I
Parador Turístico Los Ñañitos	11,63	Jerarquía I
Petroglifos de Buenavista	5,61	Recurso
Cascadas de Lamederos	5,70	Recurso
Parque Central de El Rosario	11,95	Jerarquía I
Apiario Valarezo	5,78	Recurso
Balneario Las Tilapias	11,81	Jerarquía I
Balneario El Campo de Naomi	13,41	Jerarquía I
Balneario El Recodo	11,81	Jerarquía I
Balneario El Trapiche	11,59	Jerarquía I
Parque Central de Santa Rufina	11,83	Jerarquía I
Balneario La Cascada	11,34	Jerarquía I
Balneario Las Juntas	9,78	Jerarquía I

Fuente: Datos obtenidos de la aplicación de la propuesta metodológica.

Elaboración: La Autora.

6.2.4. Comparación de resultados utilizando las dos metodologías

Para analizar las metodologías con sus respectivas ponderaciones, se realizó una matriz comparativa en donde se presenten a los 31 atractivos del cantón Chaguarpamba con los resultados de las dos metodologías tanto la del Ministerio de Turismo como la Propuesta Metodológica, a continuación se mostrará los resultados detallados en el Tabla N°51.

Tabla 51. Matriz comparativa entre ambas metodologías

Atractivo Turísticos	MINTUR	PROPUESTA
Iglesia Matriz de Chaguarpamba	Jerarquía II	Jerarquía I
Parque de La Madre	Jerarquía II	Jerarquía I
Plazoleta Miraflores	Jerarquía II	Jerarquía I
Casa Campo Verde	Jerarquía II	Jerarquía I
Monumento al Cafetalero	Jerarquía II	Jerarquía I
Finca Agroecológica Indera	Jerarquía II	Jerarquía I
Cerro Surapo/ Pan de azúcar	Jerarquía II	Recurso
Cascada Las Zarzas	Jerarquía II	Recurso
Cascada y Laguna “Lozumbe”	-	Recurso
Rancho Gran Chaparral	Jerarquía II	-
Parque Central de Amarillos	Jerarquía II	Jerarquía I
Mirador La Cruz del Calvario	Jerarquía II	Recurso
Tasines de Amarillos	Jerarquía II	Recurso
Cascadas de San Ramón	Jerarquía II	Recurso
Petroglifos de Misquillana	Jerarquía II	Recurso
Balneario Agua y Sol	Jerarquía II	Jerarquía I
Parque Central de Buena Vista	Jerarquía II	Jerarquía I
Parador Turístico La Delicia	Jerarquía II	Jerarquía I
Parador Turístico Rinconcito de Cielo	Jerarquía II	Jerarquía I
Parador Turístico Los Ñañitos	Jerarquía II	Jerarquía I
Petroglifos de Buenavista	Jerarquía II	Recurso
Cascadas de Lamederos	Jerarquía II	Recurso
Parque Central de El Rosario	Jerarquía II	Jerarquía I
Apiario Valarezo	Jerarquía II	Recurso
Balneario Las Tilapias	Jerarquía II	Jerarquía I
Balneario El Campo de Naomi	Jerarquía II	Jerarquía I
Balneario El Recodo	Jerarquía II	Jerarquía I
Balneario El Trapiche	Jerarquía II	Jerarquía I
Parque Central de Santa Rufina	Jerarquía II	Jerarquía I

Atractivo Turísticos	MINTUR	PROPUESTA
Balneario La Cascada	Jerarquía II	Jerarquía I
Balneario Las Juntas	Jerarquía II	Jerarquía I

Fuente: Datos obtenidos de la aplicación de ambas metodologías.

Elaboración: La Autora.

6.3. Estrategias de promoción y difusión de los atractivos levantados mediante la metodología planteada, para el cantón Chaguarpamba de la provincia de Loja.

6.3.1. Estado actual de la promoción y difusión del cantón Chaguarpamba.

Mediante una entrevista realizada al técnico de Turismo del Gobierno Autónomo Municipal del cantón Chaguarpamba (Ver Anexo N° 7) se determina que actualmente en cuanto a promoción y difusión se está realizando a través de medios digitales como la red social Facebook Turismo, Cultura y Deporte Gad Chaguarpamba, a más de eso cuenta con un sitio web: GAD (<https://gadchaguarpamba.gob.ec/>), en cuanto a medios escritos se está elaborando una guía turística que pretende mostrar los atractivos turísticos naturales y culturales que posee el cantón, mencionó que están inventariados 31 atractivos turísticos entre atractivos naturales y manifestaciones culturales, mismos que se han utilizado durante toda la investigación, sumado a ello se mostrará la riqueza gastronómica, sus artesanos y muchas más novedades que permita al turista conocer más de este rincón de la provincia de Loja que posee grandes motivaciones para viajar.

Realizando una observación directa de estos medios digitales antes mencionados, se evidenció que se está promoviendo el turismo en este cantón mediante la demostración de fotografías y videos de la riqueza de dichos atractivos turísticos. Es evidente el esfuerzo realizado por sus autoridades para promover el turismo y hacer conocer este cantón. Pero observó también la escasez de mapas de ubicación geográfica que son un herramienta para muchos turistas nacionales y extranjeros, es por ello que se plantea como estrategias el realizar mapas turísticos que muestran al

turista cuales son las actividades o servicios que puede realizar en el cantón, sumando a ellos los atractivos turísticos naturales y culturales.

6.3.2. Fortalecimiento del sitio web, página Facebook, y guía turística.

Para el fortalecimiento del sitio web y red social Facebook, se crearon mapas turísticos con señalética turística vigente, en donde se observará cada una de las parroquias del cantón Chaguarpamba: Amarillos, Buenavista, Chaguarpamba; El Rosario y Santa Rufina, con información general donde le permita al turista, que ingrese a estos sitios, distinguir de manera visual lo que contiene cada parroquia, entre atractivos naturales y manifestaciones culturales como: cascadas, iglesias, gastronomía tradicional, petroglifos, balnearios, monumentos y demás; a más de eso las actividades y los servicios turísticos que ofrece cada sitio como: miradores, senderos, fotografías, pesca vivencial, camping entre otros. Siguiendo el debido proceso en el software ArcGIS, se realizaron 5 mapas turísticos.

Para el fortalecimiento de la guía turística se realizó un mapa turístico de todo el cantón Chaguarpamba con todos los atractivos turísticos naturales y culturales, a más de eso las actividades y servicios turísticos de cada una de las parroquias, para plasmar en la guía y sirva de instrumento para el turista al momento que utilice el medio de información físico.

Figura N° 92 Mapa Turístico de la parroquia Amarillos



Fuente: Software ArcGIS.
Elaboración: La Autora.

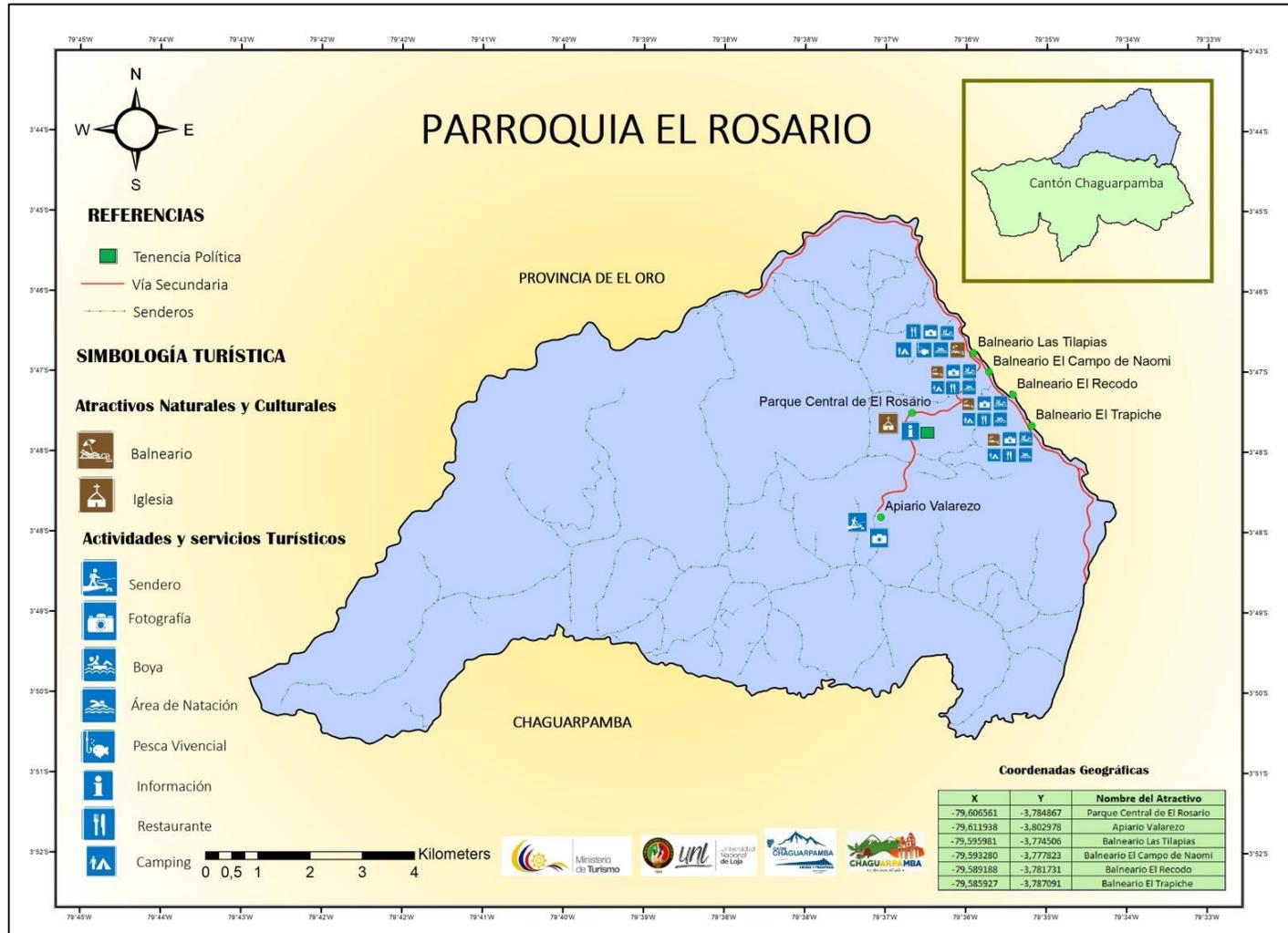
Figura N° 93 Mapa Turístico de la parroquia Buenavista



Fuente: Software ArcGIS.

Elaboración: La Autora.

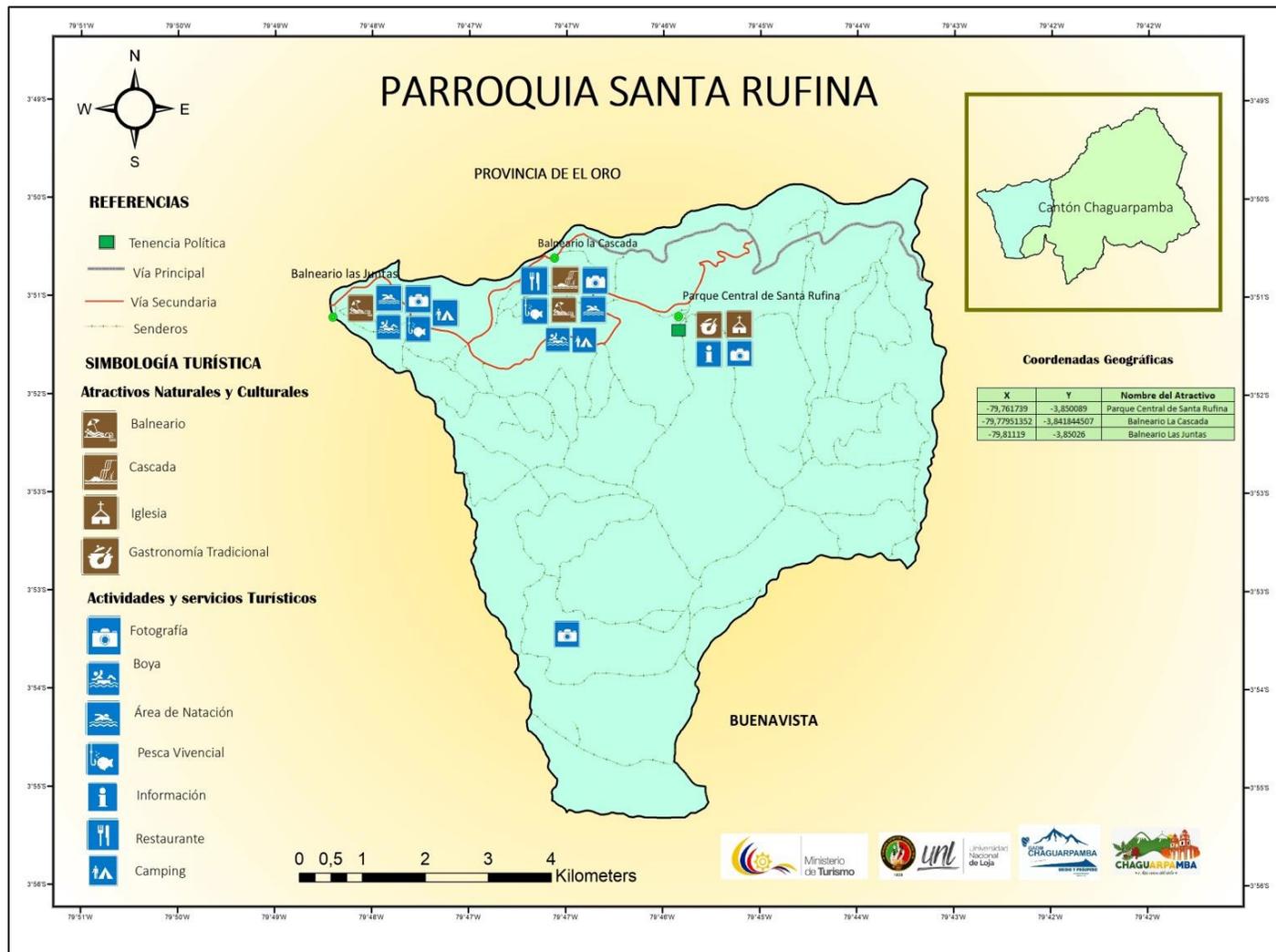
Figura N° 95 Mapa Turístico de la parroquia El Rosario



Fuente: Software ArcGIS.

Elaboración: La Autora.

Figura N° 96 Mapa Turístico de la parroquia Santa Rufina



Fuente: Software ArcGIS.
Elaboración: La Autora.

6.3.3. Socialización y entrega de resultados al GAD del cantón Chaguarpamba.

El 28 de septiembre del 2021 a las 15H00 p.m. en el salón social de reuniones del Gobierno autónomo del Cantón Chaguarpamba con las autoridades presentes: Ing. Eduardo Rojas técnico del departamento de Turismo, Arq. Andrés Díaz Curay y el Dr. Medardo Tenesaca representantes del alcalde Ing. Darwin Díaz. En presencia de ellos y familiares, se dio la exposición del trabajo realizado en el territorio del cantón Chaguarpamba, exponiendo los resultados de la salida de campo realizada con las evidencias fotográficas, a más de eso los mapas turísticos de las parroquias y de todo el cantón, para su fortalecimiento tanto en medios digitales como físicos. Una vez expuesto el tema y dando respuesta a preguntas y dudas de los presentes, se entregó al técnico de Turismo el Ing. Eduardo Rojas, los 6 mapas turísticos que corresponden a: Parroquia Amarillos; Parroquia Buenavista; Parroquia Chaguarpamba; Parroquia El Rosario; Parroquia Santa Rufina y Cantón Chaguarpamba; de esta manera se entregó resultados óptimos y positivos en beneficio del Turismo para este cantón. (Ver Anexo N° 8). Posteriormente el alcalde Ing. Darwin Díaz y el Ing. Eduardo Rojas, remitieron una certificación en donde se detalla que recibieron el material elaborado y con qué fines serán utilizados (Ver Anexo N° 9). De esta manera se cumplió con el objetivo, teniendo grandes beneficios tanto para el GAD como para la investigación.

7. DISCUSIÓN

A partir de los resultados obtenidos en la investigación al elaborar la propuesta metodológica para la identificación de los atractivos turísticos como estrategia para optimizar el levantamiento de información, para el cantón Chaguarpamba de la provincia de Loja, se elaboró una ficha modelo para el levantamiento y jerarquización de atractivos turísticos. Misma que consta de 9 variables; 4 de ellas se miden por un proceso de interpretación de SIGS (Sistemas de información geográfica) y 5 variables complementarias analizadas en campo que sustentan la investigación, todas ellas se obtuvieron de la ficha actual que rige el Ministerio de Turismo del Ecuador (2018), estas variables están constituidas por sub variables y criterios de valoración, mismos que definen y complementan la variable principal, debido al gran número de criterios se realizó una evaluación multicriterio a través de la herramienta de matriz de Holmes, se estableció el grado de priorización y se sometió a una obteniendo un resultado general; una vez priorizados dichos criterios fueron sujetos a una ponderación con una calificación que toma a 1 como valor absoluto, de acuerdo a la suma de las alternativas en base al grado de priorización, se tuvo una calificación total de 41,70, esto define que un atractivo turístico es completo, con facilidades de acceso, y turísticamente bien equipado, dando todas las facilidades que un turista actualmente busca en un destino para viajar; en cuanto a los niveles de jerarquías que tendrá la presente ficha se determinó por 5 niveles, desde el nivel más alto hasta el más bajo, desde Jerarquía IV que viene siendo un Atractivo excepcional, capaz por sí solo de motivar una importante corriente de visitantes, hasta Recurso que es un elemento natural o cultural que pueden motivar el desplazamiento (Ministerio de Turismo, 2018), de este modo con el resultado total se dividió para el número de jerarquías teniendo como rango base 0 – 8,34, se determinó en cuanto a su calificación total el nivel de jerarquía que posee cualquier atractivo turístico. Estos resultados son corroborados por Franco S. (2009) que determina “la Evaluación Multi Criterio (MCE) como un conjunto de técnicas que permiten evaluar diversas alternativas de elección a la luz de múltiples criterios y Prioridades...” La evaluación

multicriterio discreta se basa en la construcción de una matriz que “...refleja las características de un conjunto dado de alternativas de elección a partir de una serie de criterios” Voogd (1983: 28). Dicha matriz “...expresa las cualidades (valor numérico o simbólico) de la alternativa o unidad de observación con respecto a los atributos considerados (Barbara Romero & Pomerol J., 1997 : 27). Por lo tanto, bajo lo referido anteriormente y a través del análisis de los resultados se confirma que esta ficha es una herramienta que levanta un atractivo turístico de manera más objetiva, con valores obtenidos de metodologías que actualmente utilizan técnicas apegadas a un resultado más óptimo, eliminando la subjetividad que actualmente presenta la ficha del Ministerio de Turismo; a más de eso la ficha califica variables que se determinan sin acudir en primera instancia al sitio, como son las variables analizadas por SIGS y por otro lado se determina con precisión y de manera técnica las variables que son complementarias en el estudio.

Con el objetivo de aplicar la propuesta metodológica elaborada para la identificación de los atractivos turísticos como estrategia para optimizar el levantamiento de información, para el cantón Chaguarpamba de la provincia de Loja, como resultado se aplicó la ficha modelo y la ficha del Ministerio de Turismo vigente, para cada uno de los atractivos turísticos, de este modo se comparó ambos resultados y se demostró la efectividad de ambas metodologías aplicadas en un caso real, se comprobó que al aplicar ambas fichas existió una variación evidente en sus resultados, en el caso de la aplicación de la metodología del Ministerio de Turismo en base a la sumatoria total jerarquiza a los 30 atractivos turísticos entre naturales y culturales en Jerarquía II, mientras que la propuesta metodología jerarquiza a 20 atractivos turísticos entre naturales y culturales en Jerarquía I y 10 en jerarquía Recurso; ambas fichas contienen las mismas variables establecidas hasta en un mismo orden, con variaciones pequeñas en los criterios de valoración y la reforma total de sus criterios ponderación. Así mismo, se realizó la corroboración en campo de los atractivos a través de una visita técnica que permitió afirmar lo detallado para ambas fichas, en base a esto fue evidente demostrar a través de la observación directa, que muchos de

los atractivos turísticos que la metodología del Ministerio de Turismo definía en Jerarquía II, no contaba con la infraestructura necesaria para definirlo de esa manera, por lo que algunos de ellos fueron determinados como Recursos como lo determinaba los resultados arrojados por la propuesta metodológica. Es importante mencionar que se debe aplicar correctamente un instrumento bien detallado que permita definir objetivamente y de manera técnica la determinación de la calificación para cada uno de los atractivos turísticos ya que de ésta dependerá el nivel de jerarquía, el trato correspondiente al mismo y la información verídica para difundir a la comunidad y a futuros turistas. Estos resultados concuerdan en cierta parte por la importancia de realizar una correcta jerarquización de los atractivos turísticos como lo menciona Raúl Alvarez (1987 : 77) que detalla los intentos que se han realizado para intentar definir una clasificación o jerarquización precisa de los recursos turísticos, mismos que han proporcionado como resultados finales clasificaciones muy vagas e imprecisas; por ello es preciso no perder la óptima realización de un inventario de recursos y la subsiguiente jerarquización, tales son de suma importancia para la ordenación y planificación turística del territorio, sólo integrando las necesidades objetivas de jerarquización del recurso con el entorno de su medio físico y con los programas concretos de planificación territorial y comercialización donde ha de incorporarse, es posible obtener una valoración más ajustada de cada recurso y comparaciones más válidas entre recursos de las diferentes jerarquías/categorías, tipos y subtipos. Por consiguiente, se afirma la importancia de realizar una correcta jerarquización de los atractivos turísticos, que parten de una base elemental como lo es la correcta elaboración y aplicación del instrumento metodológico (ficha) misma que determina su grado de calificación y la futura jerarquización de los mismos, contestar con sustentos técnicos facilitan el llenado de la misma y sus resultados sean sujetos a una realidad justificada.

En cuanto a realizar estrategias de promoción y difusión de los atractivos levantados mediante la metodología planteada, para el cantón Chaguarpamba de la provincia de Loja; se utilizó la técnica de la entrevista a una fuente primaria como lo es el técnico

de Turismo del GAD, de este modo se conoció el estado actual del mismo en cuanto a promoción y difusión, se evidenció la inexistencia de mapas turísticos en sus principales medios digitales y físicos, mismos que actualmente son herramientas necesarias para que cualquier turista de origen nacional o extranjero pueda ubicarse, informarse y visitar cualquier lugar; como estrategia se planteó fortalecer dichos medios de comunicación a través de mapas turísticos que muestren cada atractivo natural y cultural con sus actividades y servicios, a más de eso su ubicación por parroquias y de manera general de su cantón, estos serán de gran utilidad para informar, promocionar y difundir la riqueza que posee el cantón. Estos resultados se afianzan en la importancia de aplicar la cartografía turística en la actualidad como un instrumento dentro del ámbito turístico, es por ello que Balsa & Lois (2010 : 44) define a la cartografía turística como un tipo especial de representación, para muchos la cartografía ha ido adquiriendo importancia, pasando a ser vista como una fuente de información de primera magnitud que tiene en cuenta la variable espacial de la información. Este cambio de status de la cartografía es muy claro dentro de la específicamente turística; hoy en día, casi todas las webs de los principales destinos turísticos, tanto a nivel nacional como internacional, incorporan servidores cartográficos y callejeros interactivos en el caso de ciudades turísticas. De este modo en vista de lo antedicho, se confirma que la utilización de mapas turísticos en un determinado lugar promueve y mejora la calidad de presentación que tenga dicho lugar ante sus visitantes. La presente investigación arrojó resultados positivos ante el cumplimiento de los objetivos, mismos que generan aportes positivos para la academia y para el GAD.

8. CONCLUSIONES

- En cuanto a la elaboración de la propuesta metodológica, se realizó una ficha modelo, con 9 variables establecidas: Accesibilidad y conectividad; Planta turística/complementarios; Estado de conservación e integración atractivo/entorno; Higiene y seguridad turística; Políticas y regulaciones; Actividades que se practican; Promoción y comercialización del atractivo; Registro y afluencia de visitantes; Recurso Humano.
- La ficha elaborada contiene variables, sub variables, criterios de valoración y ponderación que tomó a 1 como valor absoluto con un total de 41,70 de calificación total, esto permitirá realizar el levantamiento de cualquier atractivo de manera más objetiva partiendo de sustentos técnicos y evidentes, del mismo modo se sujeta a una jerarquización más clara y precisa de los atractivos turísticos.
- De las 4 variables que se identifican a través de Sistemas de información geográfica, es fundamental la descarga correcta y aplicación de Shapefiles en el software ArcGIS, ya que gracias a ello se interpreta de manera más óptima los resultados que se necesitan para el llenado de la primera parte de la ficha. En segunda instancia las 5 variables que se complementan por visita de campo, determinan el equipamiento e infraestructura que debe contener un atractivo turístico para su mayor captación de turistas. De este modo entre más variables tenga por aceptado y definido en calificación máxima cierto atractivo, se jerarquiza en un nivel superior.
- Sobre la aplicación de la propuesta metodológica en el área de estudio, se determinó que 20 atractivos turísticos corresponde a la jerarquía I y 10 como Recursos, sin embargo al momento de aplicar la propuesta vigente del Ministerio del Turismo define a todos en Jerarquía II.
- Al momento de corroborar los datos en campo, se evidencia la equívoca jerarquización que arroja la aplicación de la metodología del Ministerio de Turismo por lo que es evidente la carencia de infraestructura, accesibilidad y

equipamiento en muchos de los atractivos turísticos que en su mayoría al aplicar la propuesta llegan a Recursos.

- Al comparar ambas metodologías aplicadas en los 30 atractivos turísticos naturales y culturales del cantón Chaguarpamba es importante mencionar que se obtienen resultados distintos, pero a su vez las dos están sujetas a las mismas variables pero en calificaciones disímiles, lo que permite una de la otra el margen de diferencia de lo subjetivo a lo objetivo.
- En base a las estrategias de promoción y difusión se determina la elaboración de mapas turísticos que serán una herramienta de ubicación e información para propios y extraños.
- Se fortaleció los medios digitales y físicos con los que cuenta actualmente el GAD del cantón Chaguarpamba, esta estrategia permitirá mejorar la imagen del cantón Chaguarpamba ante el mundo de la virtualidad, y tener una mejor presentación ante sus visitantes.
- Al exponer y entregar los resultados de la investigación a las autoridades del GAD, como academia y estudiante fue satisfactorio la entrega de aportes positivos que ayudarán a fortalecer el Turismo en este cantón.

9. RECOMENDACIONES

- Al Ministerio de Turismo, tomar en cuenta la presente propuesta metodológica para el levantamiento y jerarquización de atractivos turísticos así mismo, priorizar algunos de sus criterios de valoración, dando importancia a variables que son de mayor relevancia al momento de realizar el levantamiento de un atractivo turístico.
- Al Ministerio de Turismo, eliminar la subjetividad, basándose en herramientas que actualmente arrojen datos reales como lo son los sistemas de información geográfica, de esta reforma, en la que de seguro existirá una variación en las ponderaciones, mejorarán los niveles de jerarquías para colocar a un atractivo turístico con una jerarquía sujeta a la realidad.
- A la misma entidad pública, implementar en la ficha la automática determinación del nivel de jerarquía que se encuentra dicho atractivo turístico, con tan solo saber los resultados de la ficha de evaluación técnica.
- Al GAD del cantón Chaguarpamba, priorizar de sus 31 atractivos turísticos los más relevantes, ya que como muestra la investigación, algunos de ellos no son atractivos con rasgos excepcionales que capten atracción de la demanda turística; así mismo, se tome en cuenta los resultados de la jerarquización obtenidos en la presente investigación.
- Además, se recomienda al GAD del cantón Chaguarpamba el mejoramiento de instalaciones de sus atractivos y la colocación de señalética turística que permita al turista llegar con facilidad, de este modo se brindarán espacios en donde se desarrolle de manera correcta la actividad turística y la satisfacción del turista que son la carta de presentación y el marketing voz a voz que ayudará al crecimiento turístico, económico y provechoso del cantón.
- A las autoridades involucradas en el ámbito de comunicación y turismo del cantón Chaguarpamba, como sugerencia la elaboración de una aplicación

turística que muestre imágenes y videos de cada atractivo turístico del cantón, además su gastronomía, artesanos, costumbres y tradiciones, mapas turísticos que hoy en día captan la atención de los turistas, ya que la era digital permite recorrer lugares y enganchar turistas dependiendo de cómo se muestre en dichos medios digitales. Así mismo, la implementación de los mapas turísticos ya elaborados en sus distintas plataformas digitales y medios físicos.

- Además, la implementación de programas, actividades, proyectos y demás, que involucre a varios factores, ya sea los atractivos turísticos, la población local, entidades públicas, empresas privadas, agencias de viajes, operadoras de Turismo, de este modo se fomentará de mejor manera el crecimiento turístico del cantón Chaguarpamba.
- A la Academia, fomentar y motivar a los futuros estudiantes la investigación dentro y fuera de la ciudad de Loja con temas enfocados en la creación de nuevas estrategias, que permita al sector turístico posicionarse de mejor manera, involucrando también a distintas ramas (profesionales de otros campos).
- A la Academia, tomar en cuenta los resultados de la presente investigación para plantear una propuesta al Ministerio de Turismo que ayude a la reforma de la ficha actual de levantamiento y jerarquización de atractivos turísticos, se trabajaría mano a mano con la academia y la institución pública para alcanzar objetivos comunes.

10. BIBLIOGRAFÍA

- ACCUS. (28 de Octubre de 2010). *La cobertura vegetal y los cambios de uso del suelo*. Obtenido de <http://www2.inecc.gob.mx/publicaciones2/libros/601/cobertura.pdf>
- Aceranza, M. A. (1984). *Administración del Turismo-vol. 1. Conceptualización y organización*. Mexico: Trillas.
- Aguirre, Z. (1999). *Guía práctica para realizar estudios de comunidades vegetales*. Loja-Ecuador: Gráficas Arévalo.
- Alicia Juarez. (2020). La radio cambió el mundo de la publicidad y el marketing. 2.
- Antonio Márquez G. (2008). Cambio de uso de suelo y el desarrollo turístico en Bahía de Banderas, Nayarit. *Ciencia UANL*, 161.
- Antoni, S. (2003). *Marketing Turístico*. Madrid: Vertice.
- Arroyo González, Luis Nelson. (2012). ESBOZO HISTÓRICO DE LA GEOMORFOLOGÍA Y SU PAPEL COMO CIENCIA APLICADA EN EL CONTEXTO DE LOS PELIGROS NATURALES Y LOS PLANES REGULADORES. *Revista Geográfica de América Central* N° 48, 16-28.
- Balsa, J., & Lois, R. (2010). Particularidades y estado actual de la cartografía turística oficial en Galicia. *Cuadernos de Turismo*, 25 - 46.
- Barbara Romero & Pomerol J. (1997). Decisiones multicriterio. Fundamentos teóricos y utilización de práctica. *Colección Economía*, 27.
- Bergoing, J. P. (1998). *Geomorfología de Costa Rica*. . San José, Costa Rica: Librería Francesa. .
- Bigné, J. E. (2003). *Promoción comercial: un enfoque integrado*. Madrid : ESIC.
- Boullon, R. C. (1985). *Planificación del espacio turístico*. Mexico: Trillas.
- Carvajal & Lemoine. (2018). Análisis de los atractivos y recursos turísticos. *SCielo*.
- Davis, W. M. (1899). *The geographical cycle*. *Geogr. Jour*.
- Di-Bella, M. G. (1991). *Introducción al Turismo*. Mexico: Trillas.
- Figuroa Bermúdez, R. A. (1999). *Cómo hacer publicidad: un enfoque teórico práctico*. Naucalpan: Pearson.
- Franco S. (2009). Evaluación MULTICRITERIO de los Recursos Turísticos Parque Nacional Nevado de Toluca. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 208 - 266.

- García, R. (2011). *ESTRUCTURA DEL MERCADO TURISTICO*. Madrid: Paraninfo.
- George, P. . (1974). *George, P Diccionario de la Geografía*. Francia: Presses Universitaires de France. .
- Geremia. (2004). *Medio ambiente y política turística* (Vol. 1). Mexico: INE Economía Ambiental del Instituto.
- Gomes, R., Melo, A., Simon, A., Orsi, M., & Oliveira, I. d. (21 de 01 de 2011). GEOMORFOLOGIA E TURISMO NO MUNICÍPIO DE PIRENÓPOLIS (GO). *CAMINOS DE GEOGRAFÍA*, 73-84.
- González, Serrano & González. (2014). Lugares de interés geomorfológico, geopatrimonio y gestión de espacios naturales protegidos: el Parque Natural de Valderejo (Álava, España). *Revista de Geografía Norte Grande*, 45-64.
- M.Sc, M. d. (17 de 17 de diciembre de 2010). GLOBALIZACION DE LOS TRATADOS INTERNACIONALES EN TURISMO. *Universidad de Especialidades Turísticas – UCT.*, 106-108.
- Martin, A. M. (2007). Marketing relacional y tecnologías de la información y la comunicación: análisis de agencias de viajes minoristas. *Revista de investigación de viajes* , 453.
- Martínez, G. V., & Solís, V. V. (2017). Evaluación de recursos naturales y culturales para la creación de un corredor turístico en el altiplano de San Luis Potosí, México. *Instituto de Geografía. UNAM*, 9-11.
- Mincetur, M. d. (Mayo de 2014). *Manual para la planificación de Productos Turísticos*. Obtenido de <https://www.gob.pe/mincetur>
- Mincit, M. d. (Enero de 2010). *Metodología para la elaboración del inventario de Atractivos Turísticos*. Obtenido de <https://www.mincit.gov.co/>
- Minicit, M. d. (Enero de 2010). *Metodología para la elaboración del inventario de Atractivos Turísticos*. Obtenido de <https://www.mincit.gov.co/>
- Ministerio de Turismo. (2018). *Manual Metodología para Jerarquización de Atractivos y Generación de Espacios Turísticos*.
- MINTUR. (29 de Diciembre de 2014). *LEY DE TURISMO*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/04/LEY-DE-TURISMO-2014.pdf>
- MINTUR. (05 de Abril de 2019). *INSTRUCTIVO DE GESTION DE CONVENIOS*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp->

content/uploads/2019/07/Instructivo-Gesti%C3%B3n-de-Convenios-AM-2019-029.pdf

- MINTUR, M. d. (22 de Enero de 2015). *REGLAMENTO GENERAL A LA LEY DE TURISMO*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/REGLAMENTO-GENERAL-LEY-TURISMO.pdf>
- Mintur, M. d. (2018). *Manual de Atractivos Turisticos*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/>
- Moutinho, W. (1987). Comportamiento del consumidor en el turismo. *Revista europea de marketing*, 5-44.
- Nestares, M. I. (2010). LA PUBLICIDAD EN LAS REDES SOCIALES: DE LO INVASIVO A LO CONSENTIDO. *REVISTA DE COMUNICACIÓN Y NUEVAS TECNOLOGÍAS*, 75 - 84.
- ODS, T. E. (2015). *Observatorio Nacional*. Obtenido de <https://odsterritorioecuador.ec/>
- PDOT. (2015). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Chaguarpamba*. Obtenido de http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdiagnostico/1160836120001_DIAGNOSTICO%20PDYOT%20ACTUAL%20CHAGUARPAMBA%20NUEVO_13-04-2016_18-24-32.pdf
- Philip Kotler. (2011). *Marketing Turístico* (5° ed.). Madrid: Pearson.
- Raúl Alvarez. (1987). Jerarquización de los recursos turísticos. *Estudios Turísticos.*, 77 - 100.
- Reinares Lara, E., & Marina, R. E. (2003). *Fundamentos básicos de la gestión publicitaria en televisión*. Madrid: ESIC.
- Rivera, S. R. (08 de Mayo de 2009). Conceptos Atractivos Turisticos. *Estudios del turismo*.
- Rodríguez, Rubiano, Silva & Rodrigues. (2010). LA GEOLOGÍA, GEOMORFOLOGÍA, PEDOLOGÍA Y USO DE LA TIERRA EN LAS MUNICIPALIDADES DE PUERTO LÓPEZ (COLOMBIA) Y UBERLÂNDIA (BRASIL). *Sociedade & Natureza, Uberlândia.*, 329-345.
- Roldan, M., Intriago, Y., Avellan, M., Alcivar, P., & Rodriguez, B. (06 de Diciembre de 2020). Análisis espacio temporal de la cobertura vegetal del cantón Flavio Alfaro entre los años 2000-2014. *Dominio de las Ciencias*, 1445-1461.

- Romero, A., & Belmonte, F. (15 de Mayo de 2002). LOS PAISAJES GEOMORFOLÓGICOS DE LA REGIÓN DE MURCIA COMO RECURSO TURÍSTICO. *Cuadernos de Turismo* 103-122.
- SIGTIERRAS, M. d. (2015). *Manual de identificación de Geofromas*.
- Silberman, A. G. (1970). *Clasificación de los recursos turísticos* (Vol. III). Mexico: Boletín del Instituto de Geografía.
- Valdéz Peláez, L. (1996). *Turismo y promoción de destinos turísticos: implicaciones empresariales*. Gijón: Mercantil Asturias.
- Victor Gañan F. (24 de Agosto de 2018). Importancia de la publicidad en redes sociales. *Revista do CESOP*, 475.
- Voogd, H. (1983). Multicriteria evaluation of urban and regional planning. *Pion*, 28.
- Wallingre, N. y Toyos, M. (2010). *Diccionario de turismo, hotelería y transporte*. Buenos Aires: Ediciones Universidad del Salvador.

11. ANEXOS

Anexo N° 1

Figura N° 98 Ficha de Resultados de Evaluación Técnica

CRITERIOS DE VALORACIÓN	DESCRIPCIÓN	PONDERACIÓN	RESULTADO
A ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD	Contempla el ingreso, horario al atractivo y facilidades instaladas para personas con alguna discapacidad; además, se hace referencia a la existencia de vías de acceso al sitio, con énfasis en las cualidades que condicionan la relación distancia/tiempo, así también la conectividad tecnológica.	18	0
B PLANTA TURÍSTICA / SERVICIOS	Registra equipamientos y la disponibilidad de servicios en el atractivo.	18	0
C ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN SITIO / ENTORNO	Estimación de la integridad de los atributos patrimoniales físico-ambientales y socioculturales, en particular de las condiciones del sitio y su entorno.	14	0
D HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA	Hace referencia a la disponibilidad de dispositivos para recolección de basura, procedencia del agua, presencia de actos vandálicos, limpieza e iluminación del atractivo.	14	0
E POLÍTICAS Y REGULACIONES	Consideración del atractivo dentro de la Planificación territorial turística cantonal y cumplimiento de regulaciones para las actividades que se realizan en el atractivo.	10	0
F ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN EN EL ATRACTIVO	Constatación de actividades que se practican en el atractivo, mismas que le dan valor agregado.	9	0
G DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO	Publicaciones internacionales, nacionales, monografías o medios de difusión. Declaratorias y reconocimientos. Relevancia y divulgación.	7	0
H REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA	Registro del tipo de visitantes, perfil de consumo, volumen intensidad de uso. Estimación de demanda potencial.	5	0
I RECURSOS HUMANOS	Hace referencia al nivel de instrucción académico del personal que labora en el atractivo.	5	0
TOTAL		100	0

Fuente: Manual Metodología para Jerarquización de Atractivos y Generación de Espacios Turísticos (2017).

Elaboración: Ministerio de Turismo.

Figura N° 99 Ponderación de criterios atractivos naturales y culturales

Criterios de Valoración	Descripción	Ponderación
1 ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD	Hace referencia a las condiciones de accesibilidad al atractivo, ciudad o poblado más cercano, además de la existencia de vías de acceso, servicios de transporte y señalización.	18
2 PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS	Hace referencia a la existencia de servicios de alojamiento, alimentos y bebidas, agencias de viaje, guía, transporte o movilización interna, facilidades turísticas y servicios complementarios a la actividad turística.	18
3 ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN SITIO / ENTORNO	Estimación de la integridad de los atributos físico-ambientales y socioculturales, en particular de las condiciones del atractivo y su entorno.	14
4 HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA	Hace referencia a la disponibilidad de servicios básicos, gestión ambiental, señalética, establecimientos de atención ciudadana en temas de salud, seguridad, comunicación y amenazas naturales.	14
5 POLÍTICAS Y REGULACIONES	Consideración del atractivo dentro de la planificación territorial turística y cumplimiento de regulaciones para las actividades que se realizan en el atractivo.	10
6 ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN EN EL ATRACTIVO	Actividades de agua, aire, tierra que se practican en atractivos naturales y actividades que se practican en atractivo culturales.	9
7 DIFUSIÓN, MEDIOS DE PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO	Hace referencia a la mención del atractivo en publicaciones en revistas especializadas nacionales o internacionales, así como páginas web, redes sociales, prensa, televisión, entre otros.	7
8 REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA	Hace referencia al registro de visitantes realizado por el administrador del atractivo, temporalidad de visita, procedencia del visitante, frecuencia de visitantes.	5
9 RECURSOS HUMANOS	Hace referencia al número de personas y nivel de instrucción académica del personal que labora en el atractivo.	5
TOTAL		100

Fuente: Manual Metodología para Jerarquización de Atractivos y Generación de Espacios Turísticos (2017).

Elaboración: Ministerio de Turismo.

Figura N° 100 Rangos de jerarquización

RANGOS	JERARQUÍA
76 – 100	IV
51 – 75	III
26 – 50	II
11 – 25	I
0 - 10	Recurso

Fuente: Manual Metodología para Jerarquización de Atractivos y Generación de Espacios Turísticos (2017).
Elaboración: Ministerio de Turismo.

Figura N° 101 Descripción de Jerarquías

JERARQUÍA	DESCRIPCIÓN
Jerarquía IV	Atractivo excepcional y de alta significación para el mercado turístico internacional, capaz por sí solo de motivar una importante corriente de visitantes (actual o potencial).
Jerarquía III	Atractivo con rasgos excepcionales, capaz de motivar por sí solo o en conjunto con otros atractivos contiguos, una corriente actual o potencial de visitantes nacionales o extranjeros.
Jerarquía II	Atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas nacionales.
Jerarquía I	Atractivo sin mérito suficiente para considerarlo al nivel de las jerarquías anteriores, pero que igualmente forman parte del Inventario de Atractivos Turísticos como elementos que complementen a otros de mayor jerarquía.
Recurso	Es un elemento natural o cultural que pueden motivar el desplazamiento, pero no se encuentran todavía incorporados en la dinámica turística, ni cuenta con ningún tipo de infraestructura de apoyo.

Fuente: Manual Metodología para Jerarquización de Atractivos y Generación de Espacios Turísticos (2017).
Elaboración: Ministerio de Turismo.

Anexo N°3 Matriz de criterios de valoración.

Tabla 52. Variable Accesibilidad y Conectividad

Nro.	Variable	Sub variable	Criterio de Valoración
		VÍAS DE ACCESO	
		Acceso Terrestre	Vía de primer orden
		Acceso Terrestre	Vía de segundo orden
		Acceso Terrestre	Vía de tercer orden
		Acceso Acuático	Marítimo
		Acceso Acuático	Lacustre
		Acceso Acuático	Fluvial
		Acceso Aéreo	Nacional
		Acceso Aéreo	Internacional
		SERVICIO DE TRANSPORTE	
		Transporte (Bus)	Diaria
		Transporte (Bus)	Semanal
		Transporte (Bus)	Mensual
		Transporte (Bus)	Eventual
		Transporte (Buseteta)	Diaria
		Transporte (Buseteta)	Semanal
		Transporte (Buseteta)	Mensual
		Transporte (Buseteta)	Eventual
1	Variable Accesibilidad y Conectividad	Transporte (Transporte 4x4)	Diaria
		Transporte (Transporte 4x4)	Semanal
		Transporte (Transporte 4x4)	Mensual
		Transporte (Transporte 4x4)	Eventual
		Transporte (Taxi)	Diaria
		Transporte (Taxi)	Semanal
		Transporte (Taxi)	Mensual
		Transporte (Taxi)	Eventual
		Transporte (Moto taxi)	Diaria
		Transporte (Moto taxi)	Semanal
		Transporte (Moto taxi)	Mensual
		Transporte (Moto taxi)	Eventual
		Transporte (Teleférico)	Diaria
		Transporte (Teleférico)	Semanal
		Transporte (Teleférico)	Mensual
		Transporte (Teleférico)	Eventual
		Transporte (Lancha)	Diaria
		Transporte (Lancha)	Semanal
		Transporte (Lancha)	Mensual

Transporte (Lancha)	Eventual
Transporte (Bote)	Diaria
Transporte (Bote)	Semanal
Transporte (Bote)	Mensual
Transporte (Bote)	Eventual
Transporte (Barco)	Diaria
Transporte (Barco)	Semanal
Transporte (Barco)	Mensual
Transporte (Barco)	Eventual
Transporte (Canoa)	Diaria
Transporte (Canoa)	Semanal
Transporte (Canoa)	Mensual
Transporte (Canoa)	Eventual
Transporte (Avión)	Diaria
Transporte (Avión)	Semanal
Transporte (Avión)	Mensual
Transporte (Avión)	Eventual
Transporte (Avioneta)	Diaria
Transporte (Avioneta)	Semanal
Transporte (Avioneta)	Mensual
Transporte (Avioneta)	Eventual
Transporte (Helicóptero)	Diaria
Transporte (Helicóptero)	Semanal
Transporte (Helicóptero)	Mensual
Transporte (Helicóptero)	Eventual

CONDICIONES DE ACCESIBILIDAD

Accesibilidad a personas con discapacidad	Discapacidad Física
Accesibilidad a personas con discapacidad	Discapacidad Visual
Accesibilidad a personas con discapacidad	Discapacidad Auditiva
Accesibilidad a personas con discapacidad	No es accesible

SEÑALIZACIÓN

Señalización	Buena
Señalización	Mala
Señalización	Regular
Señalización	Sin señalética

Fuente: Ficha de jerarquización y levantamiento de atractivos turísticos MINTUR (2018).

Elaboración: La Autora.

Tabla 53. Variable Planta turística / Complementarios

Nro.	Variable	Sub variable	Criterio de Valoración
PLANTA TURÍSTICA			
2	Planta turística / Complementarios	Alojamiento (Hotel)	En el Atractivo
		Alojamiento (Hotel)	En el Poblado más cercano
		Alojamiento (Hostal)	En el Atractivo
		Alojamiento (Hostal)	En el Poblado más cercano
		Alojamiento (Hostería)	En el Atractivo
		Alojamiento (Hostería)	En el Poblado más cercano
		Alojamiento (Hacienda turística)	En el Atractivo
		Alojamiento (Hacienda turística)	En el Poblado más cercano
		Alojamiento (Lodge)	En el Atractivo
		Alojamiento (Lodge)	En el Poblado más cercano
		Alojamiento (Resort)	En el Atractivo
		Alojamiento (Resort)	En el Poblado más cercano
		Alojamiento (Refugio)	En el Atractivo
		Alojamiento (Refugio)	En el Poblado más cercano
		Alojamiento (Campamento turístico)	En el Atractivo
		Alojamiento (Campamento turístico)	En el Poblado más cercano
		Alojamiento (Casa de Huéspedes)	En el Atractivo
		Alojamiento (Casa de Huéspedes)	En el Poblado más cercano
		Alimentos y bebidas (Restaurantes)	En el Atractivo
		Alimentos y bebidas (Restaurantes)	En el Poblado más cercano
Alimentos y bebidas (Cafeterías)	En el Atractivo		
Alimentos y bebidas (Cafeterías)	En el Poblado más cercano		
Alimentos y bebidas (Bares)	En el Atractivo		
Alimentos y bebidas (Bares)	En el Poblado más cercano		
Alimentos y bebidas (Soda Bar)	En el Atractivo		

Alimentos y bebidas (Soda Bar)	En el Poblado más cercano
Agencias de viajes (Mayoristas)	En el Atractivo
Agencias de viajes (Mayoristas)	En el Poblado más cercano
Agencias de viajes (Internacionales)	En el Atractivo
Agencias de viajes (Internacionales)	En el Poblado más cercano
Agencias de viajes (Operadoras)	En el Atractivo
Agencias de viajes (Operadoras)	En el Poblado más cercano
Guía (Local)	En el Atractivo
Guía (Local)	En el Poblado más cercano
Guía (Nacional)	En el Atractivo
Guía (Nacional)	En el Poblado más cercano
Guía (Nacional Especializado)	En el Atractivo
Guía (Nacional Especializado)	En el Poblado más cercano

FACILIDADES EN EL ENTORNO DEL ATRACTIVO

Facilidades del atractivo (De apoyo a la gestión turística)	Punto de información
Facilidades del atractivo (De apoyo a la gestión turística)	Centro de recepción de visitantes
Facilidades del atractivo (De observación y vigilancia)	Garitas de guardianía
Facilidades del atractivo (De observación y vigilancia)	Miradores
Facilidades del atractivo (De recorrido y descanso)	Senderos
Facilidades del atractivo (De Servicio)	Baterías sanitarias
Facilidades del atractivo (De Servicio)	Estacionamientos

COMPLEMENTARIOS A LA ACTIVIDAD TURISTICA

Cajero automático

Fuente: Ficha de jerarquización y levantamiento de atractivos turísticos MINTUR (2018).

Elaboración: La Autora.

Tabla 54. Variable Estado de conservación e integración atractivo / Entorno

Nro.	Variable	Sub variable	Criterio de Valoración
FACTORES DE ALTERACIÓN Y DETERIORO			
3	Estado de conservación e integración atractivo / Entorno	Naturales (Clima)	En el Atractivo
		Naturales (Clima)	En el Entorno
		Antrópicos / Antropogénicos (Actividades Agrícolas y ganaderas)	En el Atractivo
		Antrópicos / Antropogénicos (Actividades Agrícolas y ganaderas)	En el Entorno
		Antrópicos / Antropogénicos (Actividades Forestales)	En el Atractivo
		Antrópicos / Antropogénicos (Actividades Forestales)	En el Entorno
		DECLARATORIA DEL ESPACIO TURÍSTICO ASOCIADO AL ATRACTIVO	
COMUNIDADES INDÍGENAS			
Denominación			
SI			
NO			

Fuente: Ficha de jerarquización y levantamiento de atractivos turísticos MINTUR (2018).
Elaboración: La Autora.

Tabla 55. Variable Higiene y seguridad turística

Nro.	Variable	Sub variable	Criterio de Valoración
SERVICIOS BÁSICOS			
4	Higiene y seguridad turística	Servicios básicos (Agua)	En el atractivo
		Servicios básicos (Agua)	En el poblado más cercano
		Servicios básicos (Energía Eléctrica)	En el atractivo
		Servicios básicos (Energía Eléctrica)	En el poblado más cercano
		Servicios básicos (Saneamiento)	En el atractivo
		Servicios básicos (Saneamiento)	En el poblado más cercano
		Servicios básicos (Disposición de desechos)	En el atractivo
		Servicios básicos (Disposición de desechos)	En el poblado más cercano
		SEÑALÉTICA EN EL ATRACTIVO	

Nro.	Variable	Sub variable	Criterio de Valoración
		SI	
		NO	
SALUD			
	Salud (Hospital o Clínica)		En el atractivo
	Salud (Hospital o Clínica)		En el poblado más cercano
	Salud (Puesto / Centro de salud)		En el atractivo
	Salud (Puesto / Centro de salud)		En el poblado más cercano
	Salud (Dispensario médico)		En el atractivo
	Salud (Dispensario médico)		En el poblado más cercano
	Salud (Botiquín de primeros auxilios)		En el atractivo
	Salud (Botiquín de primeros auxilios)		En el poblado más cercano
SEGURIDAD			
	Seguridad		Policía nacional
	Seguridad		Policía metropolitana / Municipal
SERVICIO DE COMUNICACIÓN DE USO PÚBLICO			
	Telefonía		En el atractivo
	Telefonía		En el poblado más cercano
	Internet		En el atractivo
	Internet		En el poblado más cercano
MULTIAMENAZAS			
	Multiamenazas		Deslaves
	Multiamenazas		Sismos
	Multiamenazas		Erupciones volcánicas
	Multiamenazas		Incendios forestales
	Multiamenazas		Sequía
	Multiamenazas		Inundaciones
	Multiamenazas		Aguajes
	Multiamenazas		Tsunami

Fuente: Ficha de jerarquización y levantamiento de atractivos turísticos MINTUR (2018).

Elaboración: La Autora.

Tabla 56. Variable Políticas y Regulaciones

Nro.	Variable	Sub variable	Criterio de Valoración
5	Políticas y Regulaciones	¿El GAD cuenta con el Plan de Desarrollo Turístico Territorial?	SI
		¿El GAD cuenta con el Plan de Desarrollo Turístico Territorial?	NO

Fuente: Ficha de jerarquización y levantamiento de atractivos turísticos MINTUR (2018).
Elaboración: La Autora.

Tabla 57. Variable Actividades que se practican

Nro.	Variable	Sub variable	Criterio de Valoración
ATRATIVOS NATURALES			
6	Actividades que se practican	En el Agua	Buceo
		En el Agua	Kayak de mar
		En el Agua	Kayak lacustre
		En el Agua	Kayak de río
		En el Agua	Surf
		En el Agua	Kite surf
		En el Agua	Rafting
		En el Agua	Snorkel
		En el Agua	Tubing
		En el Agua	Regata
		En el Agua	Paseo en panga
		En el Agua	Paseo en bote
		En el Agua	Paseo en lancha
		En el Agua	Paseo en moto acuática
		En el Agua	Parasailing
		En el Agua	Esquí acuático
		En el Agua	Banana flotante
		En el Agua	Boya
		En el Agua	Pesca deportiva
		En el Agua	Otro
		En el Aire	Alas Delta
		En el Aire	Canopy
		En el Aire	Parapente
		En el Aire	Otro
		En la Superficie Terrestre	Montañismo
		En la Superficie Terrestre	Escalada
		En la Superficie Terrestre	Senderismo
		En la Superficie Terrestre	Ciclo turismo
En la Superficie Terrestre	Canyoning		
En la Superficie Terrestre	Explotación de cuevas		

Nro.	Variable	Sub variable	Criterio de Valoración
		En la Superficie Terrestre	Actividades recreativas
		En la Superficie Terrestre	Cabalgata
		En la Superficie Terrestre	Caminata
		En la Superficie Terrestre	Camping
		En la Superficie Terrestre	Picnic
		En la Superficie Terrestre	Observación de flora y fauna
		En la Superficie Terrestre	Observación de astros
		En la Superficie Terrestre	Otro
ATRACTIVOS CULTURALES			
		Tangibles e intangibles	Recorridos guiados
		Tangibles e intangibles	Recorridos Auto guiados
		Tangibles e intangibles	Visita a talleres artísticos
		Tangibles e intangibles	Participación en talleres artísticos
		Tangibles e intangibles	Visita a talleres artesanales
		Tangibles e intangibles	Participación en talleres artesanales
		Tangibles e intangibles	Exposiciones temáticas permanentes, temporales y eventuales
		Tangibles e intangibles	Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales
		Tangibles e intangibles	Actividades vivenciales y/o lúdicas
		Tangibles e intangibles	Presentaciones o representaciones en vivo
		Tangibles e intangibles	Muestras audiovisuales
		Tangibles e intangibles	Fotografía
		Tangibles e intangibles	Degustación de platos tradicionales
		Tangibles e intangibles	Participación de la celebración
		Tangibles e intangibles	Compra de artesanías
		Tangibles e intangibles	Convivencia
		Tangibles e intangibles	Medicina ancestral

Fuente: Ficha de jerarquización y levantamiento de atractivos turísticos MINTUR (2018).
Elaboración: La Autora.

Tabla 58. Variable Promoción y comercialización del Atractivo

Nro.	Variable	Sub variable	Criterio de Valoración
		Medios de Promoción del Atractivo	
7	Promoción y comercialización del Atractivo	Página Web	SI
		Página Web	NO
		Redes sociales	SI
		Redes sociales	NO
		Medios de comunicación	SI
		Medios de comunicación	NO

Fuente: Ficha de jerarquización y levantamiento de atractivos turísticos MINTUR (2018).
Elaboración: La Autora.

Tabla 59. Variable Registro de visitantes y afluencia

Nro.	Variable	Sub variable	Criterio de Valoración
8	Registro de visitantes y afluencia	Frecuencia del turista	Permanente
		Frecuencia del turista	Estacional
		Frecuencia del turista	Esporádica
		Frecuencia del turista	Inexistente
		Lugar de origen del turista	Nacional
		Lugar de origen del turista	Extranjero

Fuente: Ficha de jerarquización y levantamiento de atractivos turísticos MINTUR (2018).
Elaboración: La Autora.

Tabla 60. Variable Recurso Humano

Nro.	Variable	Sub variable	Criterio de Valoración
9	Recurso Humano	Número de personas a cargo de la administración y operación del atractivo	Primaria
		Número de personas a cargo de la administración y operación del atractivo	Secundaria
		Número de personas a cargo de la administración y operación del atractivo	Tercer Nivel
		Número de personas a cargo de la administración y operación del atractivo	Cuarto Nivel

Número de personas especializadas en turismo	SI
Número de personas especializadas en turismo	NO
Número de personas que manejan algún de Idiomas	SI
Número de personas que manejan algún de Idiomas	NO
Administración	Estado
	Gobierno Autónomo
	Descentralizado
Administración	(GAD's)
Administración	Comunitario
Administración	Privado

Fuente: Ficha de jerarquización y levantamiento de atractivos turísticos MINTUR (2018).
Elaboración: La Autora.

Anexo N°4 Aplicación de Matriz de Holmes.

1. VARIABLE ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD

1.1. VÍAS DE ACCESO

Valor máximo	1,6
Valor mínimo	0,80
Rango	0,8 a 1,6

VÍAS DE ACCESO (Terrestre) ¿Cual es mas efectiva?	A - Via de primero orden	B - Via de segundo orden	C - Via de tercer orden	Total	Orden	1 como valor absoluto
A -Via de primero orden	1	1	0	2	1	0,5
B - Via de segundo orden	0	1	1	2	2	0,3
C - Via de tercer orden	0	0	1	1	3	0,2

VÍAS DE ACCESO (Acúatico) ¿Cual es mas efectiva?	A - Maritimo	B - Lacustre	C - Fluvial	Total	Orden	1 como valor absoluto
A - Maritimo	1	1	0	2	1	0,5
B - Lacustre	0	1	1	2	2	0,3
C - Fluvial	0	0	1	1	3	0,2

VÍAS DE ACCESO (Aéreo) ¿Cual es mas efectiva?	A - Nacional	B - Internacional	Total	Orden	1 como valor absoluto
A - Nacional	1	0	1	2	0,4
B - Internacional	0	1	1	1	0,6

1.2. SERVICIO DE TRANSPORTE

1.2.1 Frecuencia de Transporte

Valor maximo	5,20
Valor minimo	2,60
Rango	2,6 a 5,2

SERVICIO DE TRANSPORTE (Terrestre) ¿Cual es mas efectivo?	A - Bus Diario	B - Bus Semanal	C - Bus Mensual	D - Bus Eventual	Total	Orden	1 como valor absoluto
A - Bus Diario	1	1	1	3	1	0,4	
B - Bus Semanal	0	1	1	2	2	0,3	
C - Bus Mensual	0	0	1	1	3	0,2	
D - Bus Eventual	0	0	0	0	4	0,1	

SERVICIO DE TRANSPORTE (Terrestre) ¿Cual es mas efectivo?	A - Buseta Diario	B - Buseta Semanal	C - Buseta Mensual	D - Buseta Eventual	Total	Orden	1 como valor absoluto
A - Buseta Diario	1	1	1	3	1	0,4	
B - Buseta Semanal	0	1	1	2	2	0,3	
C - Buseta Mensual	0	0	1	1	3	0,2	
D - Buseta Eventual	0	0	0	0	4	0,1	

SERVICIO DE TRANSPORTE (Terrestre) ¿Cual es mas efectivo?	A - Transporte 4X4 Diario	B - Transporte 4X4 Semanal	C - Transporte 4X4 Mensual	D - Transporte 4X4 Eventual	Total	Orden	1 como valor absoluto
A - Transporte 4X4 Diario	1	1	1	3	1	0,4	
B - Transporte 4X4	0	1	1	2	2	0,3	
C - Transporte 4X4 Mensual	0	0	1	1	3	0,2	
D - Transporte 4X4 Eventual	0	0	0	0	4	0,1	

SERVICIO DE TRANSPORTE (Terrestre) ¿Cual es mas efectivo?	A - Taxi Diario	B - Taxi Semanal	C - Taxi Mensual	D - Taxi Eventual	Total	Orden	1 como valor absoluto
A - Taxi Diario	1	0	0	0	3	1	0,4
B - Taxi Semanal	0	1	0	0	2	2	0,3
C - Taxi Mensual	0	0	1	0	1	3	0,2
D - Taxi Eventual	0	0	0	1	0	4	0,1

SERVICIO DE TRANSPORTE (Terrestre) ¿Cual es mas efectivo?	A - MotoTaxi Diario	B - MotoTaxi Semanal	C - MotoTaxi Mensual	D - MotoTaxi Eventual	Total	Orden	1 como valor absoluto
A - MotoTaxi Diario	1	0	0	0	3	1	0,4
B - MotoTaxi Semanal	0	1	0	0	2	2	0,3
C - MotoTaxi Mensual	0	0	1	0	1	3	0,2
D - MotoTaxi Eventual	0	0	0	1	0	4	0,1

SERVICIO DE TRANSPORTE (Terrestre) ¿Cual es mas efectivo?	A - Teleferico Diario	B - Teleferico Semanal	C - Teleferico Mensual	D - Teleferico Eventual	Total	Orden	1 como valor absoluto
A - Teleferico Diario	1	0	0	0	3	1	0,4
B - Teleferico Semanal	0	1	0	0	2	2	0,3
C - Teleferico Mensual	0	0	1	0	1	3	0,2
D - Teleferico Eventual	0	0	0	1	0	4	0,1

SERVICIO DE TRANSPORTE (Acúatico) ¿Cual es mas efectivo?	A - Lancha Diario	B - Lancha Semanal	C - Lancha Mensual	D - Lancha Eventual	Total	Orden	1 como valor absoluto
A - Lancha Diario	1	0	0	0	3	1	0,4
B - Lancha Semanal	0	1	0	0	2	2	0,3
C - Lancha Mensual	0	0	1	0	1	3	0,2
D - Lancha Eventual	0	0	0	1	0	4	0,1

SERVICIO DE TRANSPORTE (Acúatico) ¿Cual es mas efectivo?	A - Bote Diario	B - Bote Semanal	C - Bote Mensual	D - Bote Eventual	Total	Orden	1 como valor absoluto
A - Bote Diario	1	0	0	0	3	1	0,4
B - Bote Semanal	0	1	0	0	2	2	0,3
C - Bote Mensual	0	0	1	0	1	3	0,2
D - Bote Eventual	0	0	0	1	0	4	0,1

SERVICIO DE TRANSPORTE (Acúatico) ¿Cual es mas efectivo?	A - Barco Diario	B - Barco Semanal	C - Barco Mensual	D - Barco Eventual	Total	Orden	1 como valor absoluto
A - Barco Diario	1	0	0	0	3	1	0,4
B - Barco Semanal	0	1	0	0	2	2	0,3
C - Barco Mensual	0	0	1	0	1	3	0,2
D - Barco Eventual	0	0	0	1	0	4	0,1

SERVICIO DE TRANSPORTE (Acuático) ¿Cual es mas efectivo?	A - Canoa Diario	B - Canoa Semanal	C - Canoa Mensual	D - Canoa Eventual	Total	Orden	1 como valor absoluto
A - Canoa Diario	1	0	0	0	3	1	0,4
B - Canoa Semanal	0	1	0	0	2	2	0,3
C - Canoa Mensual	0	0	1	0	1	3	0,2
D - Canoa Eventual	0	0	0	1	0	4	0,1

SERVICIO DE TRANSPORTE (Aéreo) ¿Cual es mas efectivo?	A - Avion Diario	B - Avion Semanal	C - Avion Mensual	D - Avion Eventual	Total	Orden	1 como valor absoluto
A - Avion Diario	1	0	0	0	3	1	0,4
B - Avion Semanal	0	1	0	0	2	2	0,3
C - Avion Mensual	0	0	1	0	1	3	0,2
D - Avion Eventual	0	0	0	1	0	4	0,1

SERVICIO DE TRANSPORTE (Aéreo) ¿Cual es mas efectivo?	A - Avioneta Diario	B - Avioneta Semanal	C - Avioneta Mensual	D - Avioneta Eventual	Total	Orden	1 como valor absoluto
A - Avioneta Diario	1	0	0	0	3	1	0,4
B - Avioneta Semanal	0	1	0	0	2	2	0,3
C - Avioneta Mensual	0	0	1	0	1	3	0,2
D - Avioneta Eventual	0	0	0	1	0	4	0,1

SERVICIO DE TRANSPORTE (Aéreo) ¿Cual es mas efectivo?	A - Avioneta Diario	B - Avioneta Semanal	C - Avioneta Mensual	D - Avioneta Eventual	Total	Orden	1 como valor absoluto
A - Avioneta Diario	1	0	0	0	3	1	0,4
B - Avioneta Semanal	0	1	0	0	2	2	0,3
C - Avioneta Mensual	0	0	1	0	1	3	0,2
D - Avioneta Eventual	0	0	0	1	0	4	0,1

SERVICIO DE TRANSPORTE (Aéreo) ¿Cual es mas efectivo?	A - Helicoptero Diario	B - Helicoptero Semanal	C - Helicoptero Mensual	D - Helicoptero Eventual	Total	Orden	1 como valor absoluto
A - Helicoptero Diario	1	0	0	0	3	1	0,4
B - Helicoptero Semanal	0	1	0	0	2	2	0,3
C - Helicoptero Mensual	0	0	1	0	1	3	0,2
D - Helicoptero Eventual	0	0	0	1	0	4	0,1

1.2.2. Tipo de Transporte

Valor maximo	1,20
Valor minimo	0,60
Rango	,60 a 1,20

SERVICIO DE TRANSPORTE TERRESTRE ¿Cual es mas efectivo?	A - Bus	B - Buseta	C - Transporte 4X4	D - Taxi	E - MotoTaxi	F - Teleferico	Total	Orden	1 como valor absoluto
A - Bus	0,5	1	0,5	1	1	1	4	2	0,25
B - Buseta	0,5	0	0	0	1	1	1,5	5	0,10
C - Transporte 4X4	1	1	1	1	1	1	5	1	0,30
D - Taxi	0,5	1	0	1	1	1	3,5	3	0,20
E - MotoTaxi	0	1	0	0	1	1	2	4	0,15
F - Teleferico	0	0	0	0	0	1	0	6	0,05

SERVICIO DE TRANSPORTE ACUATICO ¿Cual es mas efectivo?	A - Lancha	B - Bote	C - Barco	D - Canoa	Total	Orden	1 como valor absoluto
A - Lancha	1	0	0	1	2	2	0,30
B - Bote	0	0	0	1	1	3	0,20
C - Barco	1	1	1	1	3	1	0,40
D - Canoa	0	0	0	1	0	4	0,10

SERVICIO DE TRANSPORTE AEREO ¿Cual es mas efectivo?	A - Avion	B - Avioneta	C - Helicopero	Total	Orden	1 como valor absoluto
A - Avion	1	1	1	2	1	0,50
B - Avioneta	0	1	1	1	2	0,30
C - Helicopero	0	0	1	0	3	0,20

1.4. SEÑALIZACIÓN

Valor maximo	0,50
Valor minimo	0,25
Rango	,20 a 0,40

SEÑALIZACION ¿Cual es mas efectiva?	A - Buena	B - Mala	C - Regular	D - Sin señaletica	Total	Orden	1 como valor absoluto
A - Buena	1	1	1	1	3	1	0,5
B - Mala	0	0	1	1	1	3	0,2
C - Regular	0	1	1	1	2	2	0,3
D - Sin señaletica	0	0	0	1	0	4	0

2. PLANTA TURÍSTICA/COMPLEMENTARIOS

2.1. PLANTA TURISTICA

Valor maximo	2,10
Valor minimo	1,05
Rango	,00 a 2,00

PLANTA TURÍSTICA (Alojamiento) ¿Cual es mas efectiva?										Total	Orden	1 como valor absoluto
	A - Hotel	B - Hostal	C - Hosteria	D - Hacienda Turistica	E - Lodge	F - Resort	G - Refugio	H - Campamento Turistico	I - Casa de Huéspedes			
A - Hotel		1	0,5	0,5	0,5	0	1	1	1	5,5	2	0,125
B - Hostal	0		0	0	0	0	1	1	1	3	3	0,05
C - Hosteria	0,5	1		0,5	0,5	0	1	1	1	5,5	2	0,125
D - Hacienda Turistica	0,5	1	0,5		0,5	0	1	1	1	5,5	2	0,125
E - Lodge	0,5	1	0,5	0,5		0	1	1	1	5,5	2	0,125
F - Resort	1	1	1	1	1		1	1	1	8	1	0,30
G - Refugio	0	0	0	0	0	0		0,5	0,5	1	4	0,05
H - Campamento Turistico	0	0	0	0	0	0	0,5		0,5	1	4	0,05
I - Casa de Huéspedes	0	0	0	0	0	0	0,5	0,5		1	4	0,05

PLANTA TURÍSTICA (Alimentos y Bebidas) ¿Cual es mas efectiva?					Total	Orden	1 como valor absoluto
	A - Restaurantes	B - Cafeteria	C - Bares	D - Soda Bar			
A - Restaurantes		1	0,5	0,5	2	1	0,40
B - Cafeteria	0		0,5	0,5	1	3	0,10
C - Bares	0,5	0,5		0,5	1,5	2	0,25
D - Soda Bar	0,5	0,5	0,5		1,5	2	0,25

PLANTA TURÍSTICA (Agencias de viajes) ¿Cual es mas efectiva?				Total	Orden	1 como valor absoluto
	A - Mayorista	B - Internacionales	C - Operadoras			
A - Mayorista		0,5	1	1,5	1	0,35
B - Internacionales	0,5		1	1,5	1	0,35
C - Operadoras	0	0,5		0,5	2	0,30

PLANTA TURÍSTICA (Guias) ¿Cual es mas efectiva?				Total	Orden	1 como valor absoluto
	A - Local	B - Nacional	C - Nacional Especializado			
A - Local		0	0	0	2	0,30
B - Nacional	1		0,5	1,5	1	0,35
C - Nacional Especializado	1	0,5		1,5	1	0,35

2.2. FACILIDADES EN EL ENTORNO DEL ATRACTIVO

Valor maximo	3,60
Valor minimo	1,80
Rango	30 a 3,60

Facilidades del atractivo (De apoyo a la gestión turística) ¿Cual es mas efectiva?													Total	Orden	1 como valor absoluto			
	A - Punto de información	B - Centro de recepción de																
A - Punto de información		0														0	2	0,40
B - Centro de recepción de visitantes	1															1	1	0,60

Facilidades del atractivo (De observación y vigilancia) ¿Cual es mas efectiva?													Total	Orden	1 como valor absoluto			
	A - Garitas de guardianía	B - Miradores																
A - Garitas de guardianía		1														0,5	1	0,50
B - Miradores	0,5															0,5	1	0,50

Facilidades del atractivo (De recorrido y descanso) ¿Cual es mas efectiva?													Total	Orden	1 como valor absoluto			
	A - Senderos	B - Senderos																
A - Senderos SI		1														1	1	1,00
B - Senderos NO	0															0	2	0,00

Facilidades del atractivo (De Servicio) ¿Cual es mas efectiva?													Total	Orden	1 como valor absoluto			
	A - Baterias Sanitarias	B -																
A - Baterias Sanitarias		1														0,5	1	0,50
B - Estacionamientos	0,5															0,5	1	0,50

2.3. COMPLEMENTARIOS A LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

Valor maximo	1,00
Valor minimo	0,50
Rango	25 a 0,50

Complementarios a la actividad turística ¿Cual es mas efectiva?													Total	Orden	1 como valor absoluto			
	A - Cajero Automático SI	B - Cajero Automático																
A - Cajero Automático SI		1														1	1	1,00
B - Cajero Automático NO	0															0	2	0,00

3. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN

3.1. FACTORES DE ALTERACIÓN Y DETERIORO

Valor máximo	0,40
Valor mínimo	0,20
Rango	0,20 a 0,40

FACTORES DE ALTERACIÓN Y DETERIORO ¿Cual es el que más altera?	A - Clima	B - Actividades Agrícolas y ganaderas	C - Actividades Forestales		Total	Orden	1 como valor absoluto
A - Clima	0,5	0			0,5	2	0,30
B - Actividades Agrícolas y	0,5	0			0,5	2	0,30
C - Actividades Forestales	1	1			2	1	0,40

DECLARATORIA DEL ESPACIO TURÍSTICO ASOCIADO AL ATRACTIVO

Valor máximo	1,00
Valor mínimo	0,50
Rango	0,5 a 1,00

DECLARATORIA DEL ESPACIO TURÍSTICO ASOCIADO AL ATRACTIVO	A - SI	B - NO		Total	Orden	1 como valor absoluto
A - SI	1	0		1	1	1,00
B - NO	0	0		0	2	0,00

3.3 COMUNIDADES INDÍGENAS

Valor máximo	1,00
Valor mínimo	0,50
Rango	0,50 a 1,00

COMUNIDADES INDIGENAS ¿Cual es más efectivo?	A - SI	B - NO		Total	Orden	1 como valor absoluto
A - SI	1	0		1	1	1,00
B - NO	0	0		0	0	0,00

4. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA

4.1. SERVICIOS BÁSICOS

Valor máxima	1,00
Valor mínima	0,50
Ranqa	0,50 a 1,00

SERVICIOS BÁSICOS ;Cual es el que más altera?	A- Agua	B- Energía Eléctrica	C- Saneamiento	D- Disposición de desechos						Total	Orden	1 cama valor absoluta
A- Agua		0,5	0,5	0,5						1,5	1	0,25
B- Energía Eléctrica	0,5		0,5	0,5						1,5	1	0,25
C- Saneamiento	0,5	0,5		0,5						1,5	1	0,25
D- Disposición de desechos	0,5	0,5	0,5							1,5	1	0,25

4.2. SEÑALÉTICA EN EL ATRACTIVO

Valor máxima	1,00
Valor mínima	0,50
Ranqa	0,50 a 1,00

SEÑALÉTICA EN EL ATRACTIVO ;Existe o no señalética?	A- SI	B- NO								Total	Orden	1 cama valor absoluta
A- SI		1								1	1	1,00
B- NO	0									0	2	0,00

4.3. SALUD

Valor máxima	0,40
Valor mínima	0,20
Ranqa	0,20 a 0,40

SALUD ;Cual es el más efectiva?	A- Hospitala Clínica	B- Puerta/ Centro de salud	C- Dispensaria Médica	D- Batiquin de primerar auxiliar						Total	Orden	1 cama valor absoluta
A- Hospitala Clínica		1	1	1						3	1	0,40
B- Puerta/ Centro de salud	0		0,5	1						1,5	2	0,30
C- Dispensaria Médica	0	0,5		0						0,5	3	0,20
D- Batiquin de primerar auxiliar	0	0	0							0	4	0,10

4.4. SEGURIDAD

Valor máxima	0,60
Valor mínima	0,30
Rango	0,30 a 0,60

SEGURIDAD ¿Cuál es el más efectiva?	A - Policía Nacional	B - Policía metropolitana / Municipal									Total	Orden	1 como valor absoluto
A - Policía Nacional	1										1	1	0,60
B - Policía metropolitana / Municipal		0									0	2	0,40

4.5. SERVICIO DE COMUNICACIÓN DE USO PÚBLICO

Valor máxima	1,00
Valor mínima	0,50
Rango	0,50 a 1,00

SERVICIO DE COMUNICACIÓN DE USO PÚBLICO ¿Cuál es el más efectiva?	A - Telefonía	B - Internet									Total	Orden	1 como valor absoluto
A - Telefonía	0,5										0,5	1	0,50
B - Internet		0,5									0,5	1	0,50

4.6. MULTIAMENAZAS

Valor máxima	1,00
Valor mínima	0,50
Rango	0,50 a 1,00

MULTIAMENAZAS ¿Cuál es el que más afecta?	A - Derribo	B - Sismo	C - Erupción volcánica	D - Incendio forestal	E - Sequía	F - Inundación	G - Aqueje	H - Trueno			Total	Orden	1 como valor absoluto
A - Derribo	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	3,50	1	0,13
B - Sismo	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	3,50	1	0,13
C - Erupción volcánica	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	3,50	1	0,13
D - Incendio forestal	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	3,50	1	0,13
E - Sequía	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	3,50	1	0,13
F - Inundación	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	3,50	1	0,13
G - Aqueje	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	3,50	1	0,13
H - Trueno	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	3,50	1	0,13

5. POLÍTICAS Y REGULACIONES

5.1. El GAD cuenta con el Plan de Desarrollo Turístico Territorial

Valor maximo	1,00
Valor minimo	0,50
Rango	0,50 a 1,00

¿El GAD cuenta con el Plan de Desarrollo Turístico Territorial?	A - SI	B - NO	Total	Orden	1 como valor absoluto
A - SI		1	1	1	1,00
B - NO	0		0	2	0,00

6. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN

6.1 ATRACTIVOS NATURALES

Valor maximo	3,00
Valor minimo	1,50
Rango	50 a 3,00

ATRACTIVOS NATURALES (Agua) ¿Cuáles más efectivo?																		Total	Orden	1 como valor absoluto			
	A - Buceo	B - Kayak de mar	C - Kayak lacustre	D - Kayak de río	E - Surf	F - Kite surf	G - Rafting	H - Snorkel	I - Tubing	J - Regata	K - Paseo en panga	M - Paseo en bote	N - Paseo en lancha	Ñ - Paseo en moto acuática	O - Parasailing	P - Esquí acuático	Q - Banana flotante				R - Boya	S - Pesca deportiva	
A - Buceo		0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	9,00	1	0,052
B - Kayak de mar	0,5		0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	9,00	1	0,052
C - Kayak lacustre	0,5	0,5		0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	9,00	1	0,052
D - Kayak de río	0,5	0,5	0,5		0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	9,00	1	0,052
E - Surf	0,5	0,5	0,5	0,5		0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	9,00	1	0,052
F - Kite surf	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5		0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	9,00	1	0,052
G - Rafting	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5		0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	9,00	1	0,052
H - Snorkel	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5		0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	9,00	1	0,052
I - Tubing	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5		0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	9,00	1	0,052
J - Regata	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5		0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	9,00	1	0,052
K - Paseo en panga	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5		0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	9,00	1	0,052
M - Paseo en bote	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5		0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	9,00	1	0,052
N - Paseo en lancha	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5		0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	9,00	1	0,052
Ñ - Paseo en moto acuática	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5		0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	9,00	1	0,052
O - Parasailing	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5		0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	9,00	1	0,052
P - Esquí acuático	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5		0,5	0,5	0,5	0,5	9,00	1	0,052
Q - Banana flotante	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5		0,5	0,5	0,5	9,00	1	0,052
R - Boya	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5		0,5	0,5	9,00	1	0,052
S - Pesca deportiva	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5		0,5	9,00	1	0,052

ATRACTIVOS NATURALES (AIRE) ¿Cuáles más efectivo?				Total	Orden	1 como valor absoluto
	A - Alas Delta	B - Canopy	C - Parapente			
A - Alas Delta		0,5	0,5	1,00	1	0,333
B - Canopy	0,5		0,5	1,00	1	0,333
C - Parapente	0,5	0,5		1,00	1	0,333

ATRATIVOS NATURALES (Superficie Terrestre) ¿Cuál es más efectivo?															Total	Orden	1 como valor absoluto	
	A - Montafismo	B - Escalada	C - Senderismo	D - Cicloturismo	E - Canyoning	F - Explotación de cuevas	G - Actividades recreativas	H - Cabalgata	I - Caminata	J - Camping	K - Picnic	M - Observación de flora y fauna	N - Observación de astros					
A - Montafismo	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	6,00	1	0,077
B - Escalada	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	6,00	1	0,077
C - Senderismo	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	6,00	1	0,077
D - Cicloturismo	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	6,00	1	0,077
E - Canyoning	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	6,00	1	0,077
F - Explotación de cuevas	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	6,00	1	0,077
G - Actividades recreativas	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	6,00	1	0,077
H - Cabalgata	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	6,00	1	0,077
I - Caminata	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	6,00	1	0,077
J - Camping	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	6,00	1	0,077
K - Picnic	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	6,00	1	0,077
M - Observación de flora y fauna	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	6,00	1	0,077
N - Observación de astros	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	6,00	1	0,077

ATRATIVOS CULTURALES ¿Cuáles más efectivo?															Total	Orden	1 como valor absoluto			
	A - Recorridos guiados	B - Recorridos Autoguiados	C - Visita a talleres artísticos	D - Participación en talleres artísticos	E - Visita a talleres artesanales	F - Participación en talleres artesanales	G - Exposiciones temáticas permanentes, temporales y eventuales	H - Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales	I - Actividades vivenciales y/o lúdicas	J - Presentaciones o representaciones en vivo	K - Muestras audiovisuales	M - Fotografía	N - Degustación de platos tradicionales	Ñ - Participación de la celebración				O - Compra de artesanías	P - Convivencia	Q - Medicina ancestral
A - Recorridos guiados	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	8,00	1	0,059
B - Recorridos Autoguiados	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	8,00	1	0,059
C - Visita a talleres artísticos	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	8,00	1	0,059
D - Participación en talleres artísticos	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	8,00	1	0,059
E - Visita a talleres artesanales	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	8,00	1	0,059
F - Participación en talleres artesanales	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	8,00	1	0,059
G - Exposiciones temáticas permanentes, temporales y eventuales	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	8,00	1	0,059
H - Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	8,00	1	0,059
I - Actividades vivenciales y/o lúdicas	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	8,00	1	0,059
J - Presentaciones o representaciones en vivo	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	8,00	1	0,059
K - Muestras audiovisuales	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	8,00	1	0,059
M - Fotografía	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	8,00	1	0,059
N - Degustación de platos tradicionales	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	8,00	1	0,059
Ñ - Participación de la celebración	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	8,00	1	0,059
O - Compra de artesanías	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	8,00	1	0,059
P - Convivencia	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	8,00	1	0,059
Q - Medicina ancestral	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	8,00	1	0,059

7. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO

7.1. MEDIOS DE PROMOCIÓN DEL ATRACTIVO

Valor maximo	1,00
Valor minimo	0,50
Rango	0,50a 1,00

MEDIOS DE PROMOCIÓN DEL ATRACTIVO ¿Cuál es más efectivo?	A - Promoción (SI)	B - Promoción (NO)	Total	Orden	1 como valor absoluto
A - Promoción (SI)		1	1	1	1,00
B - Promoción (NO)	0		0	2	0,00

Valor maximo	0,50
Valor minimo	0,25
Rango	0,25 a 0,50

MEDIOS DE PROMOCIÓN DEL ATRACTIVO ¿Cuál es más efectivo?	A - Pagina Web	B - Redes sociales	C - Medios de comunicación	Total	Orden	1 como valor absoluto
A - Pagina Web		0	0	0	3	0,20
B - Redes sociales	1		1	2	1	0,50
C - Medios de comunicación	1	0		1	2	0,30

8. REGISTRO Y AFLUENCIA DE VISITANTES

8.1. Registro y afluencia de visitantes

Valor máximo	1,00
Valor mínimo	0,50
Rango	0,50 a 1,00

MEDIOS DE PROMOCIÓN DEL ATRACTIVO (Existe promoción) ¿Cuál es más efectivo?	A - Registro (SI)	B - Registro (NO)			Total	Orden	1 como valor absoluto
A - Registro (SI)	1	0			1	1	1,00
B - Registro (NO)	0	1			0	2	0,00

Valor máximo	1,20
Valor mínimo	0,60
Rango	0,60 a 1,20

MEDIOS DE PROMOCIÓN DEL ATRACTIVO (Frecuencia del Turista) ¿Cuál es más efectivo?	A - Permanente	B - Estacional	C - Esporádica	D - Inexistente	Total	Orden	1 como valor absoluto
A - Permanente	1	1	1	1	3	1	0,60
B - Estacional	0	1	1	1	1,5	2	0,20
C - Esporádica	0	0,5	1	1	1,5	2	0,20
D - Inexistente	0	0	0	1	0	3	0,00

MEDIOS DE PROMOCIÓN DEL ATRACTIVO (Lugar de origen) ¿Cuál es más efectivo?	A - Nacional	B - Extranjero			Total	Orden	1 como valor absoluto
A - Nacional	1	0			0	2	0,40
B - Extranjero	0	1			1	1	0,60

9. RECURSO HUMANO

9.1. Recurso Humano

Valor máximo	3,00
Valor mínimo	1,50
Rango	1,50 a 3,00

Número de personas a cargo de la administración y operación del atractivo ¿Cuál es más efectivo?	A - Primaria	B - Secundaria	C - Tercer Nivel	D - Cuarto Nivel	Total	Orden	1 como valor absoluto
A - Primaria	0	0	0	0	0	4	0,10
B - Secundaria	1	0	0	0	1	3	0,20
C - Tercer Nivel	1	1	0	0	2	2	0,30
D - Cuarto Nivel	1	1	1	0	3	1	0,40

Número de personas especializadas en Turismo ¿Cuál es más efectivo?	A - SI	B - NO			Total	Orden	1 como valor absoluto
A - SI	1	0			1	1	1,00
B - NO	0	1			0	2	0,00

Número de personas que maneja algún idioma ¿Cuál es más efectivo?	A - SI	B - NO			Total	Orden	1 como valor absoluto
A - SI	1	0			1	1	1,00
B - NO	0	1			0	2	0,00

Administración ¿Cuál es más efectivo?	A - Estado	B - Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD's)	C - Comunitario	D - Privado	Total	Orden	1 como valor absoluto
A - Estado	0	0	0	1	1	2	0,15
B - Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD's)	1	0	0,5	1	2,5	1	0,30
C - Comunitario	1	0,5	0	1	2,5	1	0,30
D - Privado	0	0	0	1	0	3	0,25

Anexo N° 5: Ficha modelo para el levantamiento y jerarquización de atractivos turísticos.

(Nombre del Atractivo)

Nombre del atractivo	
Categoría	
Tipo	
Ubicación	
Coordenadas	

1. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD

1.1. VÍAS DE ACCESO

Total 3,00

Criterio	Ponderación
A - Via de primer orden	0,50
B - Via de segundo orden	0,30
C - Via de tercer orden	0,20
Valor máximo	1,60
Valor mínimo	0,80
Rango	0,8 a 1,60

Criterio	Ponderación
A - Marítimo	0,50
B - Lacustre	0,30
C - Fluvial	0,20

Criterio	Ponderación
A - Nacional	0,40
B - Internacional	0,60

1.2. SERVICIO DE TRANSPORTE

1.2.1 Frecuencia de Transporte

Total 6,50

Criterio	Ponderación
A - Bus Diario	0,50
C - Bus Mensual	0,30
D - Bus Eventual	0,20

Criterio	Ponderación
A - Buzeta Diario	0,50
C - Buzeta Mensual	0,30
D - Buzeta Eventual	0,20

Criterio	Ponderación
A - Moto Diario	0,50
C - Moto Taxi Mensual	0,30
D - Moto Taxi Eventual	0,20

Criterio	Ponderación
A - Taxi Diario	0,50
C - Taxi Mensual	0,30
D - Taxi Eventual	0,20

Criterio	Ponderación
A - Teleferico Diario	0,50
C - Teleferico Mensual	0,30
D - Teleferico Eventual	0,20

Criterio	Ponderación
A - Lancha Diario	0,50
C - Lancha Mensual	0,30
D - Lancha Eventual	0,20

Criterio	Ponderación
A - Bote Diario	0,50
C - Bote Mensual	0,30
D - Bote Eventual	0,20

Criterio	Ponderación
A - Barco Diario	0,50
C - Barco Mensual	0,30
D - Barco Eventual	0,20

Criterio	Ponderación
A - Canoa Diario	0,50
C - Canoa Mensual	0,30
D - Canoa Eventual	0,20

Criterio	Ponderación
A - Avion Diario	0,50
C - Avion Mensual	0,30
D - Avion Eventual	0,20
Valor máximo	6,50
Valor mínimo	3,25
Rango	2,60 a 5,20

Criterio	Ponderación
A - Avioneta	0,50
C - Avioneta	0,30
D - Avioneta	0,20

Criterio	Ponderación
A - Helicoptero Diario	0,50
C - Helicoptero Mensual	0,30
D - Helicoptero Eventual	0,20

1.2.2. Tipo de Transporte

Total 3,0

Criterio	Ponderación
A - Bus	0,23
B - Buzeta	0,13
C - Transporte 4X4	0,25
D - Taxi	0,20
E - Moto Taxi	0,15
F - Teleferico	0,05
Valor máximo	1,15
Valor mínimo	0,58
Rango	1,20 a 0,80

Criterio	Ponderación
A - Lancha	0,30
B - Bote	0,20
C - Barco	0,40
D - Canoa	0,10

Criterio	Ponderación
A - Avion	0,50
B - Avioneta	0,20
C - Helicoptero	0,20

1.3. ACCESIBILIDAD

Total 1,00

Criterio	Ponderación
A - Discapacidad Física	0,35
B - Discapacidad Visual	0,35
C - Discapacidad Auditiva	0,20
D - Discapacidad Psicosocial	0,10
E - No es Accesible	0,00
Valor máximo	0,70
Valor mínimo	0,35
Rango	0,35 a 0,70

1.4. SEÑALIZACIÓN

Total 1,00

Criterio	Ponderación
A - Buena	0,50
B - Mala	0,20
C - Regular	0,30
D - Sin Señalética	0,00
Valor máximo	0,5
Valor mínimo	0,25
Rango	0,20 a 0,40

2. PLANTA TURÍSTICA/COMPLEMENTARIOS

2.1. PLANTA TURISTICA

Total 4,00

Criterio	Ponderación
A - Hotel	0,125
B - Hostal	0,05
C - Hosteria	0,125
D - Hacienda Turística	0,125
E - Lodge	0,125
F - Resort	0,30
G - Refugio	0,05
H - Campamento Turístico	0,05
I - Casa de Huéspedes	0,05

Valor máximo	2,10
Valor mínimo	1,05
Rango	1,05 a 2,10

Criterio	Ponderación
A - Restaurantes	0,40
B - Cafetería	0,10
C - Bares	0,25
D - Soda Bar	0,25

Criterio	Ponderación
A - Agencia de viajes Mayorista	0,35
B - Agencia de viajes Internacionales	0,35
C - Operadoras	0,30

Criterio	Ponderación
A - Guía Local	0,30
B - Guía Nacional	0,35
C - Guía Nacional Especializado	0,35

2.2. FACILIDADES EN EL ENTORNO DEL ATRACTIVO

Total 4,00

Criterio	Ponderación
A - Punto de información	0,40
B - Centro de recepción de	0,60

Valor máximo	3,60
Valor mínimo	1,80
Rango	1,80 a 3,60

Criterio	Ponderación
A - Garitas de guardiana	0,50
B - Miradores	0,50

Criterio	Ponderación
A - Senderos SI	1,00
B - Senderos NO	0,00

Criterio	Ponderación
A - Baterías Sanitarias	0,50
B - Estacionamientos	0,50

2.3. COMPLEMENTARIOS A LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

Total 1,00

Criterio	Ponderación
A - Cajero Automático SI	1,00
B - Cajero Automático NO	0,00

Valor máximo	1,00
Valor mínimo	0,50
Rango	0,50 a 1,00

3. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO/ENTORNO

3.1. FACTORES DE ALTERACIÓN Y DETERIORO

Total **-1,00**

Criterio	Ponderación
A - Clima	-0,30
B - Actividades Agrícolas y ganaderas	-0,30
C - Actividades Forestales (Aprovechamiento forestal)	-0,40

Valor máximo	-0,40
Valor mínimo	-0,20
Rango	0,20 a 0,40

3.2 DECLARATORIA DEL ESPACIO TURÍSTICO ASOCIADO AL ATRACTIVO

Total **1,00**

Criterio	Ponderación
A - Denominación (SI)	1,00
B - Denominación (NO)	0,00

Valor máximo	1,00
Valor mínimo	0,50
Rango	0,50 a 1,00

3.3 COMUNIDADES INDÍGENAS

Total **1,00**

Criterio	Ponderación
A - SI	1,00
B - NO	0,00

Valor máximo	1,00
Valor mínimo	0,50
Rango	0,50 a 1,00

4. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA**4.1. SERVICIOS BÁSICOS**

Total	1,00
Criterio	Ponderación
A - Agua	0,25
B - Energía Eléctrica	0,25
C - Saneamiento	0,25
D - Disposición de desechos	0,25
Valor máximo	1,00
Valor mínimo	0,50
Rango	0,50 a 1,00

4.2. SEÑALÉTICA EN EL ATRACTIVO

Total	1,00
Criterio	Ponderación
A - SI	1,00
B - NO	0,00
Valor máximo	1,00
Valor mínimo	0,50
Rango	0,50 a 1,00

4.3. SALUD

Total	1,00
Criterio	Ponderación
A - Hospital o Clínica	0,40
B - Puesto/Centro de salud	0,30
C - Dispensario Médico	0,20
D - Botiquín de primeros auxilios	0,10
Valor máximo	0,40
Valor mínimo	0,20
Rango	0,20 a 0,40

4.4. SEGURIDAD

Total	1,00
Criterio	Ponderación
A - Policía Nacional	0,60
B - Policía metropolitana / Municipal	0,40
Valor máximo	0,60
Valor mínimo	0,30
Rango	0,30 a 0,60

4.5. SERVICIO DE COMUNICACIÓN DE USO PÚBLICO

Total	1,00
Criterio	Ponderación
A - Telefónica	0,50
B - Internet	0,50
Valor máximo	1,00
Valor mínimo	0,50
Rango	0,50 a 1,00

4.6. MULTIAMENAZAS

Total	-1,00
Criterio	Ponderación
A - Deslaves	-0,13
B - Sismos	-0,13
C - Erupciones volcánicas	-0,13
D - Incendios forestales	-0,13
E - Sequías	-0,13
F - Inundaciones	-0,13
G - Aguajes	-0,13
H - Tsunami	-0,13
Valor máximo	-1,00
Valor mínimo	-0,50
Rango	0,50 a 1,00

5. POLÍTICAS Y REGULACIONES

5.1. El GAD cuenta con el Plan de Desarrollo Turístico Territorial

Total	1,00
Criterio	Ponderación
A - SI	1,00
B - NO	0,00
Valor máximo	1,00
Valor mínimo	0,50
Rango	0,50 a 1,00

6. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN

6.1 ATRACTIVOS NATURALES

Total	3,0
Criterio	Ponderación
A - Buceo	0,052
B - Kayak de mar	0,052
C - Kayak lacustre	0,052
D - Kayak de río	0,052
E - Surf	0,052
F - Kite surf	0,052
G - Rafting	0,052
H - Snorkel	0,052
I - Tubing	0,052
J - Plegata	0,052
K - Paseo en panga	0,052
M - Paseo en bote	0,052
N - Paseo en lancha	0,052
N - Paseo en moto acuática	0,052
O - Parasailing	0,052
P - Esquí acuático	0,052
Q - Banana flotante	0,052
R - Boya	0,052
S - Pesca deportiva	0,052
Valor máximo	3,0
Valor mínimo	1,5
Rango	1,50 a 3,00

Criterio	Ponderación
A - Alas Delta	0,333
B - Canopy	0,333
C - Parapente	0,333

Criterio	Ponderación
A - Montañismo	0,077
B - Escalada	0,077
C - Senderismo	0,077
D - Cicloturismo	0,077
E - Canyoning	0,077
F - Explotación de cuevas	0,077
G - Actividades recreativas	0,077
H - Cabalgata	0,077
I - Caminata	0,077
J - Camping	0,077
K - Pícnico	0,077
M - Observación de flora y fauna	0,077
N - Observación de astros	0,077

6.2. ATRACTIVOS CULTURALES

Total	1,00
Criterio	Ponderación
A - Recorridos guiados	0,059
B - Recorridos Auto guiados	0,059
C - Visita a talleres artísticos	0,059
D - Participación en talleres artísticos	0,059
E - Visita a talleres artesanales	0,059
F - Participación en talleres artesanal	0,059
G - Exposiciones temáticas permanentes, temporales y eventuales	0,059
H - Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales	0,059
I - Actividades vivenciales y/o	0,059
J - Presentaciones o representaciones en vivo	0,059
K - Muestras audiovisuales	0,059
M - Fotografía	0,059
N - Degustación de platos tradicionales	0,059
N - Participación de la celebración	0,059
O - Compra de artesanías	0,059
P - Convivencia	0,059
Q - Medicina ancestral	0,059
Valor máximo	1,00
Valor mínimo	0,50
Rango	0,50 A 1,00

7. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO

7.1. MEDIOS DE PROMOCIÓN DEL ATRACTIVO

Total	2,00
Criterio	Ponderación
A - Promoción (SI)	1,00
B - Promoción (NO)	0,00
Criterio	Ponderación
A - Pagina web	0,20
B - Redes sociales	0,50
C - Medios de comunicación	0,30
Valor maximo	0,50
Valor minimo	0,25
Rango	0,25 a 0,50

8. REGISTRO Y AFLUENCIA DE VISITANTES

8.1. Registro y afluencia de Visitantes

Total	2,60
Criterio	Ponderación
A - Registro (SI)	1,00
B - Registro (NO)	0,00
Criterio	Ponderación
A - Permanente	0,60
B - Estacional	0,20
C - Esporádica	0,20
D - Inexistente	0,00
Criterio	Ponderación
A - Nacional	0,40
B - Extranjero	0,60
Valor maximo	2,60
Valor minimo	1,30
Rango	1,30 a 2,60

9. RECURSO HUMANO

9.1. Recurso Humano

Total	3,60
Criterio	Ponderación
A - Primaria	0,10
B - Secundaria	0,20
C - Tercer Nivel	0,30
D - Cuarto Nivel	0,40
Valor maximo	3,00
Valor minimo	1,50
Rango	1,50 a 3,00

Criterio	Ponderación
A - Especialistas en Turismo (SI)	1,00
B - Especialistas en Turismo (NO)	0,00

Criterio	Ponderación
A - Manejo de idiomas (SI)	1,00
B - Manejo de idiomas (NO)	0,00

Criterio	Ponderación
A - Estado (Administración)	0,15
Descentralizado (Administración)	0,30
C - Comunitario (Administración)	0,30
D - Privado (Administración)	0,25

TOTAL

VARIABLE 1	
SubVariable	Total
1.1.	3,00
1.2.1.	6,50
1.2.2.	3,01
1.3.	1,00
1.4.	1,00
TOTAL	14,5

VARIABLE 2	
SubVariable	Total
2.1.	4,00
2.2.	4,00
2.3.	1,00
TOTAL	9,00

VARIABLE 3	
SubVariable	Total
3.1.	-1,00
3.2.	1,00
3.3.	1,00
TOTAL	1,00

VARIABLE 4	
SubVariable	Total
4.1.	1,00
4.2.	1,00
4.3.	1,00
4.4.	1,00
4.5.	1,00
4.6.	-1,00
TOTAL	4,00

VARIABLE 5	
SubVariable	Total
5.1.	1,00
TOTAL	1,00

VARIABLE 6	
SubVariable	Total
6.1.	3,0
6.2.	1,00
TOTAL	4,0

VARIABLE 7	
SubVariable	Total
7.1.	2,00
TOTAL	2,00

VARIABLE 8	
SubVariable	Total
8.1.	2,60
TOTAL	2,60

VARIABLE 9	
SubVariable	Total
9.1.	3,60
TOTAL	3,60

N°	NOMBRE DE LA VARIABLE	TOTAL	PORCENTAJE
1	1. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD	14,5	34,79%
2	2. PLANTA TURÍSTICA/COMPLEMENTARIOS	9,00	21,58%
3	3. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO/ENTORNO	1,00	2,40%
4	4. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA	4,00	9,59%
5	5. POLÍTICAS Y REGULACIONES	1,00	2,40%
6	6. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN	4,0	9,57%
7	7. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO	2,00	4,80%
8	8. REGISTRO Y AFLUENCIA DE VISITANTES	2,60	6,24%
9	9. RECURSO HUMANO	3,60	8,63%
TOTAL		41,70	100%

Anexo N° 6 Evidencia fotográfica de la salida de campo.

Tabla 61. Evidencia fotográfica de la salida de campo

Nombre	En el Atractivo
Iglesia Matriz de Chaguarpamba	<p data-bbox="630 436 1286 472">Figura N° 102 Iglesia Matriz de Chaguarpamba</p>  <p data-bbox="634 1079 870 1125">Fuente: Trabajo de campo. Elaboración: La Autora.</p>
Parque de la Madre	<p data-bbox="721 1134 1198 1169">Figura N° 103 Parque de la Madre</p>  <p data-bbox="623 1755 862 1801">Fuente: Trabajo de campo. Elaboración: La Autora.</p>

Plazoleta
Miraflores

Figura N° 104 Plazoleta Miraflores



Fuente: Trabajo de campo.
Elaboración: La Autora.

Casa
Campoverde

Figura N° 105 Casa Campoverde



Fuente: Trabajo de campo.
Elaboración: La Autora.

<p>Cerro Surapo/ Pan de azúcar</p>	<p>Figura N° 106 Cerro Surapo/ Pan de azúcar</p>  <p>Fuente: Trabajo de campo. Elaboración: La Autora.</p>
<p>Finca Agroecológica Indera</p>	<p>Figura N° 107 Finca Agroecológica Indera</p>  <p>Fuente: Trabajo de campo. Elaboración: La Autora.</p>

<p>Monumento al Cafetalero</p>	<p>Figura N° 108 Monumento al Cafetalero</p>  <p>Fuente: Trabajo de campo. Elaboración: La Autora.</p>
--------------------------------	---

<p>Cascada Las Zarzas</p>	<p>Figura N° 109 Cascada Las Zarzas</p>  <p>Fuente: Trabajo de campo. Elaboración: La Autora.</p>
---------------------------	--

Cascada y
Laguna
“Lozumbe“

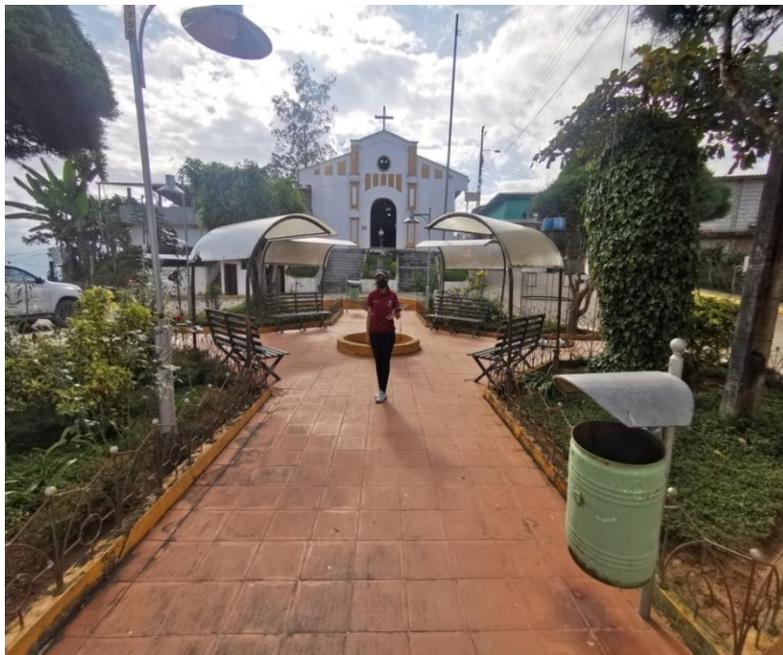
Figura N° 110 Cascada y Laguna “Lozumbe“



Fuente: Trabajo de campo.
Elaboración: La Autora.

Parque Central
de Amarillos

Figura N° 111 Parque Central de Amarillos



Fuente: Trabajo de campo.
Elaboración: La Autora.

<p>Mirador La Cruz del Calvario</p>	<p>Figura N° 112 Mirador La Cruz del Calvario</p>  <p>Fuente: Trabajo de campo. Elaboración: La Autora.</p>
<p>Tasines de Amarillos</p>	<p>Figura N° 113 Tasines de Amarillos</p>  <p>Fuente: Trabajo de campo. Elaboración: La Autora.</p>

<p>Cascadas de San Ramón</p>	<p>Figura N° 114 Cascadas de San Ramón</p>  <p>Fuente: Trabajo de campo. Elaboración: La Autora.</p>
<p>Petroglifos de Misquillana</p>	<p>Figura N° 115 Petroglifos de Misquillana</p>  <p>Fuente: Trabajo de campo. Elaboración: La Autora.</p>

Balneario
Agua y Sol

Figura N° 116 Balneario Agua y Sol



Fuente: Trabajo de campo.
Elaboración: La Autora.

Parque Central
de Buenavista

Figura N° 117 Parque Central de Buenavista



Fuente: Trabajo de campo.
Elaboración: La Autora.

Parador
Turístico La
Delicia

Figura N° 118 Parador Turístico La Delicia



Fuente: Trabajo de campo.
Elaboración: La Autora.

Parador
Turístico
Rinconcito de
Cielo

Figura N° 119 Parador Turístico Rinconcito de Cielo



Fuente: Trabajo de campo.
Elaboración: La Autora.

Parador
Turístico Los
Ñañitos

Figura N° 120 Parador Turístico Los Ñañitos



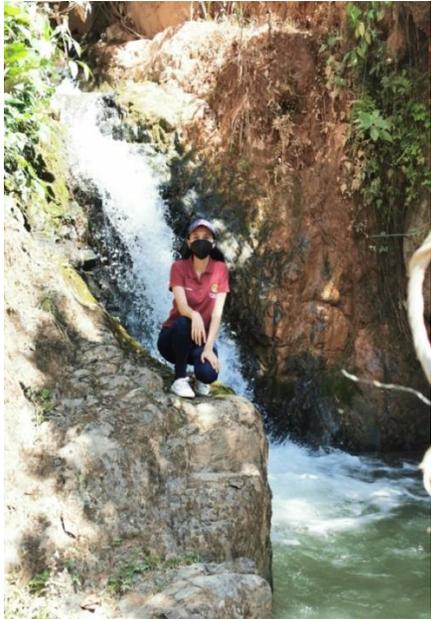
Fuente: Trabajo de campo.
Elaboración: La Autora.

Petroglifos de
Buenavista

Figura N° 121 Petroglifos de Buenavista



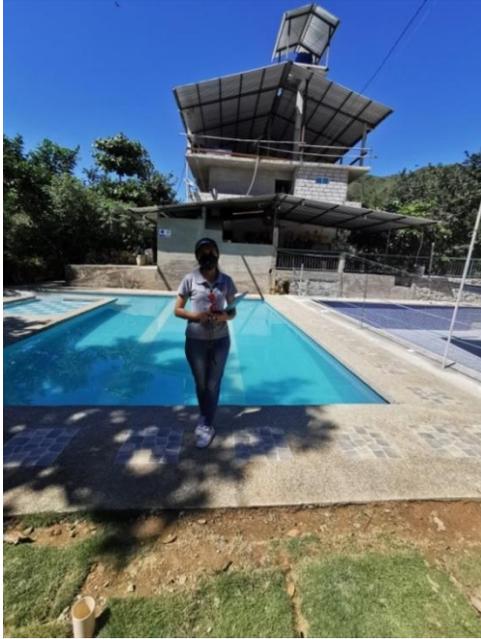
Fuente: Trabajo de campo.
Elaboración: La Autora.

<p>Cascadas de Lamederos</p>	<p align="center">Figura N° 122 Cascadas de Lamederos</p>  <p>Fuente: Trabajo de campo. Elaboración: La Autora.</p>
------------------------------	--

<p>Parque Central de El Rosario</p>	<p align="center">Figura N° 123 Parque Central de El Rosario</p>  <p>Fuente: Trabajo de campo. Elaboración: La Autora.</p>
-------------------------------------	---

<p>Apiario Valarezo</p>	<p style="text-align: center;">Figura N° 124 Apiario Valarezo</p>  <p>Fuente: Trabajo de campo. Elaboración: La Autora.</p>
-----------------------------	--

<p>Balneario Las Tilapias</p>	<p style="text-align: center;">Figura N° 125 Balneario Las Tilapias</p>  <p>Fuente: Trabajo de campo. Elaboración: La Autora.</p>
-----------------------------------	--

<p>Balneario El Campo de Naomi</p>	<p>Figura N° 126 Balneario El Campo de Naomi</p>  <p>Fuente: Trabajo de campo. Elaboración: La Autora.</p>
<p>Balneario El Recodo</p>	<p>Figura N° 127 Balneario El Recodo</p>  <p>Fuente: Trabajo de campo. Elaboración: La Autora.</p>

Balneario El
Trapiche

Figura N° 128 Balneario El Trapiche



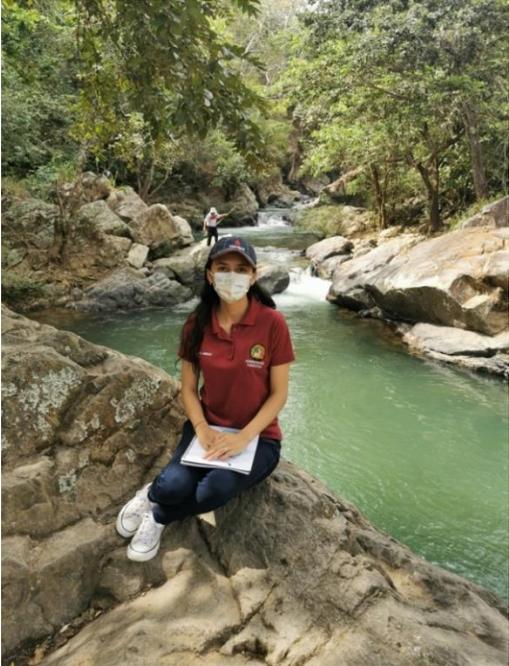
Fuente: Trabajo de campo.
Elaboración: La Autora.

Parque Central
de Santa
Rufina

Figura N° 129 Parque Central de Santa Rufina



Fuente: Trabajo de campo.
Elaboración: La Autora.

<p>Balneario Las Juntas</p>	<p>Figura N° 130 Balneario Las Juntas</p>  <p>Fuente: Trabajo de campo. Elaboración: La Autora.</p>
<p>Balneario La Cascada</p>	<p>Figura N° 131 Balneario La Cascada</p>  <p>Fuente: Trabajo de campo. Elaboración: La Autora.</p>

Anexo N° 7: Entrevista al técnico de Turismo del GAD.

La entrevista fue realizada el día 19 de agosto del 2021 mediante vía zoom a las 10H00 a.m. con el técnico de Turismo encargado del GAD del cantón Chaguarpamba, dando paso a las preguntas y su debida contestación:

- ¿Con cuántos atractivos cuenta actualmente el cantón Chaguarpamba?

El Gad del cantón Chaguarpamba ha realizado el inventario de 30 atractivos turísticos con sus respectivas fichas de levantamiento y jerarquización entregadas actualmente al Ministerio de Turismo para su debida revisión. Se podría manifestar que tenemos actualmente 31 atractivos turísticos identificados en todo el territorio del cantón.

- ¿Cuál fue su fundamento para validar dichos atractivos?

Para validar los atractivos primero se tomó en cuenta el poder visitar cada uno de los atractivos que fueron reconocidos en primera instancia por la población la gente hogareña de Chaguarpamba, acudiendo al lugar se levantó la ficha de levantamiento y jerarquización que rige el Ministerio de Turismo.

- ¿Con qué metodología se realizó el inventario?

Se aplicó la metodología del Ministerio de Turismo 2017 plasmada en su ficha de levantamiento y jerarquización de atractivos turísticos.

- ¿Cómo los están promocionando y difundiendo?

Actualmente se está realizando a través de los medios de redes sociales como es la página de Facebook Turismo, Cultura y Deporte Gad Chaguarpamba posteando información turística, fotografías y videos. Y a más de eso se está realizando una guía turística que se planea lanzar en unos meses.

- ¿Cómo le gustaría a usted la promoción y difusión de los mismos en base a la investigación que estamos realizando?

Al saber de qué se trata su tema de investigación nos gustaría el apoyo de usted como investigadora con la elaboración de mapas turísticos que aún no se tiene ni en medios digitales ni en la guía turística que se está elaborando, por lo que sí nos gustaría que nos ayudaría con la creación de estos mapas utilizando simbología turística para el fortalecimiento del turismo en nuestro cantón.

Figura N° 132 Evidencia fotográfica de la entrevista realizada



Fuente: Plataforma Zoom.
Elaboración: La Autora.

Anexo N° 8: Exposición de resultados.

Figura N° 133 Exposición y entrega de resultados



Fuente: Exposición de resultados.

Elaboración: La Autora.

Figura N° 134 Junto a las autoridades presentes del Gad de Chaguarpamba



Fuente: Exposición de resultados.

Elaboración: La Autora.

Anexo N° 9: Certificación.

Figura N° 135 Certificado emitido por parte del GAD del cantón Chaguarpamba



GOBIERNO AUTONOMO MUNICIPAL DEL CANTON CHAGUARPAMBA

Chaguarpamba, 30 de septiembre de 2021

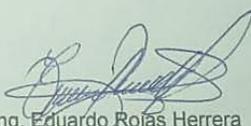
EL GOBIERNO AUTÓNOMO MUNICIPAL DEL CANTÓN CHAGUARPAMBA
CERTIFICA

A la señorita **KAREN LIZBETH ABRIGO OCHOA** con Cl. 1106049917 estudiante de la carrera de Administración Turística de la Universidad Nacional de Loja, que al realizar su tema de investigación en nuestro territorio: "Propuesta metodológica para identificación de atractivos turísticos en el cantón Chaguarpamba, provincia de Loja, utilizando geo información." Y realizando su debida exposición entregó seis mapas turísticos mismos que son resultados positivos para el fortalecimiento del Turismo en nuestro cantón, instrumentos que serán utilizados en la guía turística cantonal que será impresa y entregada los próximos meses, así mismo serán utilizados en los sitios web y páginas institucionales para información de los visitantes.

Agradeciendo por el empeño y trabajo realizado en bienestar del cantón Chaguarpamba.

Atentamente;


Ing. Darwin Esmith Díaz Campoverde.
C.I. No: 1102738125


Ing. Eduardo Rojas Herrera
C.I. No: 1104420821

ALCALDÍA
PERIODO
2019 - 2021
Dirección: San Juan Bautista Y Pasaje 5 De Agosto
Teléfono: 072600119 - 072600189
Email: gadchaguarpamba@gadchaguarpamba.gob.ec

TURISMO
CULTURA Y
DEPORTE
CHAGUARPAMBA

Fuente: GAD del cantón Chaguarpamba.
Elaboración: Alcalde del cantón Chaguarpamba.

8. ÍNDICES

Índice de contenidos

CERTIFICACIÓN	ii
AUTORÍA	iii
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO.....	vi
1. TÍTULO	1
2. RESUMEN.....	2
3. INTRODUCCIÓN	4
4. REVISIÓN DE LITERATURA.....	6
4.1. Marco Conceptual.....	6
4.1.1. Metodologías para Identificar Atractivos Turísticos	6
4.1.2. Geomorfología y Turismo.	12
4.1.3. Cobertura Vegetal y Turismo.....	16
4.1.4. Atractivos Turísticos.	17
4.1.5. Promoción y difusión Turística.	21
4.2. Marco Referencial.....	24
4.2.1. Geomorfología y Turismo en el Municipio de Pirenópolis (GO) (Brasil).....	24
4.2.2. Los paisajes geomorfológicos de la región de Murcia como recurso turístico (España).	25
4.2.3. Localización del Área de estudio.....	26

4.3.	Marco Legal.....	28
4.3.1.	Tratados Internacionales.	28
4.3.2.	Tratados y Convenios.....	29
5.	MATERIALES Y MÉTODOS.....	31
5.1.	Materiales.....	31
5.2.	Tipo y Diseño de Investigación	31
5.3.	Metodología por Objetivos.....	32
6.	RESULTADOS.....	35
	Fuente: Datos obtenidos de la aplicación de ambas metodologías.....	146
	Elaboración: La Autora.....	146
7.	DISCUSIÓN	155
8.	CONCLUSIONES.....	159
9.	RECOMENDACIONES.....	161
10.	BIBLIOGRAFÍA.....	163
11.	ANEXOS	167
	Anexo N° 1.....	167
	Anexo N°2: Matriz de análisis de variables.	169
	Anexo N°3 Matriz de criterios de valoración.....	171
	Anexo N°4 Aplicación de Matriz de Holmes.....	181
	182
	Anexo N° 5: Ficha modelo para el levantamiento y jerarquización de atractivos turísticos.	196
	Anexo N° 6 Evidencia fotográfica de la salida de campo.....	204

Anexo N° 7: Entrevista al técnico de Turismo del GAD.....	219
Anexo N° 8: Exposición de resultados.....	221
Anexo N° 9: Certificación.....	222
8. ÍNDICES	223

Índice de Tablas

<i>Tabla 1. Clasificación según Boullón</i>	18
<i>Tabla 2. Clasificación según Gurría di Bella</i>	19
<i>Tabla 3. Clasificación según OMT</i>	20
<i>Tabla 4. Matriz de Análisis y Preselección de Variables</i>	36
<i>Tabla 5. Matriz de Análisis de geo información</i>	40
<i>Tabla 6. Shapefiles necesarios</i>	43
<i>Tabla 7. Coordenadas Atractivos Turísticos</i>	60
<i>Tabla 8. Resultados del Método Delphi</i>	67
<i>Tabla 9. Matriz de Geoformas con ubicación de atractivos turísticos</i>	82
<i>Tabla 10. Matriz de cobertura vegetal de cada Geoforma</i>	84
<i>Tabla 11. Mapas elaborados</i>	91
<i>Tabla 12. Resumen de las calificaciones de cada variable.</i>	101
<i>Tabla 13. Niveles de Jerarquías</i>	102
<i>Tabla 14. Coordenadas de Hoteles y Hostales del cantón Chaguarpamba</i>	103
<i>Tabla 15. Coordenadas geográficas de Restaurantes del cantón Chaguarpamba</i>	103
<i>Tabla 16. Coordenadas geográficas de Infocentros del cantón Chaguarpamba</i>	104
<i>Tabla 17. Coordenadas geográficas de Gad parroquiales del cantón Chaguarpamba</i>	104
<i>Tabla 18. Coordenadas geográficas de UPC del cantón Chaguarpamba</i>	104
<i>Tabla 19. Matriz de jerarquización de atractivos turísticos del cantón Chaguarpamba</i>	126
<i>Tabla 20. Ficha de resultados de Iglesia Matriz de Chaguarpamba</i>	128
<i>Tabla 21. Ficha de resultados de Parque de La Madre</i>	128
<i>Tabla 22. Ficha de resultados de Plazoleta Miraflores</i>	129
<i>Tabla 23. Ficha de resultados de Casa Campo Verde</i>	129
<i>Tabla 24. Ficha de resultados de Monumento al Cafetalero</i>	130
<i>Tabla 25. Ficha de resultados de Finca Agroecológica Indera</i>	130

<i>Tabla 26. Ficha de resultados de Cerro Surapo / Pan de Azúcar</i>	131
<i>Tabla 27. Ficha de resultados de Cascadas las Zarzas</i>	131
<i>Tabla 28. Ficha de resultados de Cascada y Laguna "Lozumbe"</i>	132
<i>Tabla 29. Ficha de resultados de Parque Central de Amarillos</i>	132
<i>Tabla 30. Ficha de resultados de Mirador La Cruz del Calvario</i>	133
<i>Tabla 31. Ficha de resultados de Tasines de Amarillos</i>	133
<i>Tabla 32. Ficha de resultados de Cascadas de San Ramón</i>	134
<i>Tabla 33. Ficha de resultados de Petroglifos de Misquillana</i>	134
<i>Tabla 34. Ficha de resultados de Balneario Agua y Sol</i>	135
<i>Tabla 35. Ficha de resultados de Parque Central de Buenavista</i>	135
<i>Tabla 36. Ficha de resultados de Parador Turístico La Delicia</i>	136
<i>Tabla 37. Ficha de resultados de Parador Turístico Rinconcito del Cielo</i>	136
<i>Tabla 38. Ficha de resultados de Parador Turístico Los Ñañitos</i>	137
<i>Tabla 39. Ficha de resultados de Petroglifos de Buenavista</i>	137
<i>Tabla 40. Ficha de resultados de Cascadas de Lamederos</i>	138
<i>Tabla 41. Ficha de resultados de Parque Central del Rosario</i>	138
<i>Tabla 42. Ficha de resultados de Apiario Valarezo</i>	139
<i>Tabla 43. Ficha de resultados de Balneario las Tilapias</i>	139
<i>Tabla 44. Ficha de resultados de Balneario Campo de Naomi</i>	140
<i>Tabla 45. Ficha de resultados de Balneario el Recodo</i>	140
<i>Tabla 46. Ficha de resultados de Balneario el Trapiche</i>	141
<i>Tabla 47. Ficha de resultados de Parque Central de Santa Rufina</i>	141
<i>Tabla 48. Ficha de resultados de Balneario la Cascada</i>	142
<i>Tabla 49. Ficha de resultados de Balneario las Juntas</i>	142
<i>Tabla 50. Matriz de jerarquización de atractivos turísticos del cantón Chaguarpamba</i>	143
<i>Tabla 51. Matriz comparativa entre ambas metodologías</i>	145
<i>Tabla 52. Variable Accesibilidad y Conectividad</i>	171

<i>Tabla 53. Variable Planta turística / Complementarios</i>	173
<i>Tabla 54. Variable Estado de conservación e integración atractivo / Entorno</i>	175
<i>Tabla 55. Variable Higiene y seguridad turística</i>	175
<i>Tabla 56. Variable Políticas y Regulaciones</i>	177
<i>Tabla 57. Variable Actividades que se practican</i>	177
<i>Tabla 58. Variable Promoción y comercialización del Atractivo</i>	179
<i>Tabla 59. Variable Registro de visitantes y afluencia</i>	179
<i>Tabla 60. Variable Recurso Humano</i>	179
<i>Tabla 61. Evidencia fotográfica de la salida de campo</i>	204

Índice de Figuras

<i>Figura N° 1 Mapa de ubicación del cantón Chaguarpamba</i>	27
<i>Figura N° 2 Proceso de descarga en el SNI. Paso N° 2</i>	44
<i>Figura N° 3 Proceso de descarga en el SNI. Paso N° 3</i>	45
<i>Figura N° 4 Proceso de descarga en el IGM. Paso N° 2</i>	46
<i>Figura N° 5 Proceso de descarga en el IGM. Paso N° 3</i>	46
<i>Figura N° 6 Proceso de descarga en el IGM. Paso 4</i>	47
<i>Figura N° 7 Proceso de descarga en el IGM. Paso N° 5</i>	47
<i>Figura N° 8 Proceso de descarga en el IGM. Paso N° 2</i>	48
<i>Figura N° 9 Proceso de descarga en el IGM. Paso N° 3 y N° 4</i>	49
<i>Figura N° 10 Proceso de descarga en el IGM. Paso N° 5</i>	49
<i>Figura N° 11 Proceso de descarga en SIG Tierras. Paso N° 2</i>	51
<i>Figura N° 12 Proceso de descarga en SIG Tierras. Paso N° 3 y N° 4</i>	51
<i>Figura N° 13 Proceso de descarga en SUIA. Paso N° 2</i>	53
<i>Figura N° 14 Proceso de descarga en SUIA. Paso N° 3</i>	53
<i>Figura N° 15 Proceso de descarga en SUIA. Paso N° 4 y N°5</i>	54

<i>Figura N° 16 Recorte del área de estudio. Paso N° 1 y N° 2</i>	56
<i>Figura N° 17 Recorte del área de estudio. Paso N° 3</i>	56
<i>Figura N° 18 Recorte del área de estudio. Paso 4</i>	57
<i>Figura N° 19 Recorte del área de estudio. Paso 5</i>	57
<i>Figura N° 20 Recorte del área de estudio. Paso 6</i>	58
<i>Figura N° 21 Recorte del área de estudio. Paso 7</i>	58
<i>Figura N° 22 Representación de los Atractivos Turísticos. Paso N° 2</i>	62
<i>Figura N° 23 Representación de los Atractivos Turísticos. Paso N° 3 y N°4</i>	62
<i>Figura N° 24 Representación de los Atractivos Turísticos. Paso N°5 y N°6</i>	63
<i>Figura N° 25 Representación de los Atractivos Turísticos. Paso N° 7</i>	63
<i>Figura N° 26 Representación de los Atractivos Turísticos. Paso N° 8 y N° 9</i>	64
<i>Figura N° 27 Representación de los Atractivos Turísticos. Paso N° 10</i>	64
<i>Figura N° 28 Representación de los Atractivos Turísticos. Paso N° 11</i>	65
<i>Figura N° 29 Elaboración del mapa de Accesibilidad – Distancia. Paso N° 1</i>	70
<i>Figura N° 30 Elaboración del mapa de Accesibilidad – Distancia. Paso N° 2 y N° 3</i>	70
<i>Figura N° 31 Elaboración del mapa de Accesibilidad – Distancia. Paso N° 4</i>	71
<i>Figura N° 32 Elaboración del mapa de Accesibilidad – Distancia. Paso N° 5</i>	71
<i>Figura N° 33 Elaboración del mapa de Accesibilidad – Distancia. Paso N° 6 y N° 7</i>	72
<i>Figura N° 34 Elaboración del mapa de Accesibilidad – Distancia. Paso N° 8</i>	72
<i>Figura N° 35 Elaboración del mapa de Accesibilidad – Distancia. Paso N°9</i>	73
<i>Figura N° 36 Elaboración del mapa de Accesibilidad – Distancia. Paso N° 10</i>	73
<i>Figura N° 37 Elaboración del mapa de Accesibilidad – Distancia. Paso N° 11 y N° 12</i>	74
<i>Figura N° 38 Elaboración del mapa de Accesibilidad – Distancia. Paso N° 13</i>	74
<i>Figura N° 39 Elaboración del mapa de Accesibilidad – Distancia. Paso N° 14</i>	75
<i>Figura N° 40 Elaboración del mapa Centro de Salud. Paso N° 1</i>	77
<i>Figura N° 41 Elaboración del mapa Centro de Salud. Paso N° 2</i>	77
<i>Figura N° 42 Elaboración del mapa Centro de Salud. Paso N° 3</i>	78

<i>Figura N° 43 Elaboración del mapa Centro de Salud. Paso N° 4</i>	78
<i>Figura N° 44 Elaboración del mapa Centro de Salud. Paso N° 5</i>	79
<i>Figura N° 45 Elaboración del mapa Centro de Salud. Paso N° 6</i>	79
<i>Figura N° 46 Elaboración del mapa Centro de Salud. Paso N° 7</i>	80
<i>Figura N° 47 Mapa de Relieve</i>	81
<i>Figura N° 48 Mapa Accesibilidad - Distancia</i>	92
<i>Figura N° 49 Mapa Accesibilidad - Topografía</i>	93
<i>Figura N° 50 Mapa Centros de Salud</i>	94
<i>Figura N° 51 Mapa Deslizamiento de Tierra</i>	95
<i>Figura N° 52 Mapa de Disponibilidad de Servicios Básicos</i>	96
<i>Figura N° 53 Mapa de Sequías</i>	97
<i>Figura N° 54 Mapa de Relieve</i>	98
<i>Figura N° 55 Mapa de Atractivos Turísticos</i>	99
<i>Figura N° 56 Mapa de identificación de posibles Atractivos Turísticos</i>	100
<i>Figura N° 57 Mapa de Planta Turística (Servicio de Alojamiento)</i>	105
<i>Figura N° 58 Mapa de Planta Turística (Servicio de Restauración)</i>	106
<i>Figura N° 59 Mapa de Servicios Complementarios (Infocentros)</i>	107
<i>Figura N° 60 Mapa de Servicios Complementarios (GADS)</i>	108
<i>Figura N° 61 Mapa de Servicios Complementarios (Policía Nacional)</i>	109
<i>Figura N° 62 Resultados de evaluación técnica de Iglesia Matriz de Chaguarpamba</i>	110
<i>Figura N° 63 Resultados de evaluación técnica Parque de La Madre</i>	111
<i>Figura N° 64 Resultados de evaluación técnica de Plazoleta Miraflores</i>	111
<i>Figura N° 65 Resultados de evaluación técnica de Casa Campo Verde</i>	112
<i>Figura N° 66 Resultados de evaluación técnica de Monumento al Cafetalero</i>	112
<i>Figura N° 67 Resultados de evaluación técnica de Finca Agroecológica Indera</i>	113
<i>Figura N° 68 Resultados de evaluación técnica de Cerro Surapo / Pan de Azúcar</i>	113
<i>Figura N° 69 Resultados de evaluación técnica de Cascada las Zarzas</i>	114

<i>Figura N° 70 Resultados de evaluación técnica de Rancho el Gran Chaparral</i>	114
<i>Figura N° 71 Resultados de evaluación técnica de Parque Central de Amarillos</i>	115
<i>Figura N° 72 Resultados de evaluación técnica de Mirador la Cruz del Calvario</i>	115
<i>Figura N° 73 Resultados de evaluación técnica de Tasines de Amarrillos</i>	116
<i>Figura N° 74 Resultados de evaluación técnica de Cascadas de San Ramón</i>	116
<i>Figura N° 75 Resultados de evaluación técnica de Petroglifos de Misquillana</i>	117
<i>Figura N° 76 Resultados de evaluación técnica de Balneario Agua y Sol</i>	117
<i>Figura N° 77 Resultados de evaluación técnica de Parque de Buenavista</i>	118
<i>Figura N° 78 Resultados de evaluación técnica de Balneario la Delicia</i>	118
<i>Figura N° 79 Resultados de evaluación técnica de Parador Turístico Rinconcito del Cielo</i>	119
<i>Figura N° 80 Resultados de evaluación técnica de Parador Turístico Los Ñañitos</i>	119
<i>Figura N° 81 Resultados de evaluación técnica de Petroglifos de Buenavista</i>	120
<i>Figura N° 82 Resultados de evaluación técnica de Cascadas de Lamederos</i>	120
<i>Figura N° 83 Resultados de evaluación técnica de Parque Central del Rosario</i>	121
<i>Figura N° 84 Resultados de evaluación técnica de Apiario Valarezo</i>	121
<i>Figura N° 85 Resultados de evaluación técnica de Balneario Las Tilapias</i>	122
<i>Figura N° 86 Resultados de evaluación técnica de Balneario El Campo de Naomi</i>	122
<i>Figura N° 87 Resultados de evaluación técnica de Balneario El Recodo</i>	123
<i>Figura N° 88 Resultados de evaluación técnica de Balneario El Trapiche</i>	123
<i>Figura N° 89 Resultados de evaluación técnica de Parque Central de Santa Rufina</i>	124
<i>Figura N° 90 Resultados de evaluación técnica de Balneario La Cascada</i>	124
<i>Figura N° 91 Resultados de evaluación técnica de Balneario Las Juntas</i>	125
<i>Figura N° 92 Mapa Turístico de la parroquia Amarillos</i>	148
<i>Figura N° 93 Mapa Turístico de la parroquia Buenavista</i>	149
<i>Figura N° 94 Mapa Turístico de la parroquia Chaguarpamba</i>	150
<i>Figura N° 95 Mapa Turístico de la parroquia El Rosario</i>	151
<i>Figura N° 96 Mapa Turístico de la parroquia Santa Rufina</i>	152

<i>Figura N° 97 Mapa Turístico del cantón Chaguarpamba</i>	153
<i>Figura N° 98 Ficha de Resultados de Evaluación Técnica</i>	167
<i>Figura N° 99 Ponderación de criterios atractivos naturales y culturales</i>	167
<i>Figura N° 100 Rangos de jerarquización</i>	168
<i>Figura N° 101 Descripción de Jerarquías</i>	168
<i>Figura N° 102 Iglesia Matriz de Chaguarpamba</i>	204
<i>Figura N° 103 Parque de la Madre</i>	204
<i>Figura N° 104 Plazoleta Miraflores</i>	205
<i>Figura N° 105 Casa Campoverde</i>	205
<i>Figura N° 106 Cerro Surapo/ Pan de azúcar</i>	206
<i>Figura N° 107 Finca Agroecológica Indera</i>	206
<i>Figura N° 108 Monumento al Cafetalero</i>	207
<i>Figura N° 109 Cascada Las Zarzas</i>	207
<i>Figura N° 110 Cascada y Laguna “Lozumbe”</i>	208
<i>Figura N° 111 Parque Central de Amarillos</i>	208
<i>Figura N° 112 Mirador La Cruz del Calvario</i>	209
<i>Figura N° 113 Tasines de Amarillos</i>	209
<i>Figura N° 114 Cascadas de San Ramón</i>	210
<i>Figura N° 115 Petroglifos de Misquillana</i>	210
<i>Figura N° 116 Balneario Agua y Sol</i>	211
<i>Figura N° 117 Parque Central de Buenavista</i>	211
<i>Figura N° 118 Parador Turístico La Delicia</i>	212
<i>Figura N° 119 Parador Turístico Rinconcito de Cielo</i>	212
<i>Figura N° 120 Parador Turístico Los Ñañitos</i>	213
<i>Figura N° 121 Petroglifos de Buenavista</i>	213
<i>Figura N° 122 Cascadas de Lamederos</i>	214
<i>Figura N° 123 Parque Central de El Rosario</i>	214

<i>Figura N° 124 Apiario Valarezo</i>	215
<i>Figura N° 125 Balneario Las Tilapias</i>	215
<i>Figura N° 126 Balneario El Campo de Naomi</i>	216
<i>Figura N° 127 Balneario El Recodo</i>	216
<i>Figura N° 128 Balneario El Trapiche</i>	217
<i>Figura N° 129 Parque Central de Santa Rufina</i>	217
<i>Figura N° 130 Balneario Las Juntas</i>	218
<i>Figura N° 131 Balneario La Cascada</i>	218
<i>Figura N° 132 Evidencia fotográfica de la entrevista realizada</i>	220
<i>Figura N° 133 Exposición y entrega de resultados</i>	221
<i>Figura N° 134 Junto a las autoridades presentes del Gad de Chaguarpamba</i>	221
<i>Figura N° 135 Certificado emitido por parte del GAD del cantón Chaguarpamba</i>	222