



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN
CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA
MODALIDAD: PRESENCIAL

**Proyecto de Investigación previo a la obtención del título de Licenciada en
Turismo y Hotelería**

**“LAS PAMPAS DE SALASAKA COMO APORTE A LA GENERACIÓN DE
PRODUCTOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN TISALEO”**

AUTORA: Silvana Estefania Guato Caiza
TUTORA: Lcda. Mg. Carmen Isabel Vaca Vaca

AMBATO – ECUADOR
2017

**APROBACIÓN DEL TUTOR DEL TRABAJO DE GRADUACIÓN O
TITULACIÓN**

CERTIFICA:

Yo, Lic. Mg. Carmen Isabel Vaca Vaca con C.I 1803381423 en mi calidad de Tutor del Trabajo de Graduación o Titulación, sobre el tema: **“LAS PAMPAS DE SALASAKA COMO APORTE A LA GENERACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN TISALEO”**, desarrollado por la egresada Silvana Estefania Guato Caiza, considero que dicho informe investigativo, reúne los requisitos técnicos, científicos y reglamentarios, por lo que autorizo la presentación del mismo ante el Organismo pertinente, para que sea sometido a evaluación por parte de la Comisión calificadora designada por el H. Consejo Directivo.



Lcda. Mg. Carmen Isabel Vaca Vaca

TUTORA

TRABAJO DE GRADUACIÓN O TITULACIÓN

AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Dejo constancia de que el presente informe es el resultado de la investigación del autor, quien, basado en la experiencia profesional, en los estudios realizados durante la carrera, revisión bibliográfica y de campo, ha llegado a las conclusiones y recomendaciones descritas en la investigación. Las ideas, opiniones y comentarios especificados en este informe, son de exclusiva responsabilidad del autor.



Silvana Estefania Guato Caiza

C.I 1805364302

AUTORA

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Cedo los derechos en línea patrimoniales del presente Trabajo Final de Grado o Titulación sobre el tema: **“LAS PAMPAS DE SALASAKA COMO APORTE A LA GENERACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN TISALEO”**, autorizo su reproducción total o parcial de ella, siempre y cuando este dentro de las regulaciones de la Universidad Técnica de Ambato, respetando mis derechos de autor y no sea utilizado con fines de lucro.



Silvana Estefania Guato Caiza

C.I 1805364302

AUTORA

**AL CONSEJO DIRECTIVO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE
LA EDUCACIÓN**

La comisión de estudio y calificación del Informe del Trabajo de Graduación o Titulación, sobre el tema: **“LAS PAMPAS DE SALASAKA COMO APORTE A LA GENERACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN TISALEO”**, presentada por la Srta. Silvana Estefania Guato Caiza egresada de la Carrera de Turismo y Hotelería promoción Septiembre 2017- Febrero 2018, una vez revisada y calificada la investigación, se APRUEBA en razón de que cumple con los principios básicos técnicos y científicos de la investigación y reglamentarios.

Por lo tanto, se autoriza la presentación ante los organismos pertinentes.

LA COMISIÓN



Lcda. Mg. Alba Hernández Freire
C.I 1803691029



Ing. Mg. Alicia Porrás Angulo
C.I 0502279474

DEDICATORIA

A la Universidad Técnica de Ambato, autoridades y docentes porque fue aquí donde adquirí los conocimientos para mi formación profesional.

A la Unidad de Control Ambiental Desarrollo Agropecuario y Turístico del GAD Municipal del cantón Tisaleo y sus colaboradores por haberme dado apertura a toda la información necesaria para la culminación del presente trabajo investigativo.

A la Asociación Corazón de Jesús por su colaboración incondicional en el desarrollo del presente estudio.

A todos quienes luchan día a día transparentemente para alcanzar sus objetivos.

Silvana Estefania Guato Caiza

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar, agradezco a Dios, porque ha sido mi fuente de refugio, fuerzas y mi guía en los momentos difíciles de mi vida, por sus bendiciones infinitas que me ha regalado y haber hecho realidad este sueño anhelado.

Mi agradecimiento profundo a mis queridos padres y hermanos quienes siempre estuvieron dispuestos a prestarme su ayuda incondicional pues han sido y seguirán siendo partícipes del cumplimiento de mis metas.

A mis amigos y aquellas personas con quienes hemos compartido momentos de felicidad, tristeza y superación donde juntos nos hemos apoyado mutuamente y me han dado ánimos para alcanzar este logro profesional.

Silvana Estefania Guato Caiza

Índice General de Contenidos

CAPÍTULO I	1
EL PROBLEMA	1
1.1 Tema de investigación	1
1.2 Planteamiento del problema.....	1
1.2.1 Contextualización	1
1.2.2 Análisis Crítico.....	3
1.2.3 Prognosis	4
1.2.4 Formulación del problema	5
1.2.5 Preguntas directrices	5
1.2.6 Delimitación del objeto de investigación	5
1.3 Justificación	6
1.4 Objetivos.....	7
1.4.1 Objetivo General	7
1.4.2 Objetivos Específicos.....	7
CAPÍTULO II	8
MARCO TEÓRICO	8
2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS	8
2.2 FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA.....	9
2.3 FUNDAMENTACIÓN LEGAL.....	9
2.4 CATEGORÍAS FUNDAMENTALES	12
2.4.1 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE ..	15
2.4.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA VARIABLE DEPENDIENTE.....	21
2.5 HIPÓTESIS	31
2.6 Señalamiento de las Variables	31
CAPÍTULO III	32
METODOLOGÍA	32
3.1. ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN	32
3.2. MODALIDADES DE LA INVESTIGACIÓN	32
3.3. NIVEL O TIPO DE INVESTIGACIÓN	33
3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA.....	34
3.5 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES	37
3.5.1 Variable Independiente: PAMPAS DE SALASAKA.....	37
3.5.2 Variable Dependiente: PRODUCTOS TURÍSTICOS	38

3.6 PLAN DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN	39
3.7. PLAN DE PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN	40
CAPÍTULO IV	41
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS	41
4.1. Análisis e interpretación de los resultados.....	41
CAPÍTULO V	68
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	68
5.1. Conclusiones	68
5.2. Recomendaciones	69
CAPÍTULO VI	70
PROPUESTA	70
6.1 Datos informativos.....	70
6.1.1 Título	70
6.1.2 Ubicación de la intervención.....	70
6.1.3 Entidades ejecutoras.....	70
6.1.4 Equipo técnico responsable	70
6.1.5 Beneficiarios.....	71
6.1.6 Ubicación de la propuesta	71
6.2 Antecedentes de la propuesta.....	72
6.3 Justificación	73
6.4 Objetivos	74
6.4.1 Objetivo General	74
6.4.2 Objetivos Específicos.....	74
6.5 Modelo Operativo	75
6.6 Desarrollo Operativo de la Propuesta	76
6.7 ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD	77
6.7.1 Factibilidad Operativa	77
6.7.2 Factibilidad Socio-Cultural	77
6.7.3 Factibilidad Ambiental.....	77
6.7.4 Factibilidad Económica.....	78
6.8 Demanda Local e internacional	78
6.9 Perfil del cliente objetivo	79
6.10 METODOLOGÍA.....	80
6.10.1 TURISMO RURAL	80

6.10.2 RUTA TURÍSTICA	81
PRODUCTO N°1	82
MANUAL DE EMPRENDIMIENTO DE TURISMO RURAL.....	82
6.11 Características del Turismo Rural.....	82
PRODUCTO N°2.....	117
RUTA TURÍSTICA “LOS CAMINOS DEL AGUA”	117
6.12 Características de las rutas turísticas.....	117
PROMOCIÓN DE LA RUTA TURÍSTICA	150
6.13 Plan de Monitoreo y evaluación de la propuesta	151
ANEXOS	152
Bibliografía	189

Índice de Gráficos

Gráfico 1: Lugar de procedencia	43
Gráfico 2: Rango de edad	44
Gráfico 3: Género	45
Gráfico 4: Representación gráfica Pregunta 1	46
Gráfico 5: Representación gráfica Pregunta 2	47
Gráfico 6: Representación gráfica Pregunta 3	48
Gráfico 7: Representación gráfica Pregunta 4	49
Gráfico 8: Representación gráfica Pregunta 5	50
Gráfico 9: Representación gráfica Pregunta 6	51
Gráfico 10: Representación gráfica Pregunta 7	52
Gráfico 11: Representación gráfica Pregunta 8	54
Gráfico 12: Representación gráfica Pregunta 9	55
Gráfico 13: Representación gráfica Pregunta 10; Alojamiento.....	56
Gráfico 14: Representación gráfica Pregunta 10; Alimentación	57
Gráfico 15: Representación gráfica Pregunta 10; Transporte	58
Gráfico 16: Representación gráfica Pregunta 11	59
Gráfico 17: Representación gráfica Pregunta 12	60
Gráfico 18: Representación gráfica Pregunta 13	61
Gráfico 19: Representación gráfica de aceptación y rechazo (Campana de Gauss)	67

Índice de figuras

Figura 1: Árbol de problemas	3
Figura 2: Categorías Fundamentales	12
Figura 3: Subordinación conceptual (Variable Independiente).....	13
Figura 4: Subordinación conceptual (Variable Dependiente)	14

Índice de tablas

Tabla 1: Selección de la muestra	35
Tabla 2: Cálculo de la muestra	36
Tabla 3: Población	36
Tabla 4: Operacionalización de la variable independiente	37
Tabla 5: Operacionalización de la variable dependiente	38
Tabla 6: Plan de recolección de información	39
Tabla 7: Inventario de atractivos turísticos del cantón Tisaleo	41
Tabla 8: Lugar de procedencia de los visitantes a Tisaleo	42
Tabla 9: Rango de Edad.....	44
Tabla 10: Género	45
Tabla 11: Tabulación Pregunta 1	46
Tabla 12: Tabulación Pregunta 2	47
Tabla 13: Tabulación Pregunta 3	48
Tabla 14: Tabulación Pregunta 4	49
Tabla 15: Tabulación Pregunta 5	50
Tabla 16: Tabulación Pregunta 6	51
Tabla 17: Tabulación Pregunta 7	52
Tabla 18: Tabulación Pregunta 8	54
Tabla 19: Tabulación Pregunta 9	55
Tabla 20: Tabulación Pregunta 10; Alojamiento	56
Tabla 21: Tabulación Pregunta 10; Alimentación	57
Tabla 22; Tabulación Pregunta 10; Transporte	58
Tabla 23: Tabulación Pregunta 11	59
Tabla 24: Tabulación Pregunta 12	60
Tabla 25: Tabulación Pregunta 13	61
Tabla 26: Descripción de la población	63
Tabla 27: Frecuencias observadas	64
Tabla 28: Frecuencias esperadas	65
Tabla 29: Chi X2	66
Tabla 30: Modelo Operativo de la Propuesta	75
Tabla 31: Factibilidad económica.....	78
Tabla 32: Selección de los atractivos naturales y culturales	84
Tabla 33: Actores directos	90
Tabla 34: Itinerario de turismo rural	91
Tabla 35: Identificación de los atractivos naturales	118
Tabla 36: Itinerario ruta N°1 “Los caminos del agua”	126
Tabla 37: Determinación de los costos y gastos de operación	129
Tabla 38: Itinerario de la ruta N°2 “Los caminos del agua”	132
Tabla 39: Determinación de los costos y gastos de operación	135
Tabla 40: Recopilación de información: Flora	136
Tabla 41: Recopilación de información: Fauna.....	143
Tabla 42: Determinación y selección de los servidores a incluir en la ruta turística	148
Tabla 43: Prestadores de servicio (Actores indirectos)	149
Tabla 44: Plan de Monitoreo y evaluación de la propuesta.....	151

Índice de imágenes

Imagen 1: “Ubicación de la propuesta”	71
Imagen 2: “Sagrado Corazón de Jesús”	84
Imagen 3: “Gastronomía”	85
Imagen 4: “Leyendas”	85
Imagen 5: “Logotipo”	122
Imagen 6: Mapa turístico “Pampas de Salasaka”	123
Imagen 7: Ruta N°1 “Los caminos del agua”	128
Imagen 8: Ruta N°2 “Los caminos del agua”	134
Imagen 9: “Lobo de páramo”	143
Imagen 10: “Conejo”	143
Imagen 11: “Pato”	143
Imagen 12: “Raposa”	144
Imagen 13: “Lagartija”	144
Imagen 14: “Mariposa”	144
Imagen 15: “Gavilán”	145
Imagen 16: “Colibrí”	145
Imagen 17: “Saltamontes”	145
Imagen 18: “Golondrina”	146
Imagen 19: “Gorrión”	146
Imagen 20: “Guagsa”	146
Imagen 21: “Quililico”	147
Imagen 22: “Chilico”	147
Imagen 23: "Promoción de la Ruta Turística"	150

Índice de fotografías

Fotografía 1: “Pampas de Salasaka”	86
Fotografía 2: “Laguna Malenda”	86
Fotografía 3: “Laguna Cocha Helada”	87
Fotografía 4: “Laguna Cocapón”	87
Fotografía 5: “Minas de Molina”	88
Fotografía 6: “ Cerro Lacustre Puñalica”	88
Fotografía 7: “ Volcán Carihuayrazo”	89
Fotografía 8: “Pampas de Salasaka”	118
Fotografía 9: “Laguna Malenda”	119
Fotografía 10: “Laguna Cocha Helada”	119
Fotografía 11: “Laguna Cocapón”	120
Fotografía 12: “Minas de Molina”	120
Fotografía 13: “Cerro Lacustre Puñalica”	121
Fotografía 14: “Volcán Carihuayrazo”	121
Fotografía 15: “Pisoc/Almohadilla”	136
Fotografía 16: “Origiris”	136

Fotografía 17: “Helecho”.....	136
Fotografía 18: “Romerillo blanco”	137
Fotografía 19: “Alfider”	137
Fotografía 20: “Taraxaco/diente de león”	137
Fotografía 21: “Romerillo”.....	138
Fotografía 22: “Trebol”	138
Fotografía 23: “Flor de amor”	138
Fotografía 24: “Taragocacho”	139
Fotografía 25: “Moradilla”	139
Fotografía 26: “Llanten”.....	139
Fotografía 27: “Árbol de papel”	140
Fotografía 28: “Paja”	140
Fotografía 29: “Helecho”.....	140
Fotografía 30: “Cunomaqui”	141
Fotografía 31: “Helecho escamoso”	141
Fotografía 32: “Chuquiragua”	141
Fotografía 33: “Piquil”	142
Fotografía 34: “Mortiño”.....	142

ANEXOS

Anexo 1: “Validación de la encuesta; primer experto”	152
Anexo 2: “Validación de la encuesta; segundo experto”	154
Anexo 3: “Validación de la encuesta; tercer experto”.....	157
Anexo 4: “Oficio de solicitud de aceptación al GAD Municipal de Tisaleo”.....	159
Anexo 5: “Oficio de aceptación del GAD Municipal de Tisaleo en el desarrollo de la investigación”	160
Anexo 6: “Registro de socialización de propuesta de turismo rural con la Asociación Corazón de Jesús”.....	161
Anexo 7: “Fichas MINTUR para el levantamiento y jerarquización de atractivos turísticos 2017”	163

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN
CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA

RESUMEN EJECUTIVO

TEMA: “LAS PAMPAS DE SALASAKA COMO APORTE A LA GENERACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN TISALEO”

AUTORA: Silvana Estefania Guato Caiza

TUTORA: Lcda. Mg. Carmen Isabel Vaca Vaca

El presente trabajo de investigación hace referencia a Las Pampas de Salasaka como aporte a la generación de productos turísticos del cantón Tisaleo, el propósito de este estudio es impulsar el desarrollo turístico del cantón mediante un análisis del potencial turístico existente en los alrededores de Pampas de Salasaka, una zona de páramo que abarca un sinnúmero de especies de flora, fauna, lagunas, y demás recursos turísticos naturales que generan un valor paisajístico especial digno de ser visitado por turistas nacionales y extranjeros, pero lastimosamente no han sido aprovechados ni difundidos turísticamente, factores que han generado el desconocimiento de los atractivos turísticos naturales y por ende la reducida afluencia turística al cantón.

En consecuencia, como modalidad investigativa se ha realizado una investigación de campo a través de una encuesta dirigida a los visitantes quienes acuden al cantón, lo cual después de haber realizado un análisis e interpretación de resultados se evidenció que Las Pampas de Salasaka cuenta con atractivos naturales de gran interés para los turistas, por tal motivo se ha visto necesario la creación de productos turísticos que contribuyan a dinamizar la actividad turística, proponiendo el desarrollo de turismo rural y una ruta turística lo cual facilitará la visita a estos atractivos turísticos. De esta manera, la investigación contribuirá al crecimiento socio-económico de Tisaleo, de tal forma que en el futuro pueda convertirse en un destino turístico demandado.

Palabras clave: Atractivos turísticos, crecimiento socio-económico, desarrollo turístico, difusión, Pampas de Salasaka, potencial turístico, producto turístico, recurso turístico natural, ruta turística, turismo rural.

INTRODUCCIÓN

Actualmente, el turismo es una de las actividades económicas más relevantes para varios países porque dicha actividad genera divisas permitiendo el desarrollo y crecimiento de varios lugares alrededor del mundo por medio de la generación de empleo directo o indirecto. De tal forma, se considera indispensable realizar estudios o análisis de las potencialidades turísticas de un sector para fortalecer el turismo cuyo estudio parte de factores como la oferta, la demanda, los recursos y la infraestructura turística donde se desarrolla dicha actividad turística. De todos ellos los recursos naturales o culturales con un previo análisis son los que determinan el potencial turístico de un territorio los cuales contribuyen a generar productos turísticos para que un sitio pueda considerarse como un destino demandado. Es así que en el presente trabajo se investigó sobre Las Pampas de Salasaka como aporte a la generación de productos turísticos del cantón Tisaleo; el cual cuenta con seis capítulos que están descritos a continuación.

CAPÍTULO I

El primer capítulo se refiere al problema de investigación, donde se efectúa la contextualización sobre Las Pampas de Salasaka y los productos turísticos, desde el punto de vista a nivel macro, meso y micro, el análisis crítico con el cual se constituye las causas y efectos que genera el problema, posteriormente se plantea la prognosis que analiza los efectos que generaría al no solucionar la problemática planteada. Seguidamente, se formula el problema en una interrogante de la relación entre las variables, a partir de ello se descompone las preguntas directrices, las cuales permiten desarrollar los objetivos y finalmente la justificación donde se plantea la importancia, las razones, la factibilidad y beneficios de realizar la investigación.

CAPÍTULO II

Hace referencia a la base conceptual que fundamenta la investigación, los antecedentes que aportan al sustento del presente estudio tanto de la variable independiente como de la variable dependiente, realizando la recopilación de información mediante libros, artículos científicos, revistas y demás páginas de relevancia. Asimismo, se explica la fundamentación filosófica y legal, en la cual se detalla las leyes a las cuales se rige la investigación, se plantea las categorías fundamentales donde se determina la red de conceptos sobre Las Pampas de Salasaka y los productos turísticos, posterior a ello se realiza la hipótesis y para terminar el señalamiento de variables que pueden afirmar o negar la investigación.

CAPÍTULO III

Dentro de este capítulo se desarrolla la metodología investigativa utilizada en este estudio, es decir el tipo y la modalidad básica de investigación para después determinar la población. Después, se realiza el cálculo de la población y muestra, que forman parte fundamental para la obtención de resultados, se detalla la operacionalización de variables de las cuales se obtiene preguntas aptas para la aplicación de encuestas, la recolección de información, el plan de procesamiento y análisis de información para interpretar los resultados.

CAPÍTULO IV

Se realiza el análisis e interpretación de resultados alcanzados por medio de los instrumentos de recolección de datos las cuales fueron analizadas e interpretadas para posteriormente aplicar el método estadístico Chi cuadrado que sirve para verificar la hipótesis.

CAPÍTULO V

En este capítulo se establece las conclusiones y recomendaciones, convirtiéndose en un punto indispensable para conocer la realidad del estudio basados en datos obtenidos en capítulos anteriores.

CAPÍTULO VI

Se desarrolla la propuesta como una alternativa de solución al problema de la investigación, la cual consiste en generar dos productos turísticos como el planeamiento de desarrollo de turismo rural y el diseño de una ruta turística los cuales contribuyen al desarrollo turístico del cantón con la participación de la población rural cercana a Las Pampas de Salasaka.

Finalmente se evidencia la investigación con bibliografía y anexos.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1 Tema de investigación

“LAS PAMPAS DE SALASAKA COMO APORTE A LA GENERACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN TISALEO”

1.2 Planteamiento del problema

1.2.1 Contextualización

El turismo en Ecuador forma un eje indispensable para el desarrollo socio-económico del país, posee una gran biodiversidad natural y cultural; tiene mucho potencial turístico debido a su ubicación estratégica en la mitad del mundo. Sin embargo, las potencialidades turísticas en el país no han sido aprovechadas de forma apropiada limitando al impulso y mejora de la actividad turística y económica de este territorio.

Ecuador cuenta con un inventario de atractivos turísticos en el cual se han obtenido las siguientes estadísticas: “1.635 atractivos turísticos, de los cuales 712 son sitios naturales y 923 son manifestaciones culturales” (PLANDETUR 2020, 2007, pág. 45).

El país posee un alto potencial para posicionarse como el primero dentro de la mega diversidad en el planeta (Ministerio de Turismo, 2017), más aun, no sea dado un especial énfasis en la oferta para su demanda turística en potencia que permita la generación de productos turísticos, originando que muchos de los atractivos con los que cuenta sufran una baja afluencia de turistas y peor aún el deterioro de las mismas.

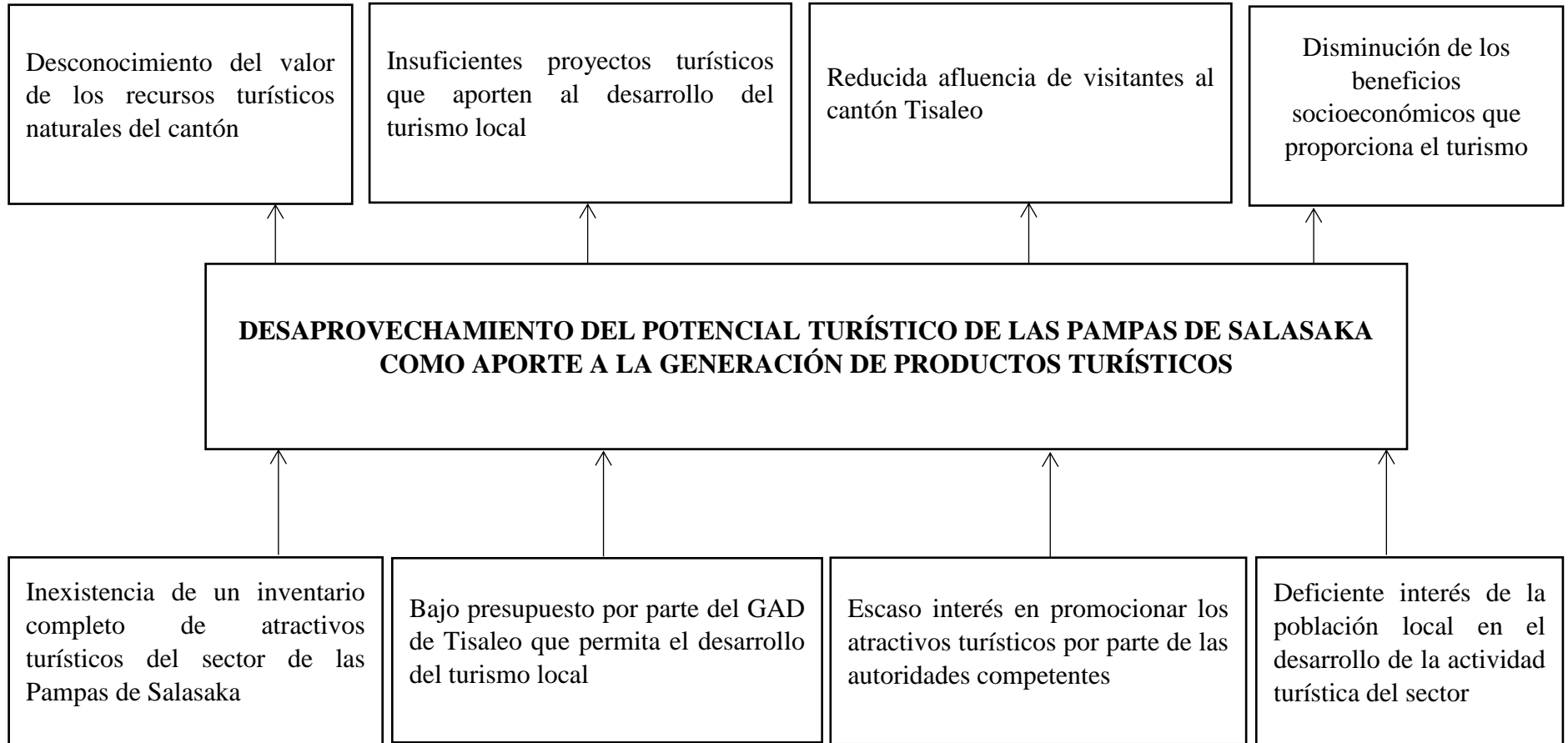
Tisaleo es uno de los 9 cantones de la Provincia de Tungurahua es un sitio que aún no ha sido potencializado turísticamente, conservando intacta su riqueza natural. Posee grandes atractivos naturales y está rodeado de agrestes montañas, páramos, lagunas, volcanes y una gran biodiversidad de flora y fauna.

Aun así, la oferta turística no alcanza un nivel estratégico para su comercialización, debido a que no existen productos turísticos definidos que permitan alcanzar la difusión de dichos atractivos.

“Las Pampas de Salasaka con una extensión de 1159.88 ha.” (GAD Municipal de Tisaleo, 2017, pág.1), cuenta con una inigualable belleza paisajística entre flora y fauna, por lo tanto, es imprescindible el aprovechamiento de los recursos naturales que posee dicha zona, a fin de que sus atractivos puedan ser aprovechados y difundidos turísticamente, los mismos que ayudaran a diversificar la oferta en el cantón Tisaleo permitiendo intensificar la actividad turística del destino.

1.2.2 Análisis Crítico

Figura 1: Árbol de problemas



Elaborado por: GUATO, S (2017)

Actualmente el desaprovechamiento del potencial turístico de las Pampas de Salasaka se produce por diferentes factores, entre ellos, la inexistencia de un inventario completo de atractivos turísticos en este sector, asumiendo como consecuencia el desconocimiento del valor de los recursos turísticos los cuales no pueden ser reconocidos y visitados por los turistas.

De la misma manera el bajo presupuesto del GAD de Tisaleo que permita el desarrollo del turismo local origina insuficientes proyectos turísticos los cuales pueden aportar al aprovechamiento del turismo, asimismo el escaso interés en promocionar los atractivos turísticos por parte de las autoridades competentes conlleva a una escasa afluencia de la demanda turística debido a que no se difunde dentro de un nicho de mercado potencial, y se continúa con el desaprovechamiento de dichos recursos.

Igualmente, el deficiente interés de la población local en el desarrollo de la actividad turística del sector ocasiona la disminución de los beneficios sociales y económicos que proporciona el turismo, debido a que son muchas las personas quienes no poseen una cultura turística que facilite el impulso y aumento de esta actividad, puesto que, para obtener el crecimiento del turismo a gran escala, se necesita el compromiso de todos los actores involucrados.

Todos estos factores han repercutido y dado paso a que sean las causas para que los recursos naturales en las Pampas de Salasaka no se aprovechen debidamente, ocasionando la poca difusión y conocimiento de los atractivos naturales y por ende se obtiene bajos ingresos económicos al cantón.

1.2.3 Prognosis

De no realizarse la investigación planteada sobre las Pampas de Salasaka como aporte a la generación de productos turísticos, será causa para que no exista un mecanismo que permita aprovechar de forma eficiente los atractivos turísticos naturales que posee este sector, lo que origina una baja demanda turística y poco desarrollo de esta actividad, lo que provocará que no pueda posicionarse como un destino turístico demandado a nivel cantonal, provincial y nacional. De igual manera, existirá un bajo interés por parte de los

turistas nacionales y extranjeros en explorar y realizar actividades vinculadas con la naturaleza, entre ellos el trekking, senderismo, avistamiento de flora y fauna y el ascenso al volcán Carihuayrazo, los cuales, que no se realizarían debido a la inexistencia de productos turísticos definidos.

1.2.4 Formulación del problema

¿Cómo aporta las Pampas de la Salasaka a la generación de productos turísticos?

1.2.5 Preguntas directrices

1. ¿Cuál es la categoría de los atractivos turísticos existentes en el cantón Tisaleo?
2. ¿Qué características potenciales de los atractivos turísticos existentes en el entorno de las Pampas de Salasaka fortalecerán a la generación de productos turísticos del cantón Tisaleo?
3. ¿Qué alternativas se pueden trazar para solucionar la problemática encontrada?

1.2.6 Delimitación del objeto de investigación

1.2.6.1 Delimitación del contenido

CAMPO: Turismo

ASPECTO: Productos Turísticos

1.2.6.2 Delimitación espacial

PROVINCIA: Tungurahua

CANTÓN: Tisaleo

SECTOR: Pampas de Salasaka

1.2.6.3 Delimitación temporal

La presente investigación se realizará en el período académico septiembre 2017 - marzo 2018

1.3 Justificación

La presente investigación es significativa debido a que, a través de este, se ha buscado generar productos turísticos, lo que ayudará a potencializar los recursos naturales existentes en el Sector Las Pampas de Salasaka y con ello aportar al desarrollo y crecimiento socioeconómico del cantón, considerado de gran valor natural y cada vez son más los turistas y exploradores que prefieren desplazarse hacia destinos que permita el contacto directo con la naturaleza.

El estudio contribuyó a analizar el potencial turístico de los atractivos naturales que favorecerán a atraer la inversión tanto pública como privada y por ende mejorar la calidad de vida de sus pobladores. Por otra parte, se complementó el inventario turístico existente en el cantón Tisaleo con atractivos turísticos relevantes identificados en Las Pampas de Salasaka, los cuales pueden ser visitados por turistas nacionales y extranjeros.

El proceso de estudio y ejecución de esta investigación es factible, porque se cuenta con el apoyo del GAD Municipal del cantón Tisaleo y se trabajó juntamente con la Unidad de Turismo pues la disposición y colaboración permitió llevar a cabo este estudio. Asimismo, se contó con la participación de los pobladores de los sectores cercanos a Las Pampas de Salasaka, puesto que estas personas estuvieron dispuestas a colaborar con las diferentes actividades y propuestas sugeridas con la finalidad de mejorar la economía local. Por otra parte, se busca potencializar los recursos naturales existentes en el lugar con la debida responsabilidad social, ambiental y cultural permitiendo la creación de productos turísticos en las Pampas de Salasaka, el desarrollo e impulso de la actividad turística en el cantón.

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo General

- Identificar el potencial turístico de las Pampas de Salasaka para la generación de productos turísticos.

1.4.2 Objetivos Específicos

- Analizar el inventario de los atractivos turísticos del cantón Tisaleo.
- Categorizar los recursos naturales existentes en el entorno de las Pampas de Salasaka.
- Definir estrategias para la generación de productos turísticos.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

Para el tema de investigación planteado se ha tomado en cuenta los siguientes antecedentes investigativos con similares características al formulado. A través del estudio realizado por Correa (2015), en el diseño de un producto agro turístico, ostenta que un producto debe contar con las debidas facilidades turísticas, así como también con actividades que permitan satisfacer las necesidades de los turistas. Además, el autor menciona que para que un proyecto turístico sea viable, es fundamental la construcción de instalaciones en caso de que no existiesen y brindar los servicios turísticos acordes a las necesidades de los visitantes con la finalidad de satisfacerlas.

De acuerdo con Guato (2017), plantea el análisis de las potencialidades turísticas de la parroquia El Triunfo, como aporte a la generación de productos turísticos, en el que concluye que después de haber realizado un profundo estudio de los recursos naturales, se ha logrado identificar atractivos turísticos relevantes, los mismos que han contribuido a la elaboración de productos, uno de ellos, el diseño de una ruta turística.

Según los estudios realizados es fundamental identificar los atractivos para potencializar los recursos naturales, mediante la creación de un producto se busca ampliar la oferta turística dentro de una localidad, además un producto turístico debe contar con las debidas facilidades y actividades que permitan satisfacer las necesidades de los visitantes.

Por otra parte, se analizó la investigación realizada por Figueroa, Cavazos, & Moreno (2015), quienes consideran que es primordial diseñar y ofertar productos y servicios acordes a la demanda, aplicando siempre un adecuado aprovechamiento de recursos naturales y culturales, con el fin de que obtengan experiencias turísticas únicas y al mismo tiempo se conserve el patrimonio local.

Los autores deducen que los recursos naturales y culturales son elementos significativos que se deben tomar en cuenta al momento de elaborar productos turísticos rurales sustentables. Del mismo modo, influye fuertemente la creación de una imagen para alcanzar la ventaja competitiva y lograr motivar a los visitantes, todas estas acciones en conjunto conllevan a una opción viable para incrementar la situación económica de un sitio.

2.2 FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA

El desarrollo de este estudio se fundamenta en los principios del turismo sostenible de la OMT los cuales se orientan en la sostenibilidad hacia la naturaleza, la cultura y calidad de vida de las poblaciones.

Los principios sobre los cuales se fundamenta esta investigación, es en el desarrollo turístico de una localidad el cual se planifica y gestiona de modo que no cause problemas ambientales y socioculturales a las comunidades; asimismo, está basado en la importancia de conservar los recursos naturales y culturales para su uso continuo en el futuro y al mismo tiempo que reportan beneficios (OMT, 2015).

De la misma manera el presente trabajo está promulgado en el Plan Nacional del Buen Vivir 2017-2021, cuyo objetivo fundamental es garantizar los derechos de la naturaleza para las actuales y futuras generaciones, donde se busca conservar y regular el aprovechamiento del patrimonio natural que asegure los derechos de las presentes y futuras generaciones (Senplades, 2017).

2.3 FUNDAMENTACIÓN LEGAL

La presente investigación se ha respaldado en la parte legal por varios artículos que fundamentaron la investigación.

De acuerdo con el **Art. 395** de la Constitución Política de la República del Ecuador, se relaciona con el tema de investigación debido a que se reconoce que el Estado debe garantizar un modelo sustentable de desarrollo, el cual respete y conserve la biodiversidad

y los ecosistemas, generando un ambiente equilibrado que asegure el bienestar de las poblaciones (República del Ecuador, 2008).

Además, con base al **Art. 404** esta investigación busca promocionar cada atractivo natural encontrado en las Pampas de Salasaka cuyo valor ambiental, cultural y paisajístico debe ser conservado y preservado a través de la generación de productos turísticos (República del Ecuador, 2008).

En el **Art. 73** el Estado prohíbe actividades que generen la destrucción de ecosistemas y extinción de especies, restringiendo la introducción de nuevos organismos que alteren el patrimonio nacional (República del Ecuador, 2008).

Por otra parte, la Ley de Turismo en el **Art. 3** también sustenta el estudio en lo que respecta a actividades turísticas; con el apoyo de los gobiernos cantonal y provincial. Y la iniciativa y participación de los habitantes con su cultura, tradiciones, protegiendo el entorno natural, así como proporcionar los servicios que requiera el turista para su satisfacción (Ministerio de Turismo, 2002).

De acuerdo con el **Art. 4** la actividad turística surge tanto de la iniciativa de una comunidad como de la privada; el Estado es el encargado de promocionar y difundir los productos turísticos. Asimismo, es importante garantizar el uso racional de los recursos con los que cuenta el país, fomentando la conciencia en los turistas al realizar las actividades en un lugar (Ministerio de Turismo, 2002).

Basándose en el **Art. 189** del reglamento general de actividades turísticas, la promoción turística debe ser realizada a través de folletos, guías, revistas, y otras herramientas proporcionadas por el Ministerio de Turismo con la finalidad de atraer al visitante cumpliendo con sus expectativas (MINTUR, 2011). Es decir, la oferta de servicios debe estar relacionada con las necesidades y expectativas del turista.

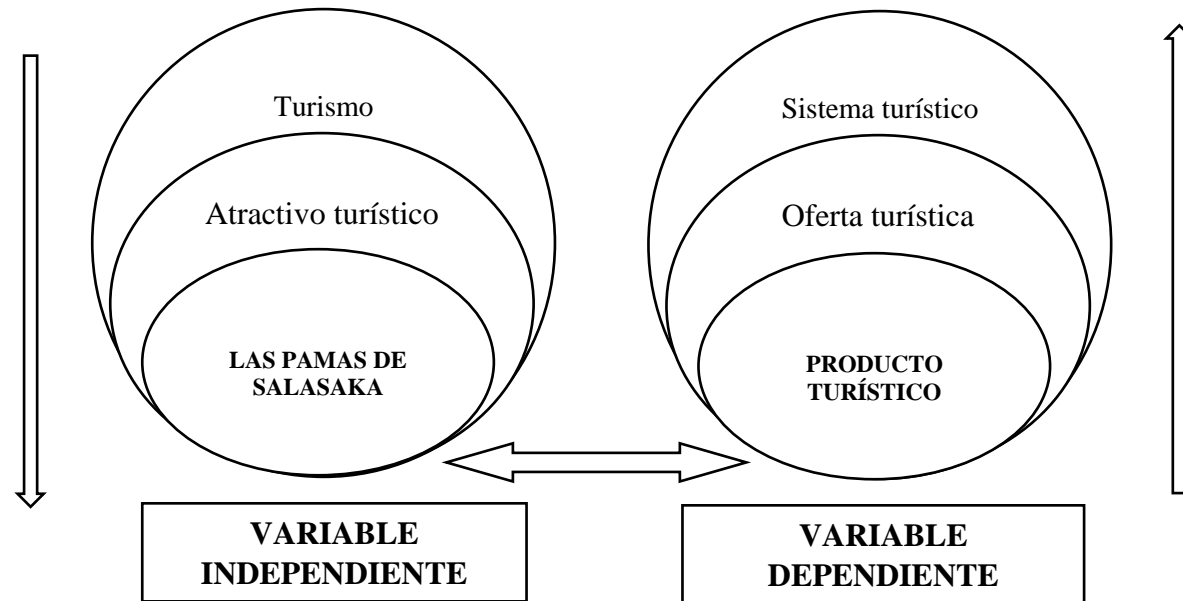
En cuanto a los deberes comunes del Estado y las personas se sustenta en el **Art. 7** del Código Orgánico del Ambiente, es de interés público y primordial respetar los derechos de la naturaleza y utilizar los recursos naturales y culturales de modo racional y responsable;

de manera que se conserve el patrimonio genético de la nación (Constitución de la República del Ecuador y Ley Orgánica de la Función Legislativa, 2016).

En lo que se refiere al Plan Nacional del Buen Vivir, este estudio se fundamenta en el Objetivo 3 sobre garantizar los derechos de la naturaleza en el que exige el cumplimiento de políticas en conservar y recuperar el patrimonio natural rural que asegure el bienestar de las presentes y futuras generaciones (Senplades, 2017). Por tanto, las autoridades locales y nacionales deben incluir en sus planificaciones el cuidado hacia la naturaleza y la cultura local.

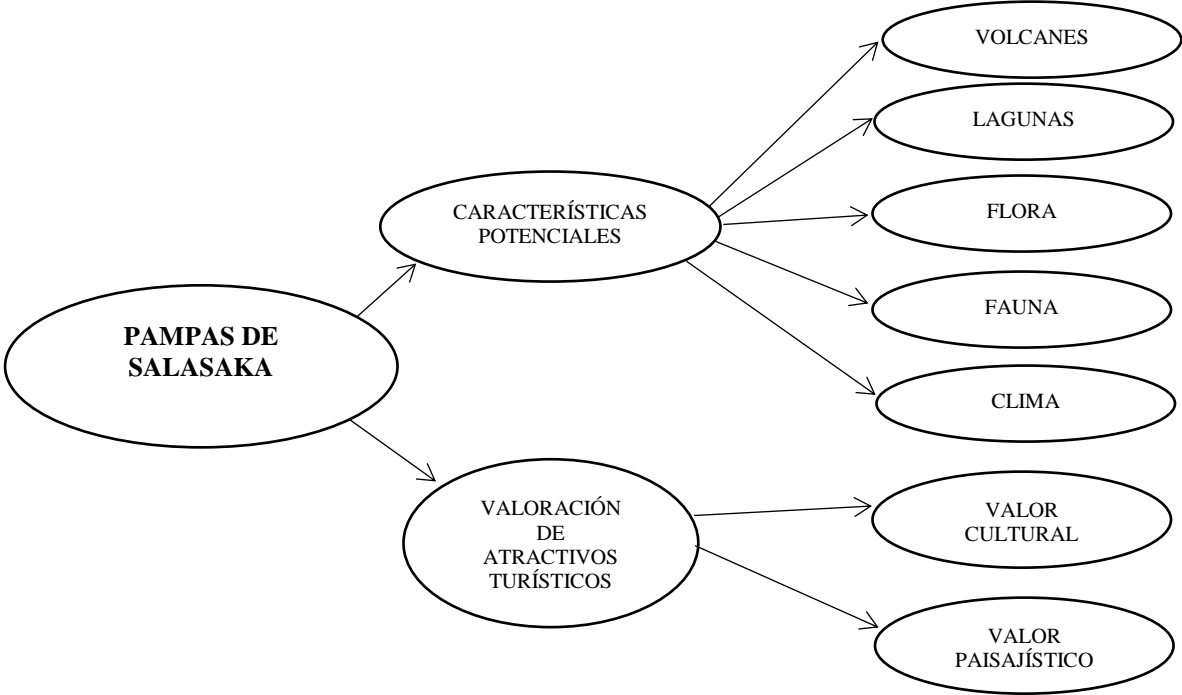
2.4 CATEGORÍAS FUNDAMENTALES

Figura 2: Categorías Fundamentales



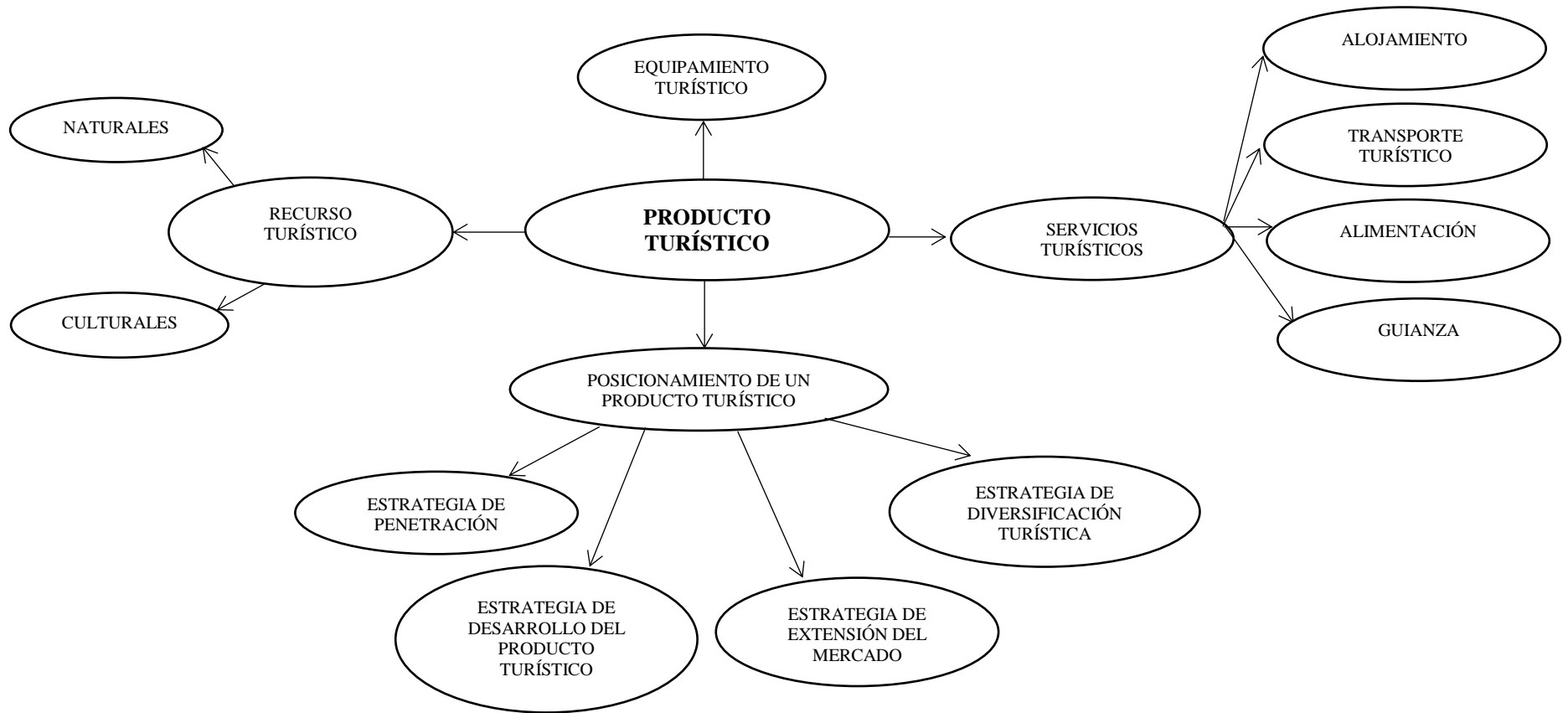
Elaborado por: GUATO, S (2017)

Figura 3: Subordinación conceptual (Variable Independiente)



Elaborado por: GUATO, S (2017)

Figura 4: Subordinación conceptual (Variable Dependiente)



Elaborado por: GUATO, S (2017)

2.4.1 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE

Turismo

De acuerdo con la Organización Mundial del Turismo OMT (2015), es una actividad social, cultural y económica que está vinculada con el movimiento y desplazamiento de personas fuera de su lugar de residencia habitual, ya sea por motivos personales, negocios y ocio. Al realizarse los desplazamientos el turismo genera directa e indirectamente un incremento de la economía en los lugares visitados, donde actúa como alternativa de crecimiento para un país y la mejora de la calidad de vida de las personas.

En conclusión, el turismo se ha convertido en las últimas décadas en una de las actividades más importantes a nivel mundial para mejorar la economía de los países, el mismo que está relacionado generalmente al ocio, descanso y descubrimiento de nuevos sitios, aquella actividad que un individuo realiza mientras viaja y pernocta en un lugar diferente al de su residencia y por un tiempo inferior a un año, existiendo varios motivos como la diversión, entretenimiento, la cultura y las relaciones humanas.

Atractivo turístico

En lo que respecta a atractivo turístico Acerenza (1984) (como se cita en Navarro, 2015), comenta que este componente es fundamental en la creación de productos turísticos, son los que motivan y animan al turista a seleccionar y visitar un destino y son capaces de satisfacer las motivaciones de los visitantes. Se considera que los atractivos turísticos son elementos de índole natural, cultural o deportivo que tienen la capacidad de atraer a los turistas y despertar un alto interés por visitarlos.

Por su parte, González (2016), refiere al atractivo turístico como un conjunto de bienes tangibles e intangibles que gracias a su potencial son transformados en productos turísticos los cuales generan gran atracción a los turistas y motivan a visitarlos, y es por ello que se fomenta el desplazamiento hacia un destino.

A partir de los autores mencionados, se deduce que un atractivo turístico genera interés entre los visitantes por conocerlos, se trata de un motivo para que una persona tome la decisión de desplazarse hacia un destino. El valor de los atractivos puede radicarse en lugares de importancia histórica, también surge por la belleza natural o paisajística de una localidad o más bien, hay sitios que se destacan por atracciones como la gastronomía o la oferta de eventos.

Pampas de Salasaka

A lo lejos se puede apreciar una encañonada de planicie grandiosa que constituyen las Pampas de Salasaca, atravesado por el río Olalla que cruza por el medio de esta llanura cuyas aguas la forman los deshielos del Carihuayrazo que a la vez es el límite entre los cantones Mocha y Tisaleo, sin duda alguna este atractivo se caracteriza por su admirable belleza paisajística inigualable existente en el sector (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Mocha, 2012).

Las Pampas de Salasaca cuenta con una extraordinaria belleza paisajística entre flora y fauna, por lo tanto, es imprescindible el aprovechamiento de los recursos naturales que posee esta zona, a fin de que sus atractivos puedan ser aprovechados y difundidos turísticamente. El sector tiene grandes potencialidades turísticas y de acuerdo con ello, se podrá llevar a cabo la creación de productos turísticos, en el cual se incluya los atractivos naturales más relevantes lo que ayudará a diversificar la oferta en el cantón Tisaleo permitiendo intensificar la actividad turística generando fuentes de trabajo y mejorar la calidad de vida de los habitantes.

Características potenciales

El potencial se entiende como cualidades que pueden existir en un territorio; en lo referente a un entorno natural, es el resultado de la interacción de varios factores biofísicos, entre ellos, el clima, topografía o suelo. Es así, que se refiere a la capacidad de generar actividades basándose en las características que posee un determinado sitio.

En lo concerniente al potencial turístico, existen dos enfoques, el material e inmaterial; este primer enfoque supone al potencial del turismo como un conjunto de recursos humanos y naturales, mientras que el segundo elemento hace ahínco en lo máximo posible a lograr de un sitio definido (Mikery & Pérez, 2014).

Acorde al análisis realizado anteriormente, el potencial turístico comprende al conjunto de posibilidades que el entorno natural y social pone a disposición de los visitantes las actividades turísticas. De ahí que el sector Las Pampas de Salasaka posee varios atractivos naturales, flora y fauna propia de este lugar los cuales poseen características únicas que deben ser potencializados para mejorar la actividad turística del cantón Tisaleo. Entre los recursos turísticos, las Pampas de Salasaka abarca lo siguiente:

Volcán

Comúnmente se entiende a los volcanes como estructuras geológicas que por el cráter expulsan magma que se descompone en lava, llamas o lodo proveniente del interior de la tierra alcanzando la superficie terrestre.

En el cantón Tisaleo se encuentra el volcán Carihuayrazo, en lengua Kichwa significa viento fuerte de la nieve, forma un volcán inactivo de gran belleza paisajística y natural que abarca una diversidad de flora y fauna propias del páramo que se encuentran a lo largo de los senderos (Honorable Gobierno Provincial de Tungurahua, 2015). Para las Pampas de Salasaka constituye un atractivo turístico de mucho interés para los turistas.

Lagunas

Acorde con la Real Academia Española (2014), este término se refiere al depósito natural de agua, generalmente dulce y de menores extensiones que un lago. En muchos sitios naturales las lagunas son consideradas por su alto nivel paisajístico como áreas de atracción para el turismo, igualmente, es el hábitat de varias especies de flora y fauna.

En el sector Las Pampas de Salasaka existen diversas lagunas debido a la alta pluviosidad; son de fácil acceso y pueden ser visitadas por los turistas, entre la más sobresalientes están la de Cocapón y Malenda.

Flora

La flora en el Ecuador es muy rica y variada debido a biodiversidad de los medios ecológicos, en el país existen alrededor de veintidós mil especies vegetativas diferentes; la cordillera de los Andes ha dado al territorio ecuatoriano una fisionomía diversa; a causa de la presencia de varios pisos altitudinales se descubren variedades de plantas únicas (Patzelt, 1996). Es esencial mencionar que el Ecuador es uno de los 17 países mega diversos del mundo, gracias a sus ecosistemas, recursos genéticos y especies que abarca esta área.

Con lo considerado anteriormente se comprende que la flora es la agrupación de plantas existentes en un territorio que varían de acuerdo con la zona geográfica donde se encuentren. En las Pampas de Salaska existe una gran diversidad de flora lo cual les hace más llamativo a los turistas amantes de la naturaleza.

Fauna

Otro de los elementos con los que se destaca las Pampas de Salasaka es la fauna de páramo. Para empezar, la Real academia define a la fauna como una agrupación de animales de un territorio, región o medios determinados en un espacio territorial.

En otras palabras, se le da esta denominación al conjunto de animales que habitan dentro de una zona geográfica, con determinadas características dependiendo del clima y ubicación terrestre. Es de suma importancia mencionar, que el Ecuador es uno de los países que por unidad de superficie alberga un sinnúmero de grupos taxonómicos; alcanza el primer lugar en casi todas las especies de flora y fauna por kilómetro cuadrado. La gran biodiversidad se debe a fenómenos geográficos y climáticos como la ubicación del país en la zona tropical del planeta y la presencia de la cordillera de los Andes, lo que ha incitado la aparición de numerosas especies (Ministerio del Ambiente, 2015). Ahora bien, las

Pampas de Salasaka cuenta con una variedad de fauna propia del páramo andino que lo hacen al sector una zona única en la nación.

Clima

Para comenzar, se analiza a Tullot (2000) (como se cita en Gil Corrales, 2015), donde se entiende que el clima es el conjunto fluctuante de las condiciones atmosféricas, en un sitio establecido, dentro de un período de tiempo largo para que sea geográficamente representativa.

Por consiguiente, el clima es el encargado del proceso decisivo de la reproducción de especies vegetales o animales en lugar determinado, por lo cual, existen territorios que junto al componente climático permiten que se desarrolle la agricultura, el cultivo de plantaciones que generan beneficios a la sociedad e incluso hay tierras donde solo se pueden encontrar plantas resistentes al frío y con abundante humedad (Moya, 2006), como es el caso, de las Pampas de Salasaka que posee mucha humedad y pluviosidad favoreciendo al crecimiento de exuberante flora nativa de páramo y fauna digna de encontrarse en este tipo de entorno.

No obstante, en el cantón Tisaleo, la temperatura ambiente promedio anual es de 15°C. Las lluvias se presentan entre febrero y junio, siendo aprovechadas para la agricultura lo que también genera paisajes extremadamente variados (Honorable Gobierno Provincial de Tungurahua, 2015).

Valoración de los atractivos turísticos

En primer lugar, la valoración de los atractivos turísticos se trata de una metodología de jerarquización donde se hace la respectiva fase de identificación, clasificación y valoración de las atracciones con el único fin de desarrollar productos turísticos. Una vez realizada las dos primeras etapas, los atractivos son valorados acorde a la ponderación de criterios, el proceso permite conocer el grado de interés y las opciones de visita en el atractivo; esta valoración se enmarca dentro de una jerarquía que va en una escala de I a IV (MINTUR, 2017), en el que se determina si un recurso puede fortalecer el desplazamiento, aunque no

se encuentre enmarcado en una dinámica turística ni cuente con apoyo, o a la vez estipular, si el atractivo es excepcional y significativo para el mercado turístico internacional, capaz de motivar por sí solo a turistas potenciales.

Por otro lado, es fundamental conservar y preservar los atractivos turísticos que posee una zona, los recursos ayudan al desarrollo de la actividad turística. La valoración trae consigo múltiples beneficios para el aprovechamiento de los atractivos, pero es necesario hacerlo de manera sustentable con el propósito de conseguir alcances ambientales, sociales y económicos. Es esencial, generar conciencia del gran valor que tienen los recursos, muchas veces son bienes únicos y propios de un lugar cuya explotación debe ser responsable y prudente. En definitiva, los recursos naturales constituyen el elemento más significativo para un producto turístico, puesto que gracias a su belleza natural tiene la capacidad de atraer turismo hacia un destino.

Valor simbólico

El valor simbólico corresponde a las formas simbólicas que pueden ser apreciadas o denunciadas por grupos o personas (Azevedo , 2010). Se reconoce al valor que tienen los objetos y el grado en que son estimadas por los individuos que los producen y los reciben, de tal modo, que consiste en el proceso por el cual tanto quien produce la forma simbólica como quien la recibe le asignan un determinado valor simbólico. Es así, que un valor puede estar inmerso en los atractivos turísticos que son considerados de alto interés para la sociedad y representan un símbolo distintivo y diferenciador frente a los demás atractivos.

Valor paisajístico

En primer lugar se analiza al paisaje como una expresión externa perceptible del medio que se adquiere por medio de todos los órganos de percepción directos e indirectos que operan en el observador, siendo la vista, oído, olfato y tacto; es la experiencia perceptiva el cual promueve a la persona los sentimientos determinantes de la valoración del paisaje, refiriéndose a la relación del hombre con el lugar en el que se desenvuelve (Gómez, 2003). Para complementar, la diversidad paisajística implica conocer como la sociedad que ha vivido y que vive en una zona determinada utiliza los recursos del entorno para modificar

su espacio basándose en sus propias necesidades. Ahora bien, los paisajes deben ser protegidos, porque cada uno tiene cualidades que lo diferencia de otros y muchos de ellos son considerados como valores patrimoniales más importantes de los territorios que no deben ser destruidos.

2.4.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA VARIABLE DEPENDIENTE

Sistema turístico

Es un modelo conceptual de proceso formado por un conjunto de elementos ordenados según sus funciones y su localización espacial, que se enlazan racionalmente entre sí por medio de los principios o reglas del mercado (Santana, 1997). Este sistema permite la interacción con cada uno de los elementos y contribuye con la existencia de productos turísticos.

Desde el punto de vista de Panosso & Lohmann (2012), el sistema turístico de Leiper señala que son cinco elementos que lo componen; tres de ellos geográficos, siendo la región de origen del visitante, la región de tránsito que vincula el origen con el destino y finalmente la región del destino turístico; los otros dos componentes son la industria del turismo y el turista.

De acuerdo con los autores descritos anteriormente, dentro de la región generadora de turismo están las agencias de viajes emisoras, las empresas de promoción y mercadotecnia que buscan intervenir en la demanda turística. Mientras que los canales de distribución y medios de transporte se encuentran entre la región generadora y la del destino turístico. Posteriormente, en la última región puntualizada se localizan todas las atracciones turísticas y el hospedaje. Es imprescindible conocer que la experiencia se genera en todo el proceso del sistema turístico.

Los mismos autores enfatizan el sistema turístico que realizó Molina (1997), donde afirma que las partes que lo forman son los siguientes:

- La superestructura: referidas a las leyes, regulaciones, proyectos y organizaciones del sector público y privado.
- La demanda: los turistas nacionales y extranjeros.
- La infraestructura: conforma las carreteras, aeropuertos, redes de agua potable.
- Los atractivos: de índole natural y cultural.
- El equipamiento e instalaciones: hoteles, restaurantes, agencias de viajes, cafés, piscinas.
- La comunidad receptora: pobladores relacionados directa e indirectamente con el turismo.¹

En definitiva, el sistema turístico conforma varios recursos que interactúan entre sí para alcanzar una meta en común, que son la oferta y demanda turística, espacio geográfico, los operadores de mercado y también se incluye los organismos reguladores de la actividad turística.

Oferta turística

En primer lugar, el elemento refiere al conjunto de bienes y servicios turísticos que los productores del sector disponen a la demanda a determinados precios, es así, que existen dos tipos de oferta, la básica que constituye los bienes y servicios de carácter meramente turístico como las empresas de alojamiento, transporte, agencias de viajes; la segunda es la complementaria que está compuesta por bienes que no son exclusivamente turísticos, generalmente son solicitados por los demandantes y complementan el producto turístico final, entre ellos están el comercio, ocio, deportes (Novás, 2006).

¹Alexandre Panosso Neto; Guilherme Lohmann, Teoría del Turismo, Trillas, México, 2012.

Basándose en Mochón (2004), los principales tipos de bienes y servicios que se ofrecen al turista son los atractivos naturales y culturales, actividades recreativas, eventos y lugares de interés público, la infraestructura y planta turística como alojamiento, transporte, alimentación, comercialización, servicios adicionales. Con la falta de uno de ellos no es posible el desarrollo de la experiencia turística, por lo tanto, están estrechamente relacionados, siendo los atractivos el que active todo el proceso turístico.

Desde la perspectiva de (Vértice S.L., 2008), la oferta debe realizarse en las mejores condiciones posibles, y es ahí donde se determina el éxito de los servicios turísticos; generalmente está condicionada bajo ciertos aspectos, como los recursos con los que dispone el mercado que comúnmente son proporcionados por el entorno en el que se encuentra, otro elemento es la infraestructura y servicios de la zona en la que se desarrolla la actividad, un adecuado manejo de los mismos llevará a alcanzar la calidad en todos los procesos turísticos.

Producto turístico

El producto turístico abarca tanto a los servicios como a los bienes físicos con los que cuenta un destino en específico y forma parte de la experiencia que vive un turista en un sitio determinado. Fabio Cárdenas Tabares (1982) (como se cita en Ascanio, 2012), señala que un producto es el conjunto de bienes y servicios que se encuentran disponibles al mercado turístico ya sea de manera individual o en una gama amplia de combinaciones que fueron elaborados basándose en las necesidades, requerimientos y deseos de los turistas.

En términos generales, el producto turístico planteado por el autor mencionado anteriormente está conformado por la planta turística, los servicios, la oferta referida a la infraestructura turística, paisajes, recursos y los atractivos del lugar, haciendo que se convierta en la mente del visitante en un producto escaso y original para que de esta manera le otorgue un valor comercial al sitio turístico visitado.

Basándose en el estudio de Salinas & Medina (2009), los productos turísticos son ofertas de diferentes tipos que se preparan para ser puestas a disposición del turista, es decir las actividades y servicios turísticos. Un destino turístico es considerado como tal, al poseer

una gama de productos al servicio del visitante, un producto debe estar en la capacidad de satisfacer una necesidad, tanto en los servicios como en actividades recreativas, naturales o culturales que proporcionen experiencias únicas a los visitantes.

Finalmente, se entiende al producto turístico como una combinación de elementos materiales e inmateriales, como los recursos naturales, culturales y antrópicos, incluyen también los atractivos turísticos, las instalaciones, los servicios y las actividades en torno a un elemento específico (OMT, 2016).

Recursos turísticos

En cuanto a la OMT (2015), los recursos turísticos son todos aquellos bienes y servicios presentes en un determinado ámbito geográfico capaces de atraer por sí mismos a visitantes que hacen posible la actividad turística.

Entonces, los recursos turísticos forman un pilar fundamental para el desarrollo de la actividad turística, éstos pueden ser culturales o naturales y gracias a la belleza de los mismos generan gran influencia al momento de elegir un destino a visitar.

De igual modo, Gurría di Bella (1991) (como se cita en Navarro, 2015), destaca que recurso y atractivo, son un mismo objeto donde ambos suponen varias características propias de un lugar que constituyen un destino turístico y que despiertan interés a los viajeros. Desde el punto de vista del turista se consideran atractivos turísticos, puesto que atraen y llaman su atención, mientras que desde la perspectiva de la región visitada estos atractivos forman parte de los recursos turísticos, porque están a disposición del visitante.

A modo de conclusión, uno de los pilares fundamentales del turismo son los recursos turísticos, siendo indispensable su evaluación y análisis para identificar el potencial turístico de una zona, pero es esencial considerar un uso sustentable de los recursos para el desarrollo de la actividad.

Recursos naturales

De acuerdo con Rojo & Martínez (2013), los recursos turísticos naturales están conformados por varios elementos que atraen a los visitantes, los cuales se relacionan directamente con la naturaleza. Entre ellos los relacionados con la hidrografía se encuentran los ríos, lagos, aguas termales, acantilados, glaciares. Mientras que los vinculados con la tierra se encuentra la flora, fauna, los relieves de los diversos ecosistemas como colinas, montañas, llanuras, valles, desiertos.

Por su parte, Crespi & Planells (2011), las montañas, lagunas, ríos, caídas de agua, costas, planicies, lugares de observación de flora y fauna, parques nacionales, termas y reservas constituyen los recursos turísticos naturales y es susceptible de aprovecharse turísticamente.

Con los conceptos analizados anteriormente, se entiende entonces que es de vital importancia identificar al público realmente interesado en conocer estos recursos y que le resulte atractivo por desconocido. Romper la rutina de su vida cotidiana es un motivo que le lleva a la gente a desplazarse y muchos se han centrado hoy en día en la naturaleza.

Recursos culturales

Debido al interés por parte de las poblaciones en conocer culturas extranjeras, recursos materiales e inmateriales de una localidad, se ha considerado esencial protegerlos. Por lo que Camacaro & Millano (2012), hacen énfasis en la conceptualización de Caldera y otros, donde los recursos culturales es el resultado de objetos, elementos o hechos sociales que diferencian a una cultura de otra, y cuentan con características relevantes que las identifican, son susceptibles de ponerlas en alto valor histórico, los mismos que motivan el desplazamiento de personas y satisfacen las necesidades de la demanda turística con fines culturales.

De la misma manera, los recursos culturales pueden ser tangibles e intangibles, dentro de la primera categoría están los monumentos, sitios históricos y arqueológicos y colecciones de museos, por el contrario, en la segunda categoría se encuentran las historias locales,

nombres relevantes de zonas importantes, las formas de hablar, de interactuar con el entorno, de comportamientos, la forma de vivir, de organización social y de familia, costumbres y tradiciones, forman parte del patrimonio cultural y debido a su naturaleza se considera aún más frágiles que los recursos tangibles (Turner, y otros, 2005).

En conclusión, los recursos culturales conforman los objetos, materiales o lugares considerados de gran importancia cultural o histórica para la sociedad, además, se refiere al patrimonio intangible que generalmente es mucho más vulnerable que el tangible, vale destacar que los bienes que poseen alto valor cultural deben ser protegidos en su entorno natural que garantice que las generaciones mantengan sus valores y prácticas tradicionales.

Equipamiento turístico

Con el objetivo de satisfacer las principales necesidades de las personas que buscan descanso y esparcimiento cuando deciden pernoctar en sitio determinado, el espacio turístico donde se encuentran debe contar con las debidas instalaciones. Es así como, Antón y otros (2005), establecen que el factor equipamiento es esencial en la configuración de un producto turístico. Es indispensable que un destino cuente con un equipamiento básico, los cuales lo conforman el alojamiento, la restauración y las actividades complementarias, he ahí la importancia que tienen para la demanda.

Igualmente, Boullón (1985) (como se cita en Quesada, 2007), testifica que el equipamiento abarca a todos los establecimientos administrados por la actividad privada o pública dedicada a la prestación de servicios básicos. Para finalizar, este componente debe ser planificado y no espontáneo, puesto que se lo realiza analizando la ubicación de los atractivos turísticos encontrados en el entorno cercano/próximo, sus características y las actividades que los turistas realizarían en función a estos mecanismos.

Servicios turísticos

Es el conjunto de prestaciones que el turista espera recibir, este proceso se produce como consecuencia del precio, la imagen y reputación del mismo (Izaguirre, 2014), el servicio es mucho más que la amabilidad y gentileza, solo existen a través de experiencias vividas,

además, los turistas en mayor parte no pueden experimentar su satisfacción antes de consumirlo como se lo haría comúnmente con productos físicos.

Alojamiento

Con respecto a González (2016), una empresa de alojamiento se dedica de manera profesional a brindar hospedaje o residencia, con un precio determinado a las personas que lo soliciten ya sea con o sin prestación de servicios complementarios.

En relación con el Sistema Nacional de Turismo SERNATUR (2008), los establecimientos deben mantener un procedimiento permanente de registro de ingreso y egreso del huésped permitiendo el libre acceso a lugares de uso común de las instalaciones y estas empresas están facultados para recibir huéspedes de manera individual o colectiva; por motivos recreativos, deportivos, de estudios, vacacionales u otras manifestaciones turísticas.

Finalmente, se entiende que el alojamiento es una actividad turística, desarrollada por personas naturales o jurídicas que ofrecen el servicio de hospedaje a huéspedes nacionales o extranjeros de manera temporal o constante, a cambio de un monto establecido por el establecimiento, con el fin de obtener descanso y recibir los servicios básicos o complementarios.

Transporte turístico

El término descrito, se refiere al desplazamiento de personas/bienes de un lugar a otro, facilita la accesibilidad a territorios y tiene gran importancia en el desarrollo social y económico de una localidad, tienen como finalidad turística de ocio y recreo que son ofertados y contratados para la satisfacción de desplazamientos de los turistas (García de la Roja, 2012).

En este sentido, el MINTUR (2014), recalca que el transporte turístico se refiere a la movilización de personas que cumplan con la condición de turistas, en automóviles de compañías que han sido autorizadas para la prestación del servicio, con el propósito de trasladarse a lugares de interés turístico, a través de un pago acordado por ambas partes.

Alimentación

En términos generales, la alimentación se refiere a la ingestión de varios suministros por parte de los organismos para proveerse de sus necesidades alimenticias con el objeto de obtener energía y poder desarrollarse. De acuerdo con el MINTUR (2004), el servicio de alimentos y bebidas está directamente direccionada con la prestación de servicios gastronómicos y bares, cuya actividad económica esté relacionada con la venta de productos comestibles, servicio y producción; asimismo de requerirlo pueden prestar servicios suplementarios como diversión o entretenimiento.

Guianza

La guianza turística consiste en el proceso de acompañar, asistir e informar en material artístico, cultural, geográfico e histórico a los turistas durante sus recorridos a museos, monumentos, sitios históricos, parques, zonas arqueológicas, es decir hacia bienes del patrimonio histórico o ecológico de gran interés cultural (Morales, 2017).

Es indispensable indicar, que dentro de lo establecido por el MINTUR (2002), los guías profesionales de turismo actúan como coadyutores del Mintur en el cuidado y protección del patrimonio turístico natural y cultural de la nación, por medio del correcto manejo de los grupos, con un previo aviso informativo de las sanciones, cronograma y comportamientos que deben mantener los turistas.

Posicionamiento de un producto turístico

Para abordar el tema, Kloter y Lane (2006) (como se cita en Talaya 2008), señalan que el posicionamiento de un producto se relaciona con la acción de diseñar la oferta y la imagen de un destino o empresa turística, de manera que ocupe un lugar distintivo en la mente de los consumidores.

En otro punto de vista, para alcanzar el posicionamiento de un producto turístico es necesario la diversificación y diferenciación en la oferta turística que hagan diferente al resto de la competencia; las empresas de turismo deben seleccionar de forma minuciosa

sus productos turísticos, puesto que cada uno de ellos tiene un potencial para crear costes y beneficios (Aguiló, Alba, Cals, Días , & Talaya, 1996).

En efecto, en el Sector Las Pampas de Salasaka, es fundamental aplicar estrategias de desarrollo, comercialización y distribución en los productos turísticos para alcanzar el posicionamiento a nivel cantonal, provincial y nacional, de tal modo que los turistas se sientan motivados y se genere cada vez más el interés por visitar los atractivos existentes en el sector.

Estrategia de penetración

En primer lugar, es necesario comprender la conceptualización de estrategia. Acorde con Díaz de Santos S.A (1998) es una declaración en la que se deben definir objetivos claros y precisos, en la que se describe “cómo” o “qué” medidas se tomarán para conseguirlos. Se propone presentar los elementos claves con los que una estrategia debe incluir, siendo, los objetivos y metas, las actividades que se harán para alcanzar los mismos, los recursos que se necesitan para realizar dichas acciones y los mecanismos que permitan evaluar las operaciones.

Una vez comprendido lo abordado anteriormente, se procede al estudio en lo concerniente a la estrategia de penetración. Para acceder al comercio exterior o mercado turístico, se opta en primer lugar por escoger una vía que asegure las condiciones de eficiencia, durabilidad y rentabilidad para el producto y marca. Las formas de acceso a los mercados y conexión en los diferentes canales de distribución del producto evolucionan en función de nuevas técnicas de comercialización, por esta razón, es conveniente que las empresas turísticas opten por un sistema exploratorio poco costoso y riesgos reducidos, en caso de obtener resultados exitosos se podrá aplicar estrategias complejas y más costosas (Ballesteros, 2001).

Estrategia de desarrollo del producto turístico

Para que un producto sea exitoso requiere de dos componentes, uno de ellos es que sus características deben ser atractivas, hacer sentir necesario y deseable al turista por adquirirlo; otro de los componentes es que se debe distribuir y promover adecuadamente. Un producto novedoso y original suele tener ventaja sobre la competencia, he ahí la importancia de la creatividad de los mismos (Lerma, 2010). El mismo autor destaca que los productos que desarrollen las empresas deben ser elaborados en función de las necesidades, requerimientos y gustos de los consumidores.

Por esta razón, en Las Pampas de Salasaka se analizará los recursos potenciales existentes para generar productos turísticos basándose en los requerimientos de los visitantes, puesto que actualmente muchas son las personas que prefieren el contacto directo con el entorno natural, en consecuencia, podrán disfrutar, contemplar y valorar los recursos naturales y por ende satisfacer sus necesidades.

Estrategia de extensión del mercado

Para comprender de mejor manera el punto mencionado, primeramente, se enfoca en entender lo que es un mercado turístico. Vale destacar a Olmos & García (2016), donde definen al componente, como el estado y evolución de la oferta y demanda del sector turismo; este mercado es de naturaleza intangible, porque en él se realiza la prestación de servicios cuya diferencia se puede notar al momento en que el consumidor es quién se desplaza a ellos para poder adquirirlo.

Así pues, la estrategia de extensión consiste en la ampliación de los mercados de venta para los productos turísticos, haciéndolos más atractivos o incluso agregando nuevos usos, de esta forma se busca incrementar las tasas de consumidores y llegar a mayores segmentos, en nuevas zonas geográficas o con canales modernos de distribución (Talaya, 2008).

Para concluir, a través de los productos turísticos generados en Las Pampas de Salaska se busca atraer a nuevos visitantes y expandir hacia más segmentos de mercado, es decir,

turistas (tercera edad, adultos y niños) que opten por descubrir nuevas experiencias en lugares nunca visitados o que se lo ha pasado desapercibido a causa del desconocimiento del valor de los recursos naturales.

Estrategia de diversificación turística

La diversificación conlleva a desarrollar nuevos productos y mercados, puede resultar drástico el cambio de actividad, porque la empresa suele enfrentarse a nuevas dificultades internas o externas, por lo tanto es algo que se debe gestionar con cuidado y responsabilidad, pues muchas organizaciones suelen fracasar y la rentabilidad que generan son mínimos, aunque existen empresas que han logrado grandes beneficios al aplicar esta estrategia en sus compañías (Carrión, 2007).

Cabe señalar, que dentro de las empresas turísticas esta estrategia se relaciona con la calidad e imagen de la organización turística en los mercados, y junto a ello, innovar la cartera de productos en función de la satisfacción de los turistas, con la oferta de nuevos destinos turísticos y la implementación de nuevas actividades turísticas para conseguir atraer a la demanda.

2.5 HIPÓTESIS

Las Pampas de Salasaka SI aporta a la generación de productos turísticos.

2.6 Señalamiento de las Variables

Variable Independiente: Las Pampas de Salasaka

Variable Dependiente: Producto Turístico

CAPÍTULO III METODOLOGÍA

3.1. ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN

El enfoque del estudio de investigación es de carácter cualitativo debido a que Las Pampas de Salasaka al poseer atractivos naturales turísticos identificados en el lugar, engloba una serie de características que no se pueden cuantificar, sino más bien medir acorde a sus potenciales.

De igual manera es de enfoque cuantitativo puesto que posterior a la aplicación del cuestionario para conocer el aporte de las Pampas de Salasaka en la generación de productos turísticos, se obtuvieron resultados numéricos que fueron tabulados previo a la presentación del estudio.

3.2. MODALIDADES DE LA INVESTIGACIÓN

DE CAMPO

Acorde a lo expuesto por Auditore (2012), la investigación de campo consiste en resolver y comprender un contexto determinado, es decir, se trabaja en el sitio donde conviven las personas, de donde se obtendrán los datos más relevantes a ser analizados e interacciones entre variables, sociológicas, educativas, psicológicas en estructuras sociales cotidianas y reales.

La investigación adopta la modalidad de campo porque que se realiza varias visitas al lugar donde se obtiene y recolecta la información sobre los atractivos turísticos identificados en las Pampas de Salasaka, además se acude al sitio para utilizar instrumentos de investigación como la entrevista a los principales turistas y así medir la aceptación de los productos turísticos elaborados.

BIBLIOGRÁFICA Y DOCUMENTAL

La estructuración del trabajo documental es el ordenamiento secuencial y lógico con el que deben presentarse y desarrollarse todos los elementos de una investigación, conviene en obtener información, fidedigna y relevante para extender o aplicar el conocimiento (López, 2002).

Para respaldar la investigación se ha estudiado e investigado distintos criterios de autores y científicos sobre Las Pampas de Salasaka y el producto turístico y de esta manera tener un mejor entendimiento del tema, se ha realizado la investigación bibliográfica y revisión de documentos académicos, de igual manera de sitios webs selectos, que aporten al desarrollo del estudio.

3.3. NIVEL O TIPO DE INVESTIGACIÓN

NIVEL EXPLORATORIO

Este tipo de investigación intenta obtener una familiarización con un tema del que se tiene un conocimiento general para posteriormente plantear una hipótesis, futuras soluciones a la problemática o generar nuevas investigaciones (Goig, 2004).

El tema de investigación se ubica en el nivel exploratorio, puesto que se busca y se indaga sobre los atractivos turísticos cercanos a Las Pampas de Salasaka, de igual manera se averigua si estos atractivos son potencialmente motivantes para el turista y por ende generar nuevos productos turísticos.

NIVEL DESCRIPTIVO

Dentro del nivel de esta investigación se seleccionan una serie de cuestiones, variables o conceptos, los cuales se miden cada una de ellas independientemente de las otras, con el propósito, precisamente de describirlas, busca especificar las propiedades importantes de grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno (Cazau, 2006).

El estudio se basa en la descripción con el fin de identificar las particularidades de los atractivos turísticos existentes en las Pampas de Salasaka y de esta forma poder aportar con información técnica sobre el lugar.

ANALÍTICO - SINTÉTICO

Consiste en el estudio de los hechos partiendo de la descomposición del objeto de estudio en cada una de sus partes para estudiarlas de manera individual (análisis), y posteriormente se integran dichas partes para estudiarlas de forma holística o integral (síntesis), este proceso permite descubrir la estructura del objeto investigado, la descomposición permite identificar o delimitar lo esencial del estudio (Hurtado & Toro, 2007).

El estudio adopta el método analítico-sintético debido a que se realizó un análisis del inventario de atractivos turísticos del cantón Tisaleo y consecutivamente se seleccionó los atractivos naturales más relevantes o de mayor acogida por los turistas para integrarlos en la investigación cuyo proceso ha contribuido a la generación de productos turísticos y establecer propuestas sólidas para el desarrollo del turismo en el sector investigado.

3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA

Para la generación de productos turísticos se realizará un estudio de mercado (encuesta) en la que participaran los visitantes que llegan al cantón Tisaleo en determinadas zonas estratégicas. Se realizará varias visitas a estos lugares para obtener un mayor nivel de confianza, procurando realizarlas en fechas donde existe mayor afluencia turística.

El cantón Tisaleo carece de un registro estadístico de visitantes, es notorio que hay afluencia turística en los fines de semana y especialmente en la festividad del “Inga Palla”. Por tal razón, para el cálculo de la población se va a considerar como una población infinita o desconocida y sobre esta se calculará la muestra.

3.4.1 Cálculo de la muestra

$$n = \frac{Z^2 * p * q}{e^2}$$

Donde:

Z=nivel de confianza

p= Porcentaje de la población que tiene el atributo deseado

q= Porcentaje de la población que no tiene el atributo deseado

e= Error de estimación máximo aceptado

n= Tamaño de la muestra

Ingreso de datos estratificados a criterio del investigador:

Para la selección de personas a ser encuestadas se aplicará el muestreo aleatorio simple considerando los sitios estratégicos, los días con mayor concurrencia en el cantón Tisaleo en el período noviembre-diciembre de 2017, la hora a la que el visitante se encuentre en el sitio estratégico, el rango de edad, como se detalla en la siguiente tabla:

Tabla 1: Selección de la muestra

Lugar estratégico	Número de visitas	Rango de edad	Hora
Parque central de Tisaleo (calles principales)	Sábados y domingos 18-19 noviembre	Edad: rangos de edad entre:	Horas de mayor influencia:
Centro cantonal (calles Cacique Tisaleo y Antonio Clavijo)	25-26 noviembre 2-3 diciembre	20-40 jóvenes 40-60 adultos	13h00pm-18h00pm (sábados)
Centro cantonal (calles Simón Bolívar y República)	9-10 diciembre	65 años en adelante	11h00pm-17h00pm (domingos)
Tisaleo centro (calles Juan B. Vela y 20 de Octubre)			

Elaborado por: GUATO, S (2017)

Tabla 2: Cálculo de la muestra

Z=	7
p=	50%
q=	50%
e=	7%
n=	120

Elaborado por: GUATO, S (2017)

De igual forma, con el propósito de obtener más información referente a los atractivos turísticos naturales del cantón, las actividades y servicios turísticos sobre Tisaleo, se utilizó como población participante a diferentes organismos que aportan con información relevante para la investigación.

Tabla 3: Población

Población	Cantidad
Técnicos de Turismo	1
Jefe de la Unidad de Control Ambiental Desarrollo Agropecuario y Turístico	1
Técnico Agropecuario	1
Presidente y miembros de la Asociación Corazón de Jesús	29
TOTAL	32

Elaborado por: GUATO, S (2017)

3.5 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

3.5.1 Variable Independiente: PAMPAS DE SALASAKA

Tabla 4: Operacionalización de la variable independiente

CONCEPTUALIZACIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	PREGUNTAS	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
Las Pampas de Salasaka cuenta con una extraordinaria belleza paisajística entre flora y fauna, por lo tanto, es imprescindible el aprovechamiento de los recursos naturales que posee esta zona, a fin de que sus atractivos puedan ser aprovechados y difundidos turísticamente. El sector tiene grandes potencialidades turísticas y de acuerdo con ello, se podrá llevar a cabo la creación de productos turísticos, en el cual se incluya los atractivos naturales más relevantes lo que ayudará a diversificar la oferta en el cantón Tisaleo permitiendo intensificar la actividad turística generando fuentes de trabajo y mejorar la calidad de vida de los habitantes.	Belleza paisajística	Paisaje natural	¿Considera usted que Las Pampas de Salasaka abarca una belleza paisajística extraordinaria que pueda ser considerado un sitio con potencial turístico?	Técnica: Entrevista - Encuesta Instrumento: Guión
		Paisaje cultural		
	Potencial turístico	Diversidad de atractivos turísticos:	¿Qué tipo de atractivos considera usted que son los más importantes para Las Pampas de Salasaka?	Técnica: Entrevista - Encuesta Instrumento: Guión
		- Naturales - Culturales	¿Piensa usted que los recursos naturales que posee Las Pampas de Salasaka pueden ser considerados como un destino turístico?	
Calidad de vida	Económico		¿Piensa usted que el incremento de los ingresos económicos al cantón Tisaleo se dará gracias al desarrollo turístico?	Técnica: Entrevista - Encuesta Instrumento: Guión
		Socio-cultural	¿El desarrollo de la actividad turística dará lugar a las relaciones humanas entre los pobladores y visitantes?	

Elaborado por: GUATO, S (2017)

3.5.2 Variable Dependiente: PRODUCTOS TURÍSTICOS

Tabla 5: Operacionalización de la variable dependiente

CONCEPTUALIZACIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
Para Salinas Chávez & Medina Pérez (2009), los productos turísticos son ofertas de diferentes tipos que se preparan para ser puestas a disposición del turista, es decir las actividades y servicios turísticos. Un destino turístico es considerado como tal, al poseer una gama de productos al servicio del visitante, un producto debe estar en la capacidad de satisfacer una necesidad, tanto en los servicios como en actividades recreativas, naturales o culturales que proporcionen experiencias únicas a los visitantes.	Producto turístico	Accesibilidad Facilidades Atractivos turísticos	¿Considera usted que los atractivos que posee Las Pampas de Salasaka cuenta con las facilidades necesarias que incentiven la visita de los turistas? ¿Conoce usted los atractivos turísticos naturales con los que cuenta Las Pampas de Salasaka? ¿Qué tipo de actividades considera usted que se pueden realizar en Las Pampas de Salasaka?	Técnica: Entrevista Instrumento: Guión
	Actividades recreativas	Naturales Culturales	¿Mediante que vías considera usted importante ofertar los atractivos turísticos de Las Pampas de Salasaka?	Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario Estructurado
	Oferta al mercado turístico	Promoción Demanda Estrategias	¿Considera usted que a través de la generación de productos turísticos se puede incrementar la demanda turística hacia el sector? ¿Considera usted importante la implementación de estrategias para fomentar de manera más adecuada los atractivos de Las Pampas de Salasaka?	

Elaborado por: GUATO, S (2017)

3.6 PLAN DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

Tabla 6: Plan de recolección de información

Nº	Preguntas básicas	Explicación
1	¿Para qué?	Identificar el potencial turístico existente en Las Pampas de Salasaka, cantón Tisaleo, provincia de Tungurahua, como aporte a la generación de productos turísticos.
2	¿De qué personas u objetos?	Potencialidades turísticas
3	¿Sobre qué aspectos?	Generación de productos turísticos
4	¿Quién va a realizar la investigación?	La autora -Silvana Estefania Guato Caiza
5	¿Cuándo?	Período septiembre 2017-marzo 2018
6	¿Dónde?	Sector Las Pampas de Salasaka, cantón Tisaleo, provincia de Tungurahua.
7	¿Cuántas veces?	6 veces
8	¿Qué técnicas de recolección?	Entrevistas y encuestas
9	¿Con qué instrumento?	Cuestionarios – guiones de entrevista
10	¿A quiénes?	Visitantes, Técnicos de turismo

Elaborado por: GUATO, S (2017)

3.7. PLAN DE PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

Mediante el levantamiento de información de los atractivos turísticos naturales identificados en los alrededores de Las Pampas de Salasaka y posteriormente la utilización de las encuestas se obtendrá la información relevante para la investigación y se procederá de la siguiente forma:

- Análisis crítico de la información recopilada, eliminación de la información no necesaria.
- Tabulación y organización de la información mediante gráficos estadísticos.
- Análisis e Interpretación objetivo y la verificación de la hipótesis.
- Presentación e interpretación de resultados.
- Conclusiones y recomendaciones.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

4.1. Análisis e interpretación de los resultados

4.1.1 Análisis del inventario de Atractivos Turísticos del Cantón Tisaleo

La información requerida para el desarrollo del presente estudio se obtuvo a través del análisis del inventario de atractivos turísticos del Cantón Tisaleo el cual se encuentra, descrito a continuación:

Tabla 7: Inventario de atractivos turísticos del cantón Tisaleo

CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO	ATRACTIVO
1. Sitios Naturales	Montañas	Colinas	“Lomas de Pucará” “Cerro Puñalica” “Nevado Carihuayrazo”
		Desfiladero	“Quebrada de Santa Lucía”
	Ambientes Lacustres	Laguna	“Laguna de Malenda”
	Planicie	Valle	“Pampas de Salasaka”
2. Manifestaciones Culturales	Históricas	Zonas históricas, ciudad	“Parroquia Quinchicoto” “Parroquia Matriz”
		Acontecimientos programados	Fiestas Religiosas
	Etnografía	Ferias y mercados	“Feria dominical de productos orgánicos”
		Artesanías – Instrumentos Musicales	“Elaboración de Artesanías”

Fuente: H. Gobierno Provincial de Tungurahua

Elaborado por: GUATO, S (2017)

4.1.2 Análisis de la Categorización de los recursos naturales existentes en el entorno de Las Pampas de Salasaka

Para el levantamiento de información de cada uno de los atractivos turísticos cercanos a Las Pampas de Salasaka, se aplicó fichas de jerarquización de atractivos turísticos 2017 emitidas por el Ministerio de Turismo (Véase Anexo 7), este proceso se llevará a cabo con el apoyo del técnico de Turismo del Gad Municipal del Cantón Tisaleo.

De igual forma, para obtener información acerca de los atractivos turísticos naturales aplicó una encuesta a los visitantes que acuden al cantón Tisaleo cuyos resultados y análisis se describen a continuación:

Lugar de procedencia de los visitantes a Tisaleo

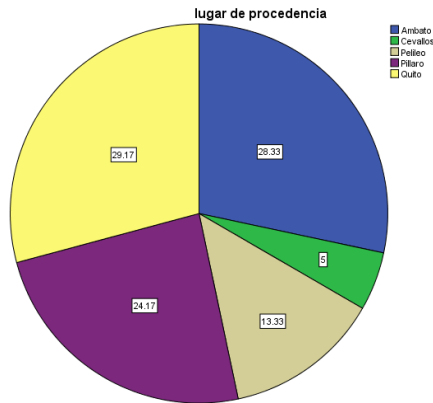
Tabla 8: Lugar de procedencia de los visitantes a Tisaleo

Datos generales		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válidos	Ambato	34	28.3	28.3
	Cevallos	6	5.0	33.3
	Pelileo	16	13.3	46.7
	Pillaro	29	24.2	70.8
	Quito	35	29.2	100.0
	Total	120	100.0	

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: GUATO, S (2017)

Gráfico 1: Lugar de procedencia



Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: GUATO, S (2017)

Análisis

Del total de encuestas aplicadas a los visitantes en el cantón Tisaleo se establece que el 29.17% son de la ciudad de Quito, el 28.33 son de Ambato, el 24.17 son del cantón Píllaro, el 13.33 pertenecen a Pelileo y 5% corresponde a Cevallos.

Interpretación

Los resultados evidencian que la gran parte de visitantes provienen de ciudades lejanas, tal es el caso de las ciudades de Quito, Píllaro y Ambato quienes acuden al cantón por diversos motivos ya sea su gastronomía, visitar los páramos o participar de la cultura Tisaleña, quienes, a su vez, pueden convertirse en turistas potenciales para la adquisición de los nuevos productos turísticos propuestos en el cantón Tisaleo.

Rango de Edad

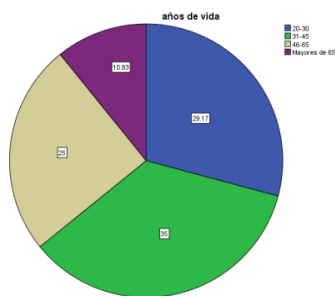
Tabla 9: Rango de Edad

Datos generales		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válidos	20-30	35	29.2	29.2
	31-45	42	35.0	64.2
	46-65	30	25.0	89.2
	Mayores de 65	13	10.8	100.0
	Total	120	100.0	

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: GUATO, S. (2017)

Gráfico 2: Rango de edad



Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: GUATO, S (2017)

Análisis

De un total de 120 encuestados dentro del cantón Tisaleo el 35% corresponde a personas de entre 31-45 años, el 29.17% pertenece a visitantes de entre 20-30 años, posteriormente el 25% corresponde a personas de 46-65 y finalmente el 10.83% se trata de visitantes mayores de 65 años.

Interpretación

A partir de la encuesta aplicada se puede determinar que las personas de entre 31-45 y 20-30 años son las que predominan al visitar el cantón, es así como estas personas están interesadas en realizar actividades de montaña y vivir la cotidianidad de la gente y son quienes se convertirán en el mercado objetivo y se planteará estrategias de mercadeo y la generación de productos turísticos acorde a sus necesidades.

Género

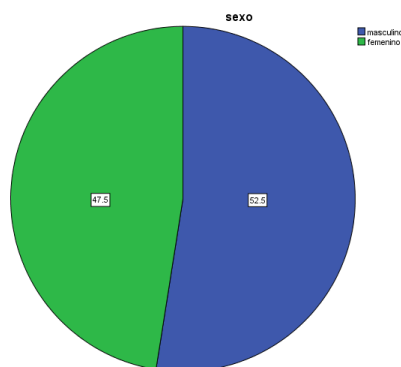
Tabla 10: Género

Datos generales		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válidos	masculino	63	52.5	52.5
	femenino	57	47.5	100.0
	Total	120	100.0	

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: GUATO, S. (2017)

Gráfico 3: Género



Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: GUATO, S (2017)

Análisis

De la encuesta aplicada a los visitantes en el cantón Tisaleo el 52.5% fueron de género masculino mientras que el 47.5% fue femenino.

Interpretación

De acuerdo con los resultados se puede determinar que el índice mayor es el de hombres, esto sucede por la facilidad de contribuir con la información solicitada en la encuesta, pero de igual forma el porcentaje de las mujeres es admisible para el desarrollo de estrategias de productos turísticos.

1. ¿Con qué frecuencia visita el cantón Tisaleo?

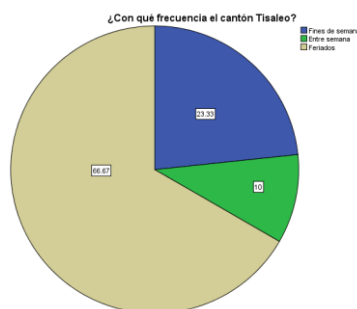
Tabla 11: Tabulación Pregunta 1

			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válidos	Fines de semana	de	28	23.3	23.3
	Entre semana		12	10.0	33.3
	Feriatos		80	66.7	100.0
	Total		120	100.0	

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: GUATO, S (2017)

Gráfico 4: Representación gráfica Pregunta 1



Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: GUATO, S (2017)

Análisis

Del total de respuestas que fueron transmitidas por el público entrevistado el 66.67% visita el cantón Tisaleo en feriatos, el 23.33% señala que prefiere visitarlo los fines de semana y por último el 10% entre semana.

Interpretación

Acorde a los datos recabados se deduce que los visitantes viajan al cantón Tisaleo en feriatos, porque en estas fechas tienen mayor facilidad para transportarse y cuentan con mayor disponibilidad de tiempo, por lo tanto, será en estas épocas donde se va a realizar mayor difusión de los productos turísticos e informar acerca de los lugares que estas personas pueden visitar en su recorrido con el propósito de que puedan pernoctar en este maravilloso cantón.

2. ¿Cuál es el motivo principal de visita al cantón Tisaleo?

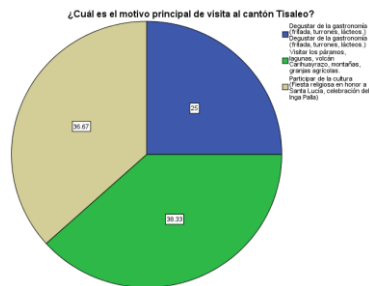
Tabla 12: Tabulación Pregunta 2

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Degustar de la gastronomía (fritada, turrone, lácteos.)	30	25.0	25.0
Visitar los páramos, lagunas, volcán Carihuayrazo, montañas, granjas agrícolas.	46	38.3	63.3
Participar de la cultura (Fiesta religiosa en honor a Santa Lucía, celebración del Inga Palla)	44	36.7	100.0
Total	120	100.0	

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: GUATO, S. (2017)

Gráfico 5: Representación gráfica Pregunta 2



Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: GUATO, S (2017)

Análisis

El total de las respuestas obtenidas por los encuestados se establece que el 38.33% visitan el cantón por su naturaleza como los páramos, lagunas, volcán Carihuayrazo, montañas, granjas agrícolas, el 36.67% de los visitantes acuden por motivos culturales como fiestas religiosas, celebración del Inga Palla, museos y artesanías. Finalmente, el 25% corresponde a personas que visitan por la gastronomía como la fritada, turrone, lácteos.

Interpretación

Esto permite conocer que los visitantes están interesados en el turismo de naturaleza que permita el contacto con el entorno natural, es decir están interesados en recorrer los páramos, lagunas, el volcán Carihuayrazo, por ende, se dará el incremento de la visita a los atractivos turísticos naturales a través de los productos turísticos generados exclusivamente para amantes de la naturaleza.

3. Generalmente ¿cuántas personas viajan con Ud.?

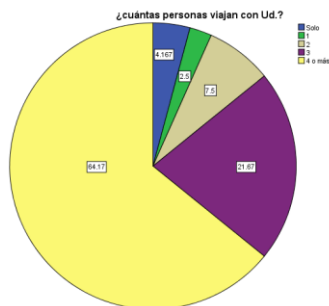
Tabla 13: Tabulación Pregunta 3

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válidos	Solo	5	4.2	4.2
	1	3	2.5	6.7
	2	9	7.5	14.2
	3	26	21.7	35.8
	4 o más	77	64.2	100.0
	Total	120	100.0	

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: GUATO, S (2017)

Gráfico 6: Representación gráfica Pregunta 3



Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: GUATO, S (2017)

Análisis

El 64.17% de la población encuestada afirma que siempre viajan 4 o más personas, el 21.67% suelen trasladarse entre 3 personas, mientras que el 7.5% con dos, el 4.16% prefiere viajar solo, por último, el 2.5% viaja con un solo acompañante.

Interpretación

A través del análisis realizado se puede decir que la mayoría de los visitantes viajan con 4 o más acompañantes, generalmente realizan viajes en familia o grupos de amigos lo cual representa una gran ventaja para la investigación, debido a que al momento de la difusión de los productos turísticos se puede llegar a mayor cantidad de mercado meta y haciendo que estas personas opten por seleccionar los nuevos productos en el cantón.

4. ¿Por cuantas ocasiones ha visitado el Sector Las Pampas de Salasaka?

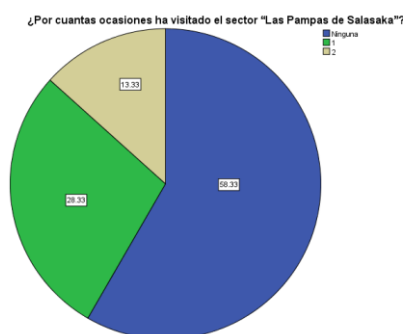
Tabla 14: Tabulación Pregunta 4

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válidos	Ninguna	70	58.3	58.3
	1	34	28.3	86.7
	2	16	13.3	100.0
	Total	120	100.0	

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: GUATO, S (2017)

Gráfico 71: Representación gráfica Pregunta 4



Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: GUATO, S (2017)

Análisis

La mayoría de los visitantes encuestados manifiestan que no han realizado ninguna visita al sector Las Pampas de Salasaka con un 58.33%, mientras que el 28.33% ha realizado solo una visita y el 13.33% lo han visitado por 2 ocasiones.

Interpretación

Esto permite establecer que la mayor parte de los visitantes desconocen el sector Las Pampas de Salasaka, no conocen el potencial turístico que posee en sus alrededores, sus atractivos naturales y las actividades que podrían realizar, es así que es necesario definir productos turísticos para que estas personas puedan adquirirlos y puedan conocer los atractivos que cuentan con gran valor paisajístico en toda esta zona.

5. ¿Qué atractivos conoce o le gustaría conocer en los alrededores de “Las Pampas de Salasaka”?

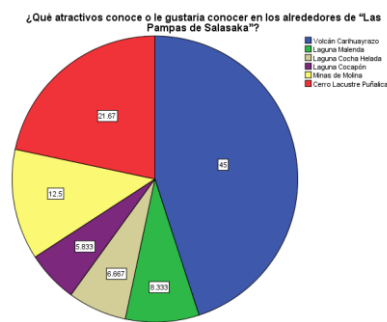
Tabla 15: Tabulación Pregunta 5

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Volcán Carihuayrazo	54	45.0	45.0
Laguna Malenda	10	8.3	53.3
Laguna Cocha Helada	8	6.7	60.0
Laguna Cocapón	7	5.8	65.8
Minas de Molina	15	12.5	78.3
Cerro Lacustre Puñalica	26	21.7	100.0
Total	120	100.0	

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: GUATO, S (2017)

Gráfico 8: Representación gráfica Pregunta 5



Fuente: Encuestas aplicadas
Elaborado por: GUATO, S (2017)

Análisis

Se puede recalcar que el 45% de los encuestados tiene mayor interés en conocer el volcán Carihuayrazo, seguido el 21.67% el cerro lacustre Puñalica, el 12.5% las Minas de Molina, posteriormente el 8.33%, el 6.66% y el 5.83% están interesados en visitar las lagunas de Malenda, Cocha Helada y Cocapón respectivamente.

Interpretación

De acuerdo con la ilustración del gráfico se puede percatar que la gran parte de los visitantes muestran un alto interés en conocer el volcán Carihuayrazo, aunque el cerro lacustre Puñalica también tiene un alto porcentaje de aceptación, por ende, se puede aprovechar de estos atractivos y proponer a los visitantes en recorrer por los demás atractivos turísticos que también poseen alto valor paisajístico que pueden captar el interés de los turistas.

6. ¿Cree usted que los atractivos turísticos naturales identificados en los alrededores de Las Pampas de Salasaka son relevantes para que pueda ser considerado como un destino?

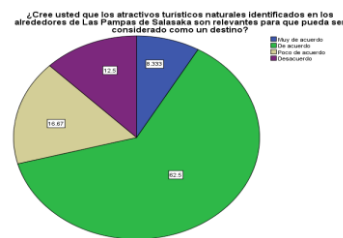
Tabla 16: Tabulación Pregunta 6

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Muy de acuerdo	10	8.3	8.3
De acuerdo	75	62.5	70.8
Poco de acuerdo	20	16.7	87.5
Desacuerdo	15	12.5	100.0
Total	120	100.0	

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: GUATO, S (2017)

Gráfico 9: Representación gráfica Pregunta 6



Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: GUATO, S (2017)

Análisis

En el gráfico se puede observar que un 62.5% está de acuerdo que los atractivos turísticos naturales identificados en los alrededores de Las Pampas de Salasaka son relevantes para que pueda ser considerado como un destino, mientras que 16.67 está poco de acuerdo, el 12.5% está en desacuerdo y el 8.33% se encuentra muy de acuerdo.

Interpretación

Los visitantes encuestados están de acuerdo en que los atractivos turísticos naturales identificados en los alrededores de Las Pampas de Salasaka son relevantes para que pueda ser considerado como un destino, debido a su gran belleza natural y es uno de los sitios más relevantes para Tisaleo debido a que cuentan con un gran patrimonio natural de donde surge el agua para abastecer a la población local, por ello es fundamental la estructuración de productos turísticos que abarquen estos atractivos naturales y de ser necesario los servicios turísticos sean prestados por los mismos pobladores de las localidades cercanas para que exista una interacción entre los turistas y los pueblos rurales.

7. ¿Qué tipo de actividades le interesaría realizar en los sitios turísticos existentes en los alrededores de “Las Pampas de Salasaka”?

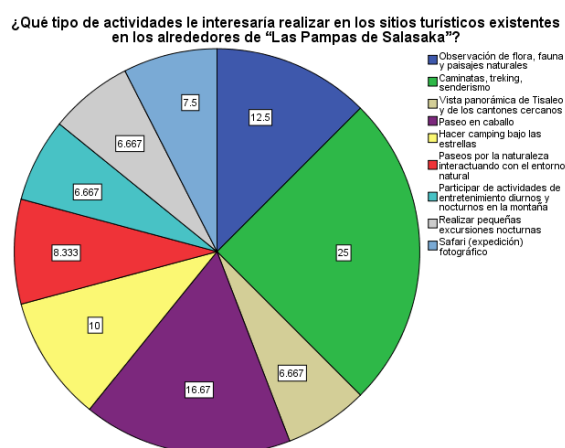
Tabla 17: Tabulación Pregunta 7

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Observación de flora, fauna y paisajes naturales	15	12.5	12.5
Caminatas, treking, senderismo	30	25.0	37.5
Vista panorámica de Tisaleo y de los cantones cercanos	8	6.7	44.2
Paseo en caballo	20	16.7	60.8
Hacer camping bajo las estrellas	12	10.0	70.8
Paseos por la naturaleza interactuando con el entorno natural	10	8.3	79.2
Participar de actividades de entretenimiento diurnos y nocturnos en la montaña	8	6.7	85.8
Realizar pequeñas excursiones nocturnas	8	6.7	92.5
Safari (expedición) fotográfico	9	7.5	100.0
Total	120	100.0	

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: GUATO, S (2017)

Gráfico 10: Representación gráfica Pregunta 7



Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: GUATO, S (2017)

Análisis

De los resultados obtenidos el 25% le interesa hacer actividades como caminatas, trekking y senderismo, el 16.67% desearía realizar paseos en caballo, el 12.5%, la observación de flora, fauna y paisajes naturales, además el 10% quisiera hacer camping bajo las estrellas, el 8.33% prefiere paseos por la naturaleza interactuando con el entorno natural, el 7.5 % se interesa por realizar safari (expedición) fotográfico y finalmente, el 6.66% tiene la misma aceptación en actividades como vista panorámica de Tisaleo y de los cantones cercanos, participar de actividades de entretenimiento diurnos y nocturnos en la montaña y realizar pequeñas excursiones nocturnas.

Interpretación

Muchos de los visitantes se sienten atraídos por realizar actividades en la montaña como caminatas o trekking, además de la observación de flora, fauna y los entornos naturales que existen en estas zonas, debido a que muchos de ellos consideran que los recursos naturales tienen un valor insuperable, puesto cada lugar cuenta con recursos propios de cada lugar que no pueden ser comparados con algún otro sitio en el país. Asimismo, es indispensable añadir actividades de entretenimiento para que el turista pueda distraerse como paseos en caballo, realizar camping o hacer excursiones nocturnas. Hoy en día se puede verificar que los turistas buscan un turismo de naturaleza que les permita expandir sus conocimientos y explorar por lugares diferentes a los habituales. He allí la importancia de generar productos para satisfacer a este tipo de demanda.

8. ¿Qué servicios adicionales le gustaría recibir durante el recorrido turístico?

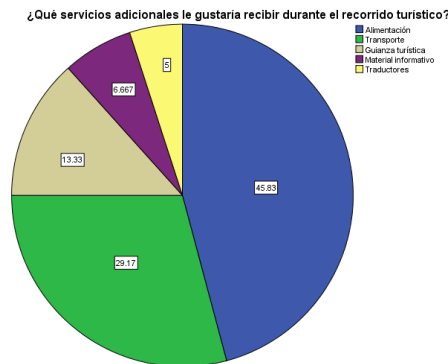
Tabla 18: Tabulación Pregunta 8

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válidos	Alimentación	55	45.8	45.8
	Transporte	35	29.2	75.0
	Guianza turística	16	13.3	88.3
	Material informativo	8	6.7	95.0
	Traductores	6	5.0	100.0
	Total	120	100.0	

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: GUATO, S (2017)

Gráfico 11: Representación gráfica Pregunta 8



Fuente: Encuestas aplicadas
Elaborado por: GUATO, S (2017)

Análisis

La mayoría de las personas encuestadas manifiestan que en su recorrido lo más importante es incluir la alimentación con un 45.83%, el 29.17% afirma que se adhiera el transporte, el 13.33% considera importante la guianza turística, el 6.66% espera recibir material informativo y el 5% por traductores.

Interpretación

Durante un recorrido turístico es fundamental la prestación de los servicios turísticos, los visitantes consideran a la alimentación, transporte y guianza turística como servicios infaltables en los recorridos turísticos. Estos servicios deben ser de calidad que superen las expectativas de los turistas y despierte el interés por recorrer los atractivos turísticos más de una sola vez y de la misma manera se pueda incrementar la demanda turística al cantón.

9. Una vez que ha seleccionado las actividades y servicios turísticos. Usted estaría dispuesto a adquirir un paquete turístico de:

Tabla 19: Tabulación Pregunta 9

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válidos	Un día	20	16.7	16.7
	2 días	70	58.3	75.0
	3 días	30	25.0	100.0
	Total	120	100.0	

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: GUATO, S (2017)

Gráfico 12: Representación gráfica Pregunta 9



Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: GUATO, S (2017)

Análisis

De las personas encuestadas el 58.33% estaría dispuesto a adquirir un paquete turístico de 2 días, el 25% uno de 3 días y el 16.67% un paquete turístico de un día.

Interpretación

De acuerdo con la información obtenida se puede notar que los visitantes estarían dispuestos a adquirir un paquete turístico de 2 días una noche, por motivo que el cantón no es aún considerado un destino turístico potencial en el cual puedan permanecer más tiempo en él y realizar diversos tipos de turismo. Por lo tanto, al incrementar la demanda al cantón ayudaría a mejorar la actividad turística y sobre todo que después de un proceso de planificación adecuado los atractivos turísticos se conviertan en productos demandados por los turistas.

10. Aproximadamente ¿Cuánto sería su gasto diario en dólares por los siguientes servicios? Alojamiento

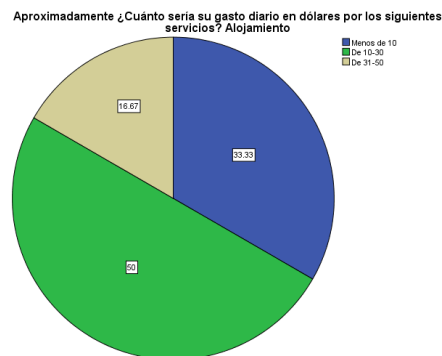
Tabla 20: Tabulación Pregunta 10; Alojamiento

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válidos	Menos de 10	40	33.3	33.3
	De 10-30	60	50.0	83.3
	De 31-50	20	16.7	100.0
	Total	120	100.0	

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: GUATO, S (2017)

Gráfico 23: Representación gráfica Pregunta 10; Alojamiento



Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: GUATO, S (2017)

Análisis

Se puede recalcar que el 50% de los encuestados pagarían de 10-30 dólares por el servicio de alojamiento, el 33.33% pagaría menos de 10 dólares y el 16.67% de 31-50 dólares por este servicio.

Interpretación

Es indispensable realizar este análisis debido a que se debe generar productos turísticos que cautiven al visitante y éste a su vez esté elaborado acorde a la disponibilidad del turista. Ha tenido una alta influencia el poder adquisitivo de los visitantes y también porque los establecimientos turísticos de alojamiento están únicamente acorde a un pago de entre 10-30 dólares.

Aproximadamente ¿Cuánto sería su gasto diario en dólares por los siguientes servicios? Alimentación

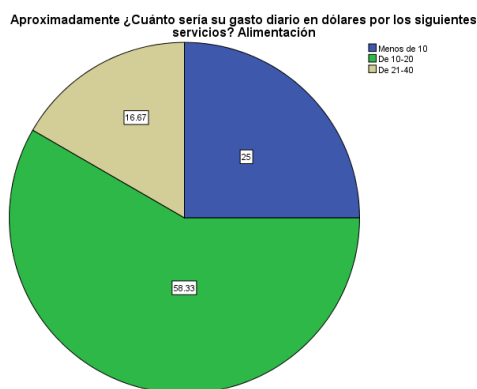
Tabla 21: Tabulación Pregunta 10; Alimentación

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válidos	Menos de 10	30	25.0	25.0
	De 10-20	70	58.3	83.3
	De 21-40	20	16.7	100.0
	Total	120	100.0	

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: GUATO, S (2017)

Gráfico 14: Representación gráfica Pregunta 10; Alimentación



Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: GUATO, S (2017)

Análisis

Se observa que del 100%, el 58.33% de visitantes pagarían de 10-20 dólares por el servicio de alimentación, el 25% menos de 10 dólares y el 16.67% de 21-40 dólares.

Interpretación

De igual forma los productos turísticos que se ofertan en el cantón Tisaleo deben estar desarrollados conforme a las necesidades de los visitantes y al perfil que mayor predomine en dicho cantón. Asimismo, la cantidad predominante dada por los turistas está evaluada en los gastos diarios de alimentación que realizan con sus acompañantes al estar en Tisaleo.

Aproximadamente ¿Cuánto sería su gasto diario en dólares por los siguientes servicios? Transporte

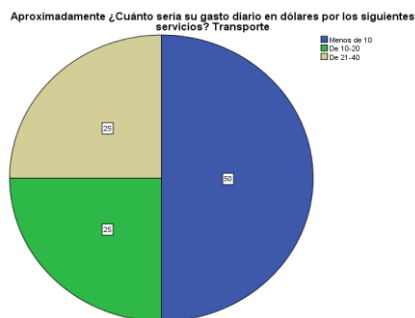
Tabla 22; Tabulación Pregunta 10; Transporte

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válidos	Menos de 10	60	50.0	50.0
	De 10-20	30	25.0	75.0
	De 21-40	30	25.0	100.0
	Total	120	100.0	

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: GUATO, S (2017)

Gráfico 15: Representación gráfica Pregunta 10; Transporte



Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: GUATO, S (2017)

Análisis

En el gráfico se puede observar que un 50% de visitantes encuestados pagarían menos de 10 dólares por el servicio de transporte turístico diario, un 25% coinciden de 10-20 dólares y de 21-40 dólares.

Interpretación

Asimismo, los productos turísticos que se proyecten en todo lugar turístico deben estar basados en un estudio de mercado para que puedan tener aceptación por parte de los turistas y el consumo de estos. El transporte turístico es otro de los elementos que los visitantes consideran indispensable al realizar el recorrido y su respuesta está basada en la distancia y tiempo de los lugares a visitar dentro del cantón.

11. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un recorrido turístico todo incluido (transporte, alimentación, alojamiento, servicio de guía turístico) de una duración de 2 días 1 noche?

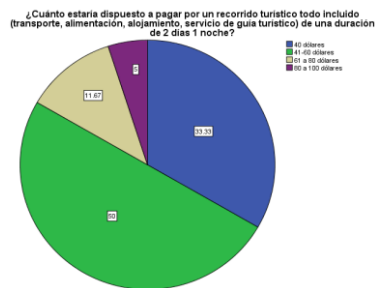
Tabla 23: Tabulación Pregunta 11

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
40 dólares	40	33.3	33.3
41-60 dólares	60	50.0	83.3
61 a 80 dólares	14	11.7	95.0
80 a 100 dólares	6	5.0	100.0
Total	120	100.0	

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: GUATO, S (2017)

Gráfico 16: Representación gráfica Pregunta 11



Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: GUATO, S (2017)

Análisis

El 50% de los visitantes encuestados dicen estarían dispuestos a pagar por un recorrido turístico todo incluido (transporte, alimentación, alojamiento, servicio de guía turístico) de una duración de 2 días 1 noche de 41-60 dólares, el 33.33% en 40 dólares, el 11.67% representa a un rango de 61-80 dólares y sólo el 5% de 81-100 dólares.

Interpretación

Al momento de ofertar un paquete turístico completo con todos los servicios como alojamiento, alimentación, transporte y guianza, el precio del recorrido debe estar establecido en función de la disponibilidad del mercado objetivo para que los turistas puedan adquirir los productos turísticos. De igual forma, los turistas sustentan su respuesta en las actividades a realizar, la calidad del servicio a recibir y el poder adquisitivo de cada uno de ellos.

12. ¿Considera usted que a través de la generación de productos turísticos se puede incrementar la demanda turística al cantón Tisaleo?

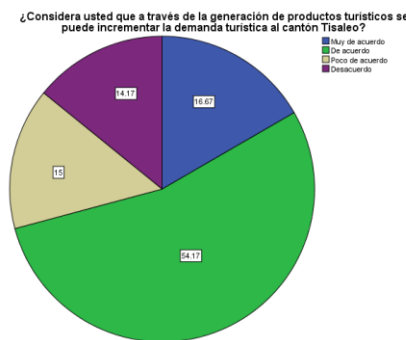
Tabla 24: Tabulación Pregunta 12

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy de acuerdo	20	16.7	16.7
	De acuerdo	65	54.2	70.8
	Poco de acuerdo	18	15.0	85.8
	Desacuerdo	17	14.2	100.0
	Total	120	100.0	

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: GUATO, S (2017)

Gráfico 17: Representación gráfica Pregunta 12



Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: GUATO, S (2017)

Análisis

Se puede recalcar que el 54.17% de los encuestados se encuentran de acuerdo en que a través de la generación de productos turísticos se puede incrementar la demanda turística al cantón Tisaleo, mientras que el 16.67 están muy acuerdo, el 15% poco de acuerdo y 14.17 están en desacuerdo.

Interpretación

Mediante el análisis realizado se puede decir que los visitantes en su mayoría afirman que la generación de productos turísticos atraerá la demanda al cantón, porque actualmente no existen productos definidos que se puedan ofertar a los turistas, se sabe que los atractivos son relevantes, pero son poco visitados por los turistas, por lo tanto, es benéfico generar productos turísticos que ayude a diversificar la oferta del cantón.

13. ¿Con qué medios le gustaría ser informado sobre las rutas (recorridos) turísticas que se establezcan en Tisaleo?

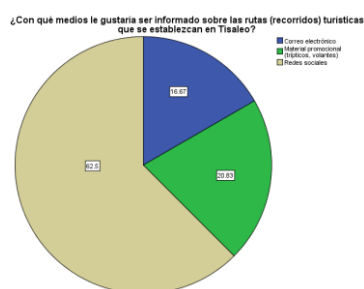
Tabla 25: Tabulación Pregunta 13

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válidos	Correo electrónico	20	16.7	16.7
	Material promocional (trípticos, volantes)	25	20.8	37.5
	Redes sociales	75	62.5	100.0
	Total	120	100.0	

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: GUATO, S (2017)

Gráfico 18: Representación gráfica Pregunta 13



Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: GUATO, S (2017)

Análisis

El 62.5% de los encuestados afirman que les gustaría ser informado sobre las rutas (recorridos) turísticas que se establezcan en Tisaleo a través de redes sociales, el 20.83% por medio de material promocional (trípticos, volantes) y el 16.67% por correo electrónico.

Interpretación

De acuerdo con la ilustración del gráfico se puede notar que la gran parte de personas prefieren recibir información sobre rutas o recorridos turísticos por redes sociales, como se conoce hoy en día, la mayoría de información se transmite a través de internet y para la población actual se facilita este proceso mediante el uso de la tecnología.

4.2 Verificación de la hipótesis

Para verificar la investigación se aplicó el método estadístico chi cuadrado (X^2).

4.2.1 Planteamiento de la hipótesis

H0: Hipótesis nula

H0: Las Pampas de Salasaka **NO** aporta a la generación de productos turísticos del cantón Tisaleo

H1: Hipótesis alternativa

H1: Las Pampas de Salasaka **SI** aporta a la generación de productos turísticos del cantón Tisaleo

Modelo matemático

H0= $O \neq E$

H1= $O = E$

Modelo estadístico

Para verificar la hipótesis se aplica la siguiente fórmula:

$$x^2 = \sum \frac{(O - E)^2}{E}$$

Donde:

X² = Chi-cuadrado

Σ = Sumatoria

O = Frecuencia observada

E = Frecuencia esperada

4.2.2 Selección del nivel de significación

Para la verificación de la hipótesis se utilizará un nivel de significación de $\alpha=0.05$

4.2.3 Descripción de la población

Se toma a la población de la investigación de campo realizada a los visitantes en el cantón Tisaleo.

Tabla 26: Descripción de la población

Población	Personas
Visitantes	120
Total	120

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: GUATO, S (2017)

4.2.4 Cálculo del CHI cuadrado

Para determinar el grado de libertad se aplica la siguiente fórmula:

$$gl = (\# \text{ de filas} - 1) (\# \text{ de variables} - 1)$$

Reemplazando los datos

$$gl = (4-1) * (4-1)$$

$$gl = (3) * (3)$$

$$gl = 9$$

4.2.4.1 Chi cuadrado tabular

Al tener 9 grados de libertad y un nivel de significación de 0,05 se tiene un chi cuadrado tabular de $\chi^2_t = 16,9$.

4.2.4.2 Cálculo del Chi cuadrado

Tabla 27: Frecuencias observadas

VARIABLE INDEPENDIENTE: Pampas de Salasaka		VARIABLE DEPENDIENTE: Producto turístico	
P6. Pregunta 1: ¿Cree usted que los atractivos turísticos naturales identificados en los alrededores de Las Pampas de Salasaka son relevantes para que pueda ser considerado como un destino?		P12. Pregunta 2: ¿Considera usted que a través de la generación de productos turísticos se puede incrementar la demanda turística al cantón Tisaleo?	
ALTERNATIVAS	O (Frecuencias Observadas)	O (Frecuencias Observadas)	TOTAL
Muy de acuerdo	10	20	30
De acuerdo	75	65	140
Poco de acuerdo	20	18	38
Desacuerdo	15	17	32
TOTAL	120	120	240

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: GUATO, S (2017)

Tabla 28: Frecuencias esperadas

VARIABLE INDEPENDIENTE: Pampas de Salasaka P6. Pregunta 1: ¿Cree usted que los atractivos turísticos naturales identificados en los alrededores de Las Pampas de Salasaka son relevantes para que pueda ser considerado como un destino?						VARIABLE DEPENDIENTE: Productos turísticos P12. Pregunta 2: ¿Considera usted que a través de la generación de productos turísticos se puede incrementar la demanda turística al cantón Tisaleo?				
ALTERNATIVAS	E (Frecuencias esperadas)	E (Frecuencias esperadas)	E (Frecuencias esperadas)	E (Frecuencias esperadas)	E (Frecuencias esperadas)	E (Frecuencias esperadas)	E (Frecuencias esperadas)	E (Frecuencias esperadas)	E (Frecuencias esperadas)	E (Frecuencias esperadas)
Muy de acuerdo	20	1,67	12,50	3,33	2,50	20	1,67	5,42	1,50	1,42
De acuerdo	65	5,42	40,63	10,83	8,13	65	12,50	40,63	11,25	10,63
Poco de acuerdo	18	1,50	11,25	3	2,25	18	3,33	10,83	3	2,83
Desacuerdo	17	1,42	10,63	2,83	2,13	17	2,50	8,13	2,25	2,13
TOTAL	120	10	75	20	15	120	20	65	18	17

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: GUATO, S (2017)

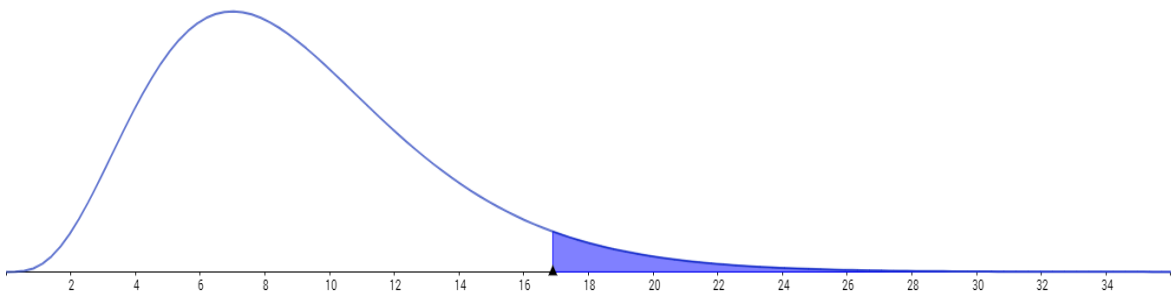
Tabla 29: Chi X²

O	E	(O-E)	(O-E)²	$\sum \left\{ \frac{O-E}{E} \right\}$
0,00	1,67	-1,67	2,78	1,67
0,00	5,42	-5,42	29,34	5,42
8,00	1,50	6,50	42,25	28,17
2,00	1,42	0,58	0,34	0,24
20,00	12,50	7,50	56,25	4,50
55,00	40,63	14,38	206,64	5,09
0,00	11,25	-11,25	126,56	11,25
0,00	10,63	-10,63	112,89	10,63
0,00	3,33	-3,33	11,11	3,33
10,00	10,83	-0,83	0,69	0,06
10,00	3,00	7,00	49,00	16,33
0,00	2,83	-2,83	8,03	2,83
0,00	2,50	-2,50	6,25	2,50
0,00	8,13	-8,13	66,02	8,13
0,00	2,25	-2,25	5,06	2,25
15,00	2,13	12,88	165,77	78,01
X² calculado				180,40

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: GUATO, S (2017)

Gráfico 19: Representación gráfica de aceptación y rechazo (Campana de Gauss)



Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: GUATO, S (2017)

4.2.5 Decisión

Con 9 grados de libertad y un nivel de confiabilidad del 95%, dado que el valor del chi cuadrado calculado $X^2=180,39$ y es mayor al chi cuadrado tabular de $x^2_t=16,9$, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa que dice “Las Pampas de Salasaka **SI** aporta a la generación de productos turísticos del cantón Tisaleo”.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

- Una vez analizado el inventario de atractivos turísticos del cantón Tisaleo se concluye que los más relevantes son el volcán Carihuayrazo, Cerro Lacustre Puñalica y Laguna Malenda cuyos atractivos naturales se han destacado dentro de la investigación para el desarrollo de productos turísticos, sin embargo, dichos sitios naturales no han sido completamente difundidos hacia los turistas por lo que se ha evidenciado en el resultado de tabulación donde la mayor parte de los visitantes desconocen el potencial de los atractivos turísticos ya antes mencionados.

- Al categorizar los recursos naturales que se encuentran en el cantón Tisaleo, específicamente en el entorno de Las Pampas de Salasaka se ha identificado los siguientes: Laguna Cocapón, Laguna Cocha Helada y Minas de Molina los cuales pueden contribuir al desarrollo turístico en el cantón Tisaleo, además cuyos atractivos naturales poseen un valor paisajístico único debido a que albergan una gran diversidad de flora y fauna propias del páramo.

- Existe un gran número de visitantes que acuden al cantón únicamente por motivos de las festividades y gastronomía típica. Esto ha ocasionado que Tisaleo no diversifique la oferta turística por lo que los visitantes desconocen del valor paisajístico de los recursos naturales allí encontrados. Es así como la población investigada está de acuerdo que la generación de productos turísticos permitirá mayor afluencia de turistas al cantón Tisaleo, por ende, incrementar la actividad turística, y aumento de los ingresos económicos.

- Finalmente se concluye que la mayor parte de turistas que visitan el cantón Tisaleo se encuentran motivados en conocer los atractivos naturales descritos en el entorno de Las Pampas de Salasaka y realizar actividades en la montaña como trekking, la observación de flora y fauna y los paisajes naturales existentes en estas zonas.

5.2. Recomendaciones

- Gestionar con las autoridades competentes la diversificación de innovadores productos turísticos que capten la atención de los turistas y que añadan valor al lugar donde se encuentren para atraer mayor demanda y pueda posicionarse en un destino altamente solicitado.
- Incentivar a las comunidades rurales del cantón a involucrarse en la actividad turística, mediante diferentes emprendimientos turísticos apoyados por los gobiernos competentes, convirtiéndose en una opción que puede generar ingresos económicos adicionales a los de su actividad habitual.
- Plantear a las autoridades involucradas el mejoramiento de estrategias de difusión de los atractivos turísticos que abarca Las Pampas de Salasaka en sus alrededores para incrementar la afluencia turística a dicho sector y aprovechar el potencial turístico que estos atractivos poseen.
- Generar en los pobladores cercanos a los atractivos turísticos naturales del cantón el interés en el cuidado y conservación de los mismos, mediante capacitaciones en temáticas relacionadas con la capacidad de carga, sostenibilidad, impactos ambientales para lograr una mayor conciencia ambiental y la importancia de conservar los páramos y demás recursos naturales para que los visitantes puedan apreciar y disfrutar del valor paisajístico que este cantón posee.

CAPÍTULO VI

PROPUESTA

6.1 Datos informativos

6.1.1 Título

Elaboración de un Manual de Emprendimiento de Turismo Rural y Diseño de una Ruta Turística

6.1.2 Ubicación de la intervención

Provincia: Tungurahua

Cantón: Tisaleo

Sector: Pampas de Salasaka

Límites:

Norte: cantón Ambato

Sur: cantones Ambato y Mocha

Este: cantones Cevallos y Mocha

Oeste: cantón Ambato

Población: 13.462 habitantes (Proyecciones INEC, 2015)

Clima: Temperatura promedio anual es de 15 °C

Altitud: 3400 msnm

6.1.3 Entidades ejecutoras

La propuesta estará bajo la responsabilidad del GAD Municipal del Cantón Tisaleo

6.1.4 Equipo técnico responsable

Miembros del GAD Municipal del Cantón Tisaleo.

6.1.5 Beneficiarios

Habitantes del cantón Tisaleo y visitantes.

Tiempo estimado de ejecución: Inicio: noviembre 2017 **Fin:** febrero 2018.

Equipo técnico responsable: Investigadora: Silvana Guato

Colaboración: GAD Municipal de Tisaleo y Asociación Corazón de Jesús

6.1.6 Ubicación de la propuesta

Imagen 1: “Ubicación de la propuesta”



Fuente: Google Maps

Elaborado por: GUATO, S (2017)

6.2 Antecedentes de la propuesta

En base a la investigación previamente realizada a los visitantes se puede concluir que la gran parte de ellos desconocen los atractivos turísticos existentes en los alrededores de Las Pampas de Salsaka, de su gran belleza paisajística y las actividades que se pueden hacer en estos sitios naturales, los cuales son capaces de motivar a los turistas amantes de la naturaleza a continuas visitas por estos majestuosos lugares.

De acuerdo con la investigación de campo ejecutada se pudo evidenciar que los atractivos turísticos de los alrededores de Las Pampas de Salasaka tiene alto potencial turístico natural y para poder aprovecharlo es necesario la colaboración de todos los miembros competentes, tanto de las autoridades provinciales, cantonales y parroquiales, como de los habitantes cercanos a este sector, quienes pueden aportar de alguna manera al desarrollo de la actividad turística en el cantón.

Es así que en el cantón Tisaleo es necesario motivar a los visitantes y pobladores acerca del potencial turístico natural que ostenta Las Pampas de Salasaka en sus alrededores, por ende, a través del planteamiento de desarrollo de turismo rural en la Parroquia Quinchicoto con la Asociación Corazón de Jesús se busca aprovechar y difundir estos atractivos turísticos naturales, a más que los turistas tienen la oportunidad de vivenciar e interactuar con la población local en las prácticas tradicionales evitando la pérdida de su identidad ayudarán a fortalecer la economía rural en dicho sitio.

De igual manera, otro de los productos turísticos que contribuirá a incrementar la afluencia de la demanda por los atractivos naturales es el diseño de una ruta turística, mediante la cual será más factible su visita y favorecerá a difundir los atractivos turísticos naturales e igualmente a mejorar la actividad turística en el cantón, permitiendo incrementar ingresos económicos a los actores directamente involucrados en dicha actividad. La ruta turística representa una herramienta de suma importancia debido a que facilitará la pernoctación y el recorrido de los visitantes por cada uno de los atractivos turísticos naturales existentes en Las Pampas de Salasaka.

6.3 Justificación

En los últimos años ha crecido la importancia del turismo rural puesto que supone un nuevo producto turístico cuyos beneficios incrementan la economía rural. Hoy en día los turistas buscan un turismo vivencial y más individualizado, muestran un alto interés por el contacto con la naturaleza y la población local que permita la participación de los visitantes con la comunidad en las diferentes actividades.

La implementación de este tipo de turismo en un área rural tiene varios beneficios, entre ellos ayuda a preservar las costumbres y tradiciones de los pueblos y comunidades. Al fomentar este tipo de turismo que no es de masas, pero si es de conciencia sobre las personas y el entorno natural, se puede contribuir a que se incremente la economía de la Parroquia Quinchicoto y lograr que los colaboradores participen activamente con los turistas evitando la pérdida de la identidad con sus prácticas cotidianas y tradicionales.

Por otra parte, en lo referente a la ruta turística los visitantes pueden sentirse atraídos por nuevas ofertas en el cantón. El diseño de una ruta turística conlleva explorar y conocer los atractivos turísticos naturales existentes en los alrededores de Las Pampas de Salasaka, de la misma manera incrementar la actividad turística mediante la prestación de diferentes servicios turísticos con el objeto de cubrir las expectativas de los visitantes y de esta manera incrementar la demanda turística al cantón.

Es factible desarrollar la propuesta planteada en vista de que esta herramienta se convertirá en una estrategia de desarrollo turístico y socioeconómico de la localidad, lo cual permitirá mejorar el turismo en el cantón. Además, proporcionará a los visitantes el contacto directo con el entorno natural, generando el hábito de preservar y conservar la biodiversidad en estas áreas naturales y a la vez ganar reconocimiento de los atractivos naturales a nivel nacional e internacional.

Finalmente, es importante destacar que las autoridades locales y las poblaciones cercanas a Las Pampas de Salasaka han generado interés en involucrarse en el trabajo investigativo y lo que se busca es mejorar la afluencia turística y por ende un mejor desarrollo económico para el cantón.

6.4 Objetivos

6.4.1 Objetivo General

Elaborar un Manual de Emprendimiento de Turismo Rural y Diseñar una Ruta Turística para fortalecer el desarrollo del turismo en el cantón Tisaleo.

6.4.2 Objetivos Específicos

- Analizar la información básica sobre los atractivos turísticos que aporten a la elaboración del Manual de Emprendimiento de Turismo Rural y el Diseño de la Ruta Turística
- Elaborar el Manual de Emprendimiento de Turismo Rural para el cantón Tisaleo
- Diseñar la Ruta Turística “Los Caminos del Agua” del cantón Tisaleo
- Socializar el Manual de Emprendimiento de Turismo Rural con la Asociación Corazón de Jesús y su posible implementación
- Socializar la ruta turística “Los Caminos del Agua” con las autoridades del GAD Municipal del cantón Tisaleo
- Promocionar la ruta turística “Los Caminos del Agua”

6.5 Modelo Operativo

Tabla 30: Modelo Operativo de la Propuesta

Fases	Objetivos	Actividades	Recursos	Responsable	Tiempo
Socialización	Socializar la propuesta con las autoridades del GAD Municipal de Tisaleo y la Asociación Corazón de Jesús.	Establecer una reunión Presentar la propuesta. Recolección de información e ideas	Humano Computador Proyector	Silvana Guato	2 días
Planificación	Planificar los procedimientos y actividades a realizarse con las autoridades y miembros participantes.	Análisis y observación de las potencialidades turísticas existentes en los alrededores de las Pampas de Salasaka	Cámara fotográfica Humano	Silvana Guato	15 días
Ejecución	Ejecutar las actividades planteadas en la propuesta.	Identificación de espacio geográfico Realizar un inventario de atractivos Definir aspectos generales de la ruta	Humano Cámara fotográfica GPS Ficha de inventario	Silvana Guato	1 mes
Evaluación	Plantear el proceso y los instrumentos para la evaluación de la propuesta.	Realizar un monitoreo y seguimiento. Realizar un seguimiento con las autoridades.	Humano	Silvana Guato	1 mes

Elaborado por: GUATO, S (2017)

6.6 Desarrollo Operativo de la Propuesta

INTRODUCCIÓN

Para que un destino turístico pueda ser exitosamente comercializado, debe basarse en la creación de productos turísticos definidos. Una vez determinado el producto a través de un estudio de las necesidades de los turistas, es indispensable darlo a conocer, sin embargo, hay que tener en cuenta que el aprovechamiento de los recursos turísticos en el cantón es mínimo, esto ocurre por el desconocimiento del valor paisajístico que tienen los atractivos y cuan llamativo pueden llegar a ser para aquellas personas que nunca han gozado de algo similar, puesto que cada lugar abarca riquezas naturales con características extraordinarias lo que le diferencia a unos sitios de otros.

Por lo tanto, se ha optado el planteamiento de desarrollo de turismo rural en la Parroquia Quinchicoto con la participación de los miembros de la Asociación Corazón de Jesús, quienes se encargarán de brindar los servicios turísticos a los visitantes que decidan adquirir este producto. El desarrollo de esta actividad permitirá mejorar la economía local a partir de la demostración y participación de las costumbres, formas de vida y tradiciones con el turista.

De igual forma en lo concerniente al segundo producto a desarrollar es el diseño de una ruta turística en la que abarque los atractivos turísticos más importantes en los alrededores de Las Pampas de Salasaka, donde se busca difundir, conservar y proteger cada uno de los atractivos naturales identificados en este sector, de modo que puedan ser utilizados por las generaciones futuras.

6.7 ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD

6.7.1 Factibilidad Operativa

El desarrollo de los dos productos tanto del turismo rural como el diseño de la ruta de los atractivos turísticos naturales contribuyen en gran medida a incrementar la actividad turística en el cantón Tisaleo, provincia de Tungurahua, la investigación cuenta con la facilidad necesaria para que se pueda ser entregado y ejecutado por las autoridades del GAD Municipal del cantón y la Asociación Corazón de Jesús. Por lo tanto, se considera que el desarrollo del presente trabajo investigativo es operativamente factible.

6.7.2 Factibilidad Socio-Cultural

En el ámbito social cultural es importante recalcar que los principales beneficiarios son los habitantes del cantón Tisaleo, principalmente los pobladores de la Parroquia Quinchicoto donde se encuentra la Asociación Corazón de Jesús, debido a que a partir de la dinamización de la actividad turística existirá un incremento en la economía local. Además, los turistas locales, nacionales e internacionales, sin ninguna excepción de género, estatus económico, social, cultural y religioso, son otro de los entes fundamentales debido a que forman parte de un componente indispensable para el desarrollo de la actividad.

6.7.3 Factibilidad Ambiental

Para el desarrollo de la propuesta se ve pertinente aprovechar los recursos turísticos naturales que posee Las Pampas de Salasaka en sus alrededores, tratando de evitar impactos al entorno que degraden la materia prima del producto turístico y asimismo los recursos y bienes encontrados en la Parroquia Quinchicoto. Además, la propuesta consiste en difundir los atractivos turísticos de forma planificada y organizada para que el impacto sea mínimo y se pueda seguir conservando.

6.7.4 Factibilidad Económica

Para el planteamiento de desarrollo de turismo rural y el diseño de la ruta se obtiene los siguientes rubros:

Tabla 31: Factibilidad económica

Descripción	Proveedor	Cantidad	Costo unitario	Costo
Viáticos y subsistencia	Investigadora	5	\$10	\$50
Elaboración del manual	Investigadora	1	\$20	\$20
Impresión del manual	Investigadora	3	\$15	\$45
Elaboración de la ruta	Investigadora	1	\$10	\$10
Diseño gráfico de la ruta	Diseñador	1	\$45	\$45
Impresiones de la ruta	Investigadora	2	\$3	\$6
Video promocional	Investigadora	2	\$62	\$124
TOTAL				\$300

Elaborado por: GUATO, S (2017)

6.8 Demanda Local e internacional

El número total de visitas registrado en 29 áreas naturales en el Ecuador, en el año 2015, fue de 2.198.954 personas, de las cuales 1.655.131 fueron visitantes nacionales y 543.823 extranjeros, observándose un incremento del 2,4% respecto al año 2014 (MINTUR, 2017). Por lo tanto, Las Pampas de Salasaka cuenta con una atracción turística natural potencial que puede ser difundida y, asimismo, atraer la demanda turística nacional e internacional interesada en conocer los sitios naturales.

6.9 Perfil del cliente objetivo

El perfil del visitante que posee atracción natural en lo general son personas que buscan tener contacto directo con la naturaleza, prefieren sitios alejados de las grandes ciudades como áreas naturales, donde puedan apreciar la flora y fauna. En ocasiones sacrificando su comodidad personal, debido a que estos lugares no siempre cuentan con espacios cómodos para el descanso requerido por el turismo y la satisfacción de necesidades.

Además, son personas interesadas que buscan un intercambio cultural, quieren tener contacto directo con la gente local, intercambiar experiencias, consumir la gastronomía típica, y todo aquello que represente una oportunidad para conocer la cultura local. El perfil de este tipo de visitante, actualmente, es educado y con algún conocimiento previo sobre el destino, el recurso a visitar y las posibles actividades a realizar, lo que da indicios que tienen un nivel de educación más alto, es decir, son visitantes a los que les gusta estar informados y antes de viajar investigan sobre la historia y geografía del destino a visitar.

De la misma manera, el hecho de visitar zonas naturales implica muchas veces desplazarse largas distancias caminando y en un transporte por caminos que pudieran presentar dificultades al estar al aire libre, por lo que el visitante interesado cuenta con la condición física para poder superar posibles complicaciones que se presenten. Al contrario, al turismo de masas, el visitante, busca lugares menos concurridos; y como ventaja de esto, el servicio que recibe es más personalizado y con el debido interés que otros lugares no podrían ofrecer.

Finalmente, está dispuesto a colaborar con iniciativas para un mejor manejo de desechos, reducción del consumo de agua o energía y cualquier otro esfuerzo para reducir el impacto negativo. Sin lugar a duda, una de las características más importantes en el visitante es su conciencia ambiental y social.

6.10 METODOLOGÍA

6.10.1 TURISMO RURAL

En las últimas dos décadas la actividad turística se ha transformado en uno de los elementos más dinámicos de la economía mundial, produciéndose el turismo de masa donde el hombre cada vez busca viajar de forma activa y responsable, valorando y respetando las particularidades naturales y socioculturales de los sitios que visita. A partir de ello, aparece el turismo rural y rutas turísticas como instrumentos más importantes para la promoción de las zonas que se destacan por su belleza natural.

Actualmente, el turismo rural constituye uno de los pilares fundamentales para el mantenimiento de los pueblos rurales en lugares económicamente poco desarrollados asegurando el mantenimiento de bienes patrimoniales naturales y culturales. Esta modalidad turística ha aparecido con tal fuerza en países de Latinoamérica, principalmente, en la región andina del Ecuador, el cual se fundamenta en cualidades ambientales, culturales y económicas. Acorde a lo expuesto por Thomé (2008), el turismo rural es aquella actividad turística que se desarrolla en un espacio rural, enfocada a turistas cuyo motivo principal es el contacto con el entorno autóctono que buscan una íntima interrelación con la población local.

De la misma manera, el turismo rural para González (2008), se refiere a actividades turísticas realizadas en espacios rurales, en pequeñas localidades y lejos de territorios urbanos de gran tamaño, en el cual los servicios turísticos como alojamiento, alimentación, guianza y actividades complementarias son ofrecidas y dirigidas por los mismos propietarios de la zona.

6.10.2 RUTA TURÍSTICA

En lo referente al segundo producto sobre rutas turísticas, éstas deben demostrar la realidad de los sitios y toda su potencialidad; previo a la comercialización de una ruta es necesario un estudio y análisis tanto de los recursos turísticos del territorio como de la demanda turística potencial. Se comprende a la ruta como recorridos que ofrecen diferentes productos y servicios con fines de recreación, aventura o aprendizaje que van a caracterizar el sitio visitado (Cárdenas, 2011). La ruta refiere al diseño artístico de un lugar, con puntos de referencia, lo cual lo convierte en atractivo y variado menú para el visitante interesado.

La ruta turística abarca el recorrido mediante un territorio definido, con el objeto de disfrutar y valorar, las bellezas naturales y culturales, así como la interacción entre grupos sociales que residen en un mismo espacio. Las rutas son productos turísticos que agrupan una variedad de atractivos en un territorio, bajo una temática precisa, que conduce a la colaboración entre agentes públicos y privados, entre diversas zonas geográficas y que beneficia económicamente a todos los involucrados (Jeambey, 2016). Otro aspecto importante dentro de una ruta turística es la infraestructura básica, es decir, la planta turística. La oferta de servicios se convierte en una importante fuente de recursos económicos para una localidad.

PRODUCTO N°1

MANUAL DE EMPRENDIMIENTO DE TURISMO RURAL

6.11 Características del Turismo Rural

Para el desarrollo de este producto se trabajará con los miembros de la Asociación Corazón de Jesús de la Parroquia Quinchicoto, quienes están comprometidos a colaborar y trabajar en equipo en cada una de las actividades a realizarse al momento de la estancia de los turistas en la localidad. Estas personas son quienes se encargarán de prestar los servicios turísticos como alojamiento, alimentación, guianza y actividades complementarias.

Recolección de la información

La Parroquia Quinchicoto lugar donde se encuentra la formada la Asociación Corazón de Jesús, es considerada como la única Parroquia rural de Tisaleo. Se encuentra ubicada en la parte sur oriental del cantón, a una distancia de 4,38 km aproximadamente desde el centro cantonal y a una distancia de 12,7 km del cantón Ambato (Google Earth).

Está limitado al norte por las comunidades Santa Lucía Bellavista y Santa Lucía Centro del cantón Tisaleo, al Oriente con el Cantón Ambato, al Sur y Este limita con el Cantón Mocha, con una extensión de 1387,89 has o 13,87 km². (PDOT Quinchicoto, 2014). Gran parte del territorio de la parroquia posee ecosistema páramo representado el 70.48%. Parte de la parroquia está ubicado en la Reserva de Producción Faunística Chimborazo, a la cual pertenece el páramo conocido como Pampas de Salasaka; un área aproximada de 590.22 has del territorio de la parroquia pertenece a esta reserva (PDOT Quinchicoto, 2014).

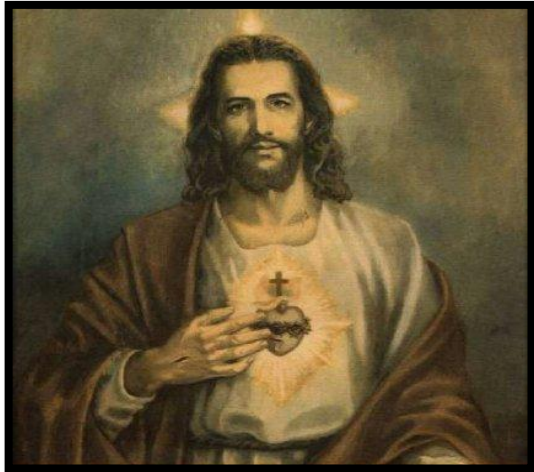
El clima que se identifica en la zona alta de la parroquia es el Ecuatorial de Alta Montaña, posee una altitud de 3000 m.s.n.m. con una pluviosidad anual de 800 a 2.000 mm. En la zona alta de la parroquia está ubicada la Asociación, tiene una temperatura que va desde los 6 a 10°C (PDOT Quinchicoto, 2014). Dentro del páramo existen varias quebradas y vertientes de aguas las mismas que son esenciales para la regulación del flujo hídrico,



además que son utilizadas para la captación del recurso hídrico por parte de algunas juntas de agua de la localidad para el riego y consumo humano.



En lo referente a la Asociación Corazón de Jesús se creó en el año 1981, actualmente está conformada por 39 personas quienes se encargan del trabajo mancomunado en los diferentes ámbitos como agricultura, mingas y cuidado de las tierras en este páramo. Las personas miembros de la Asociación se dedican a la actividad productiva de agricultura, siendo sus productos agrícolas las hortalizas y legumbres como papas, mellocos, habas, cebolla, zanahoria y maíz. Asimismo, la ganadería se ha desarrollado considerablemente en los últimos tiempos y también las personas se dedican a la crianza de cuyes.



Selección de los atractivos: naturales y culturales



Tabla 32: Selección de los atractivos naturales y culturales


SELECCIÓN DE LOS ATRACTIVOS NATURALES Y CULTURALES PARA EL TURISMO RURAL EN LA PARROQUIA QUINCHICOTO			
Nombre del atractivo	Ubicación	Descripción	Imagen
<p>Fiestas en honor al Sagrado Corazón de Jesús</p>	<p>Provincia: Tungurahua Cantón: Tisaleo Parroquia: Quinchicoto Distancia: Se encuentra a 2.5km del centro de Tisaleo.</p>	<p>Se celebra entre los meses de junio y julio de cada año, esta fiesta religiosa comprende la quema de chamizas, grupos folklóricos, festivales, bandas de pueblo, concurso de comparsas, artistas nacionales, rodeos, arreglos florales, gastronomía y bebidas. El acto más sobresaliente es la misa que se realiza en la Iglesia de la parroquia en honor al Patrono y de la cual muchos de los pobladores de la parroquia también participan.</p>	<p>Imagen 2: “Sagrado Corazón de Jesús”</p>  <p>Fuente: MSCPERU Elaborado por: GUATO, S. (2017)</p>

<p>Gastronomía</p>	<p>Provincia: Tungurahua Cantón: Tisaleo Parroquia: Quinchicoto Distancia: Se encuentra a 2.5km del centro de Tisaleo.</p>	<p>Al localizarse esta parroquia en la Región Sierra su gastronomía es típica de las poblaciones serranas, entre ellos se encuentra del Cuy en sus distintas preparaciones, también se considera un plato típico de la zona el Cariucho el cual consiste en una sopa que contiene principalmente los productos de las cosechas en la localidad.</p>	<p>Imagen 3: “Gastronomía”</p>  <p>Fuente: Mediomilón Elaborado por: GUATO, S. (2017)</p>
<p>Leyendas</p>	<p>Provincia: Tungurahua Cantón: Tisaleo Parroquia: Quinchicoto</p>	<p>Las leyendas constituyen un aspecto identificativo de los pueblos para tratar de conservar los valores y también de establecer la diferencia entre lo más oscuro de la vida, así se han ido transmitiendo de generación en generación, es así como la parroquia se identifica como leyendas principales el Llunhua y Cocha Brava (PDOT Quinchicoto, 2014, pág. 108)</p>	<p>Imagen 4: “Leyendas”</p>  <p>Fuente: Pinterest Elaborado por: GUATO, S. (2017)</p>

<p>Pampas de Salasaka</p>	<p>Provincia: Tungurahua Cantón: Tisaleo Coordenadas geográficas: Latitud: -1.391398 Longitud: -78.7117308 Distancia: Se encuentra a 8 km del centro de Tisaleo.</p>	<p>Constituye un entorno natural ubicado en las faldas del Carihuayrazo, esta llanura tiene una extensión de 4 km², comparte su planicie con el cantón Mocha. Su nombre se debe al asentamiento que tuvo la comunidad Salasaka para cuidar el suministro de agua. Es evidente encontrar rocas de diferentes tamaños que sirven de refugio para la fauna.</p>	<p>Fotografía 1: “Pampas de Salasaka”</p>  <p>[Fotografía de: Silvana Guato]. (Pampas de Salasaka, 2017)</p>
<p>Laguna Malenda</p>	<p>Provincia: Tungurahua Cantón: Tisaleo Coordenadas geográficas: Latitud: -1.4126 Longitud: -78.7057 Distancia: Se encuentra a 14 km del centro de Tisaleo.</p>	<p>La laguna que abarca una gran riqueza paisajística sirve de hábitat para diversas especies de flora y fauna. Se puede realizar caminatas y senderismo por el páramo alto, durante su recorrido se puede observar una gran cantidad de flora de páramo como pajonal donde habitan especies de conejos, venados y patos.</p>	<p>Fotografía 2: “Laguna Malenda”</p>  <p>[Fotografía de: Silvana Guato]. (Laguna Malenda, 2017)</p>

<p>Laguna Cocha Helada</p>	<p>Provincia: Tungurahua Cantón: Tisaleo Coordenadas geográficas: Latitud: -1.391398 Longitud: -78.7117308 Distancia: Se encuentra a 16 km del centro de Tisaleo.</p>	<p>Esta laguna abarca una gran riqueza paisajística, sirve de hábitat para diversas especies de flora y fauna. Se puede realizar caminatas y senderismo por el páramo alto, durante su recorrido se puede observar innumerables almohadillas que recolectan una gran cantidad de agua.</p>	<p>Fotografía 3: “Laguna Cocha Helada”</p>  <p>[Fotografía de: Silvana Guato]. (Laguna Cocha Helada, 2017)</p>
<p>Laguna Cocapón</p>	<p>Provincia: Tungurahua Cantón: Tisaleo Coordenadas geográficas: Latitud: -1.2330 Longitud: -78.4126 Distancia: Se encuentra a 200 m de la laguna Malenda.</p>	<p>Posee un gran valor paisajístico, se alimenta de numerosas vertientes y cochas estacionales. Sus aguas se incrementan en épocas de lluvias. Posee una vegetación propia de páramo andino.</p>	<p>Fotografía 4: “Laguna Cocapón”</p>  <p>[Fotografía de: Juan Carlos Pasto]. (Laguna Cocapón, 2017)</p>

<p>Minas de Molina</p>	<p>Provincia: Tungurahua Cantón: Tisaleo Coordenadas geográficas: Latitud: -1.2330 Longitud: -78.4126 Distancia: Se encuentra a 1,5 km de Pampas de Salasaka.</p>	<p>Según la leyenda se dice que en este sitio existe oro escondido, como su nombre lo dice es una gran quebrada donde se puede encontrar minas.</p>	<p style="text-align: center;">Fotografía 5: “Minas de Molina”</p>  <p>[Fotografía de: Juan Carlos Pasto]. (Minas de Molina, 2017)</p>
<p>Cerro Lacustre Puñalica</p>	<p>Provincia: Tungurahua Cantón: Tisaleo Coordenadas geográficas: Latitud: -1.395592 Longitud: -78.711580 Distancia: Se encuentra a 8 km del centro de Tisaleo.</p>	<p>Es un volcán que actualmente se considera inactivo, forma parte del Complejo Volcánico Carihuayrazo, en dicho lugar se encuentra ubicada la Cruz. El acceso es de poca dificultad, se puede realizar senderismo y disfrutar de la flora propia de páramo andino. Posee una hermosa vista panorámica.</p>	<p style="text-align: center;">Fotografía 6: “Cerro Lacustre Puñalica”</p>  <p>[Fotografía de: Juan Carlos Pasto]. (Cerro Lacustre Puñalica, 2017)</p>

<p>Volcán Carihuayrazo</p>	<p>Provincia: Tungurahua Cantón: Tisaleo Coordenadas geográficas: Latitud: -1.2320 Longitud: -78.4120 Distancia: Se encuentra a 14 km del centro de Tisaleo.</p>	<p>Es un volcán que actualmente se considera inactivo, tiene una altura de 5116m, está localizado a 10km del Chimborazo, tiene tres picos importantes el Cumbre Mocha, Josefinus y Máxima. Permite una buena aclimatación para atacar posteriormente a picos más difíciles. Es perfecta para realizar montañismo.</p>	<p>Fotografía 7: “ Volcán Carihuayrazo”</p>  <p>[Fotografía de: Silvana Guato]. (Volcán Carihuayrazo, 2017)</p>
---------------------------------------	---	---	---

Elaborado por: GUATO, S (2017)

Actores directos

Las personas detalladas a continuación son quienes se encuentran verdaderamente comprometidos en ofrecer los servicios a los turistas y encargarse de las actividades a realizar durante la estancia del turista. Es fundamental recalcar que se está dispuesto a trabajar en equipo, ofrecer un servicio de calidad y generar experiencias fantásticas.

Tabla 33: Actores directos

Nombre	Tiempo aproximado (a pie)	Servicio
<ul style="list-style-type: none"> • Casa del Sr. Milton Sánchez y Margarita Carrera • Casa del Sr. Ramiro Sánchez y Marlene Silva 	10 minutos	Gastronomía
<ul style="list-style-type: none"> • Sr. Luis Bayas • Sr. Eduardo Ortiz 	20 minutos	Guianza
<ul style="list-style-type: none"> • Casa de la Sra. Martha Llerena • Casa de huéspedes de la Asociación Corazón de Jesús 	15 minutos	Alojamiento
<ul style="list-style-type: none"> • Propiedades del Sr. Gonzalo Sánchez • Propiedades del Sr. Gonzalo Mantilla • Propiedades del Sr. Fernando Ortiz • Propiedades del Sr. Luis Bayas 	30 minutos	40 minutos
		Procesos de agricultura Cabalgata Ganaderías

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: GUATO, S (2017)

ITINERARIO DE TURISMO RURAL

Tabla 34: Itinerario de turismo rural

LUGAR	HORA DE LLEGADA	HORA DE SALIDA	TIEMPO DEDICADO	ACTIVIDAD PARA REALIZAR
DÍA 1				
Centro de la Parroquia	07h:30	08h:00	30 minutos	<ul style="list-style-type: none"> • Bienvenida a los asistentes • Explicación acerca de los parámetros a seguir durante el recorrido y datos generales de la parroquia.
Cerro Lacustre Puñalica	08h:30	09h:00	30 minutos	<ul style="list-style-type: none"> • Caminata por el sendero • Fotografía de la hermosa vista de los cantones cercanos • Breve historia de la Cruz que se encuentra en la cumbre.
Laguna Malenda	13h:00	14h:00	Una hora	<ul style="list-style-type: none"> • Trekking durante el recorrido • Área de descanso y tiempo dedicado a una de las prácticas tradicionales (pampamesas). • Observación de paisajes y vegetación.
Laguna Cocha Helada	14h:30	15h:00	30 minutos	<ul style="list-style-type: none"> • Fotografía de la belleza paisajística • Breve explicación de flora y fauna propia del páramo andino. • Juego de la adivinanza de “flora y fauna”
Minas de Molina	15h:30	16h:00	30 minutos	<ul style="list-style-type: none"> • Breve explicación de la historia y leyenda de este lugar. • Retorno hacia el punto de partida
Volcán Carihuayrazo	16h:00	16h:30	30 minutos	<ul style="list-style-type: none"> • Fotografía del volcán desde su base • Trekking durante el recorrido y observación de los deshielos que bajan a las comunidades. • Retorno al punto de inicio.
Casa de huéspedes de la Asociación Corazón de Jesús	19h:00	17h:30	30 minutos	<ul style="list-style-type: none"> • Exquisita merienda compartiendo con las personas del lugar. • Camping bajo las estrellas • Relato de historias y leyendas de la parroquia. • Fogata y pequeña excursión nocturna.

LUGAR	HORA DE LLEGADA	HORA DE SALIDA	TIEMPO DEDICADO	ACTIVIDAD PARA REALIZAR
DÍA 2				
Propiedades del Sr.Fernando Ortiz Casa del Sr.Milton Sánchez y Margarita Carrera	07h:00	09h:00	2 horas	<ul style="list-style-type: none"> Recorrido por las granjas, participación en el ordeño de vacas. Exquisito desayuno a luz del día con vistas a la salida del sol.
Propiedades del Sr.Gonzalo Sánchez Propiedades del Sr.Gonzalo Mantilla	09:20	10h:30	1 hora y 10 minutos	<ul style="list-style-type: none"> Observación de los procesos agrícolas como plantaciones, cuidado, cosecha y almacenamiento de los productos recolectados
Páramo de la parroquia a cargo de: Sr. Fernando Ortiz Sr. Luis Bayas	11:00	12:30	1 hora y 30 minutos	<ul style="list-style-type: none"> Paseo en caballo por la zona alta de la parroquia
Casa del Sr.Ramiro Sánchez y Marlene Silva	13:00	14:30	1 hora y 30 minutos	<ul style="list-style-type: none"> Participación en el proceso de preparación del cuy y degustación de la gastronomía típica de la parroquia
Pampas de Salasaka	15:00	16:00	1 hora	<ul style="list-style-type: none"> Actividad de senderismo y caminata por esta gran llanura. Observación de paisajes naturales. Breve explicación de la historia de este lugar. Actividades de recreación
Quinchicoto bajo	16:30	17:00	30 minutos	<ul style="list-style-type: none"> Foro de preguntas sobre aspectos positivos y negativos del recorrido Fin de los servicios y agradecimiento a los participantes

Elaborado por: GUATO, S (2017)



MANUAL DE EMPRENDIMIENTO DE **TURISMO RURAL**



PARROQUIA QUINCHICOTO CANTÓN TISALEO
ASOCIACIÓN CORAZÓN DE JESÚS



MANUAL DE EMPRENDIMIENTO DE **TURISMO RURAL**

PARROQUIA QUINCHICOTO CANTÓN TISALEO
ASOCIACIÓN CORAZÓN DE JESÚS

CRÉDITOS

Autora

Silvana Estefania Guato Caiza

Supervisión

Lcda. Mg. Carmen Isabel Vaca

Fotografía

Igor Tamayo
Tania Quispe
Silvana Guato

Diseño y Diagramación

Ing. Dis. María Guato C.

Año de edición

2018

AGRADECIMIENTO

A Dios porque ha sido ese ser que con sus bendiciones infinitas ha permitido cumplir con metas y propósitos personales y profesionales.

A la Asociación Corazón de Jesús y sus miembros por haber dado apertura a toda la información necesaria para la culminación del presente trabajo.

Al Sr. Luis Bayas por su colaboración incondicional para llevar a cabo el presente Manual de Turismo Rural y demás colaboradores quienes con su valiosa participación y ayuda se ha dado por terminado el presente producto turístico esperando su puesta en práctica para el desarrollo turístico de las comunidades rurales.

INDICE

- 1 INTRODUCCIÓN
- 2 ¿QUÉ ES EL TURISMO RURAL?
- 3 ¿EL TURISMO RURAL TRAE BENEFICIOS?
- 4 ¿QUÉ BUSCAN LOS TURISTAS QUE PRACTICAN TURISMO RURAL?
- 5 RECURSO ATRACTIVO Y PRODUCTO TURÍSTICO
- 6 ¿CÓMO HACER SOSTENIBLES LOS SERVICIOS TURÍSTICOS?
- 7 CONSEJOS ÚTILES PARA LA INICIATIVA DE TURISMO RURAL
- 8 CADENA DE COMERCIALIZACIÓN DEL TURISMO RURAL
- 9 FORMANDO MI EMPRESA DE TURISMO
- 10 ¿QUIÉNES TE PUEDEN AYUDAR?

INTRODUCCION

El presente Manual está elaborado para aquellas poblaciones que quieran emprender un proyecto turístico de turismo rural y será de gran aporte para aquellos emprendedores que ya realizan esta actividad, es una guía para que el proyecto pueda desarrollarse y tenga éxito.

A través de esta herramienta se puede conocer de manera práctica qué es el turismo rural, qué beneficios se puede lograr y cómo desarrollar las actividades para ofrecer una buena experiencia al visitante y este quede satisfecho.

Cada día es mayor el número de turistas y viajeros nacionales y extranjeros que anhelan disfrutar de su tiempo libre junto al campo, ríos, en las montañas, es decir junto a la naturaleza y sobre todo deleitarse de las bellezas naturales e interactuar con la gente amable de las pequeñas poblaciones rurales.



Actualmente, las familias campesinas y las poblaciones rurales tienen la oportunidad de abrir sus campos y parcelas para permitir que los visitantes y turistas puedan conocer los hermosos paisajes y participar de las actividades agrícolas y de su comunidad. Además, al turismo rural se le asocia como una manera de diversificar los ingresos familiares.

En este Manual se encuentra detallada información útil y los pasos a seguir para lograr que la actividad sea formal. También se describe sobre aspectos que se debe cuidar y mejorar para recibir turistas continuamente, sin deteriorar los recursos turísticos ni perder las costumbres e identidad, tan importantes para todos.

1



¿QUÉ ES EL TURISMO RURAL?



1. ¿Qué es el Turismo Rural?

Actualmente, el turismo rural constituye uno de los pilares fundamentales para el mantenimiento de los pueblos rurales en lugares económicamente poco desarrollados asegurando el mantenimiento de bienes patrimoniales naturales y culturales. Esta modalidad turística ha aparecido con tal fuerza en países de Latinoamérica, principalmente, en la región andina del Ecuador, el cual se fundamenta en cualidades ambientales, culturales y económicas.

Dicho de otra manera, es aquella actividad turística que se desenvuelve en un espacio rural, donde los pobladores son los principales anfitriones y donde los turistas participan de diferentes actividades conociendo los recursos del lugar, participando de costumbres y tradiciones de una localidad, su gastronomía, flora y fauna, actividades de aventura y demás posibilidades que ofrece una comunidad.

1

¿Qué condiciones son convenientes para dedicarse al Turismo Rural?

- ✓ **Contar con recursos naturales y culturales:** La localidad debe poseer atractivos turísticos naturales y culturales que puedan ser atractivos para las personas que visitan.
- ✓ **Valorar y conservar el patrimonio:** Los turistas quieren visitar los recursos que se encuentren en buen estado, por esta razón es importante conservarlos y poder ofrecerlos por mucho más tiempo.
- ✓ **Contar con servicios básicos y vías de comunicación:** Para que el turista tenga una estancia placentera debe existir servicios básicos de luz, agua, drenaje, entre otros. Y es fundamental que sea de fácil acceso, debe contar con vías y medios de transporte para que los turistas puedan arribar.
- ✓ **Servicios de calidad:** Brindar servicios turísticos y actividades complementarias de calidad que respondan a las expectativas de los visitantes.

1

✓ **Realizar actividades acordes a las posibilidades que existen en el territorio de la localidad:** Al viajero le interesa compartir las actividades tradicionales que la población realiza.



✓ **Vocación de servicio:** Para tener una relación amistosa y cordial con los visitantes que llegan a una localidad es importante ser hospitalario y compartir con ellos sin que sea una obligación.



✓ **Participación de los miembros:** Es importante que las personas de la organización o comunidad participen y conozcan del emprendimiento, al tener una adecuada organización se puede ofrecer mejores servicios y la comunidad se beneficiará del turismo de manera directa e indirecta.

1

2

¿EL TURISMO RURAL TRAE BENEFICIOS?



2. El Turismo Rural trae beneficios?

Si se cumple con las condiciones mencionadas anteriormente se tendrá beneficios y una mejora de calidad de vida de los habitantes.

- ✓ **Beneficios económicos:** Al recibir visitantes, se puede ofrecer recorridos por la localidad, brindar alojamiento y alimentación. También se podrá vender artesanías y los productos que se cultiva.
- ✓ **Beneficios ambientales:** Si se tiene un turismo planificado y ordenado, los recursos no correrán el riesgo de ser destruidos; así se podrá mantener un ambiente saludable y agradable para vivir.
- ✓ **Beneficios sociales:** Gracias a la organización de la colectividad se podrá tener mejores servicios de luz, agua, salud, educación y transporte.



- ✓ **Beneficios culturales y educativos:** La cultura e identidad de la localidad se verán fortalecidas pues son apreciadas por los turistas y eso hará que la comunidad se sienta orgullosa y conserve sus valores culturales como costumbres y tradiciones.



Gracias al Turismo Rural, una comunidad se hará conocida a nivel nacional e internacional. Las personas tienen la posibilidad de aprender sobre otras culturas y mejorarán sus conocimientos.

3

¿QUE BUSCAN LOS TURISTAS QUE PRACTICAN TURISMO RURAL??



4. ¿Qué buscan los turistas que practican turismo rural?

- ✓ Vivir una experiencia diferente a la que tiene en la ciudad donde habitan.
- ✓ Compartir e involucrarse con el modo de vida de las personas que visitan.
- ✓ Pasar una noche en la montaña.
- ✓ Ordeñar una vaca con sus propias manos.



- ✓ Aprender la cultura campesina, sus costumbres y tradiciones.
- ✓ Preparar un plato de comida o una bebida diferente propia de la localidad.
- ✓ Saber cómo domar un caballo.

- ✓ Escuchar mitos y leyendas del campo.
Recibir un buen trato amable y amistoso.
- ✓ Recibir ayuda de una persona que lo oriente en su trayecto de visita (Servicios turísticos).
- ✓ Realidades de la vida cotidiana del lugar: forma de vida, gastronomía, creencias, costumbres y tradiciones.



- ✓ Mejorar la salud y bienestar
- ✓ Participar de la recolección de frutas, verduras, hortalizas junto a los habitantes de la comunidad.

1

4

RECURSO ATRACTIVO Y PRODUCTO TURÍSTICO



5. Recurso Atractivo y Producto Turístico

Es importante conocer la diferencia de cada uno de estos términos:

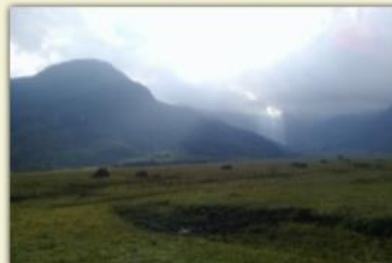
Recurso

Los recursos turísticos forman un pilar fundamental para el desarrollo de la actividad turística y el turismo rural, éstos pueden ser culturales o naturales que gracias a la belleza de los mismos generan gran influencia al momento de elegir un destino a visitar.



Los recursos turísticos pueden ser:

- ✓ **Sitios Naturales:** Está conformado por lagunas, montañas, cerros, elevaciones, cascadas, llanuras, valles, entre otros. Se deben considerar como lugares para practicar diversas actividades como caminatas, senderismo, observación de flora y fauna.
- ✓ **Manifestaciones Culturales:** se consideran las diferentes expresiones culturales de un país, región o pueblo.
- ✓ **Folclore:** Se refiere al conjunto de tradiciones, costumbres, leyendas, artes, gastronomía de un país, región o pueblo



Para saber si un recurso turístico puede ser atractivo para el turista se debe seguir las siguientes fases:

- 1. Identificar:** Se debe determinar claramente cuál es el recurso y explicar por qué es interesante.
- 2. Valorar:** Es importante pensar por qué es novedoso, cómo se encuentra conservado y a quienes les puede interesar visitarlos. Los turistas valoran el grado de exclusividad de lo que visitan.
- 3. Pensar en la accesibilidad:** Considerar si es fácil llegar hasta el atractivo, si el camino es seguro, el tiempo que toma llegar y por qué medios.
- 4. Decidir:** Después de haber identificado los posibles recursos de la localidad se debe decidir cuales son los más representativos e invertirlos en ellos.



Es fundamental que para efectuar el análisis se debe tomar en cuenta los perfiles de los visitantes como tiempo, dinero y motivo por el que viajan.



Luego de saber cuáles son los recursos de la comunidad que pueden ser interesantes para los turistas se debe realizar la **PUESTA EN VALOR**. Para esto, se deberá tener en cuenta lo siguiente:

- ✓ **Las medidas de seguridad:** El sitio a visitar debe ser una zona segura con la garantía de que los visitantes no tengan accidentes. Y para ello se deberá contar con los insumos y materiales necesarios para facilitar los recorridos.
- ✓ **El acceso y el transporte:** Se tendrá que acondicionar las rutas o senderos para que los turistas recorran la zona con facilidad. Para ello, se dará mantenimiento constante y que estén acompañados de señales y un guía turístico nativo.
- ✓ **Investigaciones sobre la historia y cultura de la localidad:** Es importante conocer la historia de la comunidad, mitos, leyendas, actos relevantes que han suscitado en determinadas áreas para poder compartirla a los visitantes.

- ✓ **El material informativo:** Se preparará información que utilizarán los guías de turismo nativos, como la elaboración de folletos, trípticos y paneles para difundir la información turística.
- ✓ **El personal capacitado:** Una buena experiencia turística muchas veces depende de las personas quienes ofrecen el servicio, por tal razón, deben estar bien preparados en todos los ámbitos como guianza, servicio de alojamiento, alimentación, transporte y demás actividades para hacer inolvidable la visita.
- ✓ **La conservación de los recursos turísticos:** El patrimonio natural y cultural es lo que le identifica a un pueblo, por ello se debe proteger para que no se deteriore. También es necesario recurrir a las autoridades competentes como los Gobiernos Provinciales, Cantonales y Parroquiales para que contribuyan con la conservación de los recursos.



Una vez que los recursos están preparados para ser visitados por los turistas se convierte en **Atractivo Turístico**. El siguiente paso es preparar el producto turístico.

¿Cómo elaborar un paquete turístico?



- ✓ Asignar un nombre, todo recorrido turístico tiene un nombre que sea fácil de recordar y capte la atención de los turistas.
- ✓ Se diseñará el trayecto de los lugares que serán visitados.
- ✓ Realizar un inventario de todos los prestadores de servicio de la localidad.
- ✓ Programación, elaboración detallada de las actividades a realizar en cada sitio (Itinerario).



La participación de toda la comunidad permite que el proceso sea dinámico y genere variedad de productos y actividades a realizar.



5

¿CÓMO HACER SOSTENIBLES LOS SERVICIOS TURÍSTICOS?



5. ¿Cómo hacer sostenibles los Servicios Turísticos?

CRITERIO AMBIENTAL

El turismo rural se desarrolla en áreas naturales con recursos sensibles a todo tipo de intervención, por lo que deben ser mantenidos y protegidos por los responsables del ejercicio de turismo rural.

- ✓ **Materiales e insumos:** Toda la materia prima, materiales e insumos para las diferentes actividades del turismo rural, deben ser manejados de manera adecuada.
- ✓ **Agua:** Se debe garantizar un manejo racional de este recurso.
- ✓ **Energía:** Se deberá considerar implementar un proceso de difusión sobre el uso y ahorro de energía, dirigido a la comunidad y visitantes.
- ✓ **Flora y fauna:** Son la base del recurso natural y constituyen en elemento importante de imagen y promoción de cualquier emprendimiento rural.
- ✓ **Manejo de desechos:** Tener un manejo adecuado de desechos sólidos y líquidos.
- ✓ **Educación Ambiental:** Se refiere a la educación para la acción.

CRITERIO SOCIAL Y CULTURAL

El turismo rural privilegia y potencia las relaciones entre culturas, por tal razón se hace necesario que la relación de los visitantes con las comunidades debe ser de mutuo respeto entre las culturas propias de cada persona. Para ello se deberá realizar lo siguiente:

- ✓ Informar a los turistas sobre los valores y tradiciones de la comunidad.
- ✓ Explicar la importancia de mantener y/o recuperar sus tradiciones.
- ✓ Apoyar las iniciativas para la conservación de las costumbres, tradiciones, vestimenta y comida típica.



CRITERIO CALIDAD EN LOS SERVICIOS

Las personas encargadas del turismo rural deben poner especial atención en el trato que ofrece a sus turistas. El turista visita la zona esperando encontrar gastronomía típica de la comunidad que muestren sus tradiciones y manifestaciones culturales.

Prácticas higiénicas y medidas de protección

- ✓ Mantener una higiene personal al aplicarlas en las labores culinarias.
- ✓ Usar vestimenta adecuada que permita visualizar claramente su limpieza con el fin de evitar contaminación de alimentos y accidentes de trabajo.



CRITERIO ECONÓMICO Y SERVICIO

- ✓ **Administración:** La Iniciativa de Turismo Rural debe tener muy clara su visión, misión y objetivos, y comunicarlos a los colaboradores.
- ✓ **Ficha de Registro de Visitantes:** La ficha de registro debe ser entregada al pasajero cuando su reservación ha sido confirmada.
- ✓ **Encuesta de Satisfacción del Visitante:** Es necesario desarrollar una encuesta de satisfacción para que cada visitante la llene al momento de finalizar su estadía.
- ✓ **Contabilidad:** Es necesario mantener una administración eficiente que le permita conocer el estado de su gestión con una contabilidad básica de ingresos y egresos.



- ✓ **Promoción:** Es indispensable realizar este paso para la comercialización, para ello se deberá elaborar el material de promoción como folletos, sitio web, redes sociales, etc.

Toda información, fotografía y material audiovisual deberá mostrar la realidad del lugar donde se desarrolla la operación.

Finalmente se tendrá material específico para visitantes nacionales y extranjeros.

Las estrategias de difusión y comunicación es uno de los elementos fundamentales para el éxito de la actividad de turismo rural.



7

CONSEJOS ÚTILES PARA LA INICIATIVA DE TURISMO RURAL



6. Consejos útiles para la iniciativa de Turismo Rural

Normas de Conducta de los participantes con el turista: Los participantes deben:

- ✓ Mantener un trato amable entre sí y con los visitantes.
- ✓ Trabajar en equipo y de manera organizada y coordinada.
- ✓ Ser respetuosos y actuar de manera profesional con el turista.
- ✓ Tener compromiso con su trabajo, no puede ingerir bebidas alcohólicas, ni drogas en su horario laboral.
- ✓ Atender las necesidades de los visitantes con rapidez.
- ✓ Realizar trabajos de limpieza y mantenimiento de las áreas destinadas a los turistas.
- ✓ Tener presente los patrones culturales de los visitantes y respetarlos



De igual manera se establecerá un código de comportamiento para los turistas:

- ✓ Respetar a la comunidad sus costumbres y tradiciones.
- ✓ Cumplir con las normas establecidas.
- ✓ Evitar consumir drogas y alcohol, no es permitido fumar porque afecta al entorno.
- ✓ No producir ni arrojar basura en las áreas naturales donde se encuentren.
- ✓ Respetar el trabajo que realizar los miembros de la comunidad.

Recuerda:
Ser siempre cordial y respetuoso en todo lugar que te encuentres.



7

CADENA DE COMERCIALIZACIÓN DEL TURISMO RURAL



7. Cadena de comercialización del Turismo Rural

¿Cómo pueden participar los grupos comunales o asociativos en esta cadena?

- ✓ Capacitación o experiencia en la prestación del servicio como preparar alimentos, atender un alojamiento, elaborar artesanías o guianza.
- ✓ Equipamiento necesario para desarrollar los servicios, entre ellos, la construcción para alojar a los visitantes, un ambiente agradable para el servicio de restauración, medios de transporte.
- ✓ Disponer de tiempo para ofrecer los servicios adecuadamente.
- ✓ Dominar datos generales de la localidad y sus atractivos para orientar al turista.
- ✓ Identificar los gustos y prioridades del turista.
- ✓ Conocer el mercado turístico nacional e internacional.



Es importante explicar adecuadamente las instrucciones en cada actividad que el turista desee realizarlo.



8

FORMANDO MI EMPRESA DE TURISMO



8. Formando mi Empresa de Turismo

Consideraciones legales

En todo país existe una Constitución que rige los actos tanto del gobierno como de las instituciones y los individuos.

Es necesario conocer del conjunto de leyes, reglamentos y normas que tienen influencia en la puesta en marcha de un proyecto.

Un proyecto antes de ponerse en marcha debe acatarse a las disposiciones legales vigentes.

Se reconoce que no todos los proyectos tienen los mismos requisitos legales, unos por su parte son mínimas mientras que otros pueden ser regulados por organismos municipales, provinciales, nacionales o incluso internacionales.

Para ellos será necesario analizar si es necesario que exista aprobación gubernamental para desarrollar la actividad; si existe alguna legislación que controle la actividad turística; o si tal vez existe precios controlados por algún organismo gubernamental.

9

¿QUIÉNES TE PUEDEN AYUDAR?



9. ¿Quiénes te pueden ayudar?

Algunas de las instituciones que pueden contribuir al desarrollo del turismo rural en una localidad son:

- ✓ **Organismo no Gubernamental:** Puede facilitar distintas capacitaciones en los diferentes ámbitos y asistencia técnica para desarrollar la actividad.
- ✓ **Fuentes Cooperantes:** Al tratarse de un proyecto orientado a promover la actividad económica mediante el turismo rural es más factible facilitar los recursos que se necesita.
- ✓ **Gobiernos Provinciales, Cantonales y Parroquiales:** Pueden ayudar a gestionar e iniciar la actividad mediante orientación técnica, así como también asesoría sobre políticas de turismo rural y apoyarán en el desarrollo del proyecto y su difusión.

iiiAHORA YA ES POSIBLE EMPRENDER EL TURISMO RURAL!!!



ANEXOS

FICHA DE EVALUACIÓN DE LOS RECURSOS TURÍSTICOS:

Se debe señalar la categoría a la que pertenece el recurso y realizar una breve descripción del recurso.

CATEGORIA	
Atractivo Natural	
Patrimonio histórico / museos	
Folclore y cultura tradicional	
Realizaciones técnicas o artísticas contemporáneas	
Acontecimientos programados	
Breve descripción del recurso:	

Fuente: PROMER (2003)

De igual manera, para acceder al recurso en algunos casos es necesario completar la siguiente ficha:

Accesos	Valor de 1 a 4	Acciones recomendadas
A pie		
Por cambio asfaltado		
Por camino sin asfaltar		
Otros		
Señalización		
Estacionamiento		
Calidad de entorno, limpieza, belleza		

Elementos de valorización	Valor de a 1 4	Acciones recomendadas
Singularidad		
Atractivo Global		
Estado de conservación		
Grado de aprovechamiento		

POTENCIALIDAD		

Fuente: PROMER (2003)

MODELO DE FICHA DE REGISTRO PARA EL TURISTA

Ficha de registro de visitantes		
Nombres y Apellidos		
Dirección de contacto		
E- mail		
Edad		
No. De pasaporte		
Masculino/Femenino		
Estado Civil		
Nacionalidad		
Idioma Nativo		
Peso en kg o en lb		
¿Si su idioma nativo no es el español, usted lo habla y entiende?		
Ocupación		
Actividad especial que desea realizar		
Salud		
Información de alergias a medicinas.		
Información de alergias a alimentos y/o bebidas		
Tiene algún tratamiento médico actual que requiera atención especial		
Nivel de exigencia física para la que Ud. Está preparado		
Fácil	Moderado	Fuerte
Tipo de comida requerida		
Normal	Vegetariana	Otra
Intereses específicos		
Participar en actividades agropecuarias		
Recorridos por las montañas		
Convivir con la comunidad		
Otros:		

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN PARA EL TURISTA

Introducción al visitante			
Por favor evalúe los siguientes aspectos de su estadía			
	Bueno	Regular	Malo
Servicio			
Servicio entregado vs. Servicios Comprados			
Guía			
Convivencia			
Limpieza en:			
Habitaciones			
Baños			
Comedor			
Áreas comunes			
Cuidado Ambiental			
Información al visitante			
Senderos			
Interacción/Intero.			
Conocimientos del guía			
Fluidez en el lenguaje			
Atención al grupo			
Actividades varias (caminstas, cabalgata, etc.)			
Trekking,			
Seguridad			
Transporte hacia y dentro de la comunidad			
Excursiones			
Higiene alimentos			
Experiencia de la visita			
Comentarios y sugerencias:			
Registro de Datos (firma, sello, etc.)			

GLOSARIO

Turismo Rural: Acorde a lo expuesto por González (2008) se refiere a actividades turísticas realizadas en espacios rurales, en pequeñas localidades y lejos de territorios urbanos de gran tamaño, en el cual los servicios turísticos como alojamiento, alimentación, guianza y actividades complementarias son ofrecidas y dirigidas por los mismos propietarios de la zona.

Recursos Turísticos: En cuanto a la OMT (2015), los recursos turísticos son todos aquellos bienes y servicios presentes en un determinado ámbito geográfico capaces de atraer por sí mismos a visitantes que hacen posible la actividad turística.

Sitios Naturales: Se refiere a diversas áreas naturales que, por sus atributos, son considerados parte importante del potencial turístico de una zona.

Producto Turístico: Según Salinas Chávez & Medina Pérez (2009), los productos turísticos son ofertas de diferentes tipos que se preparan para ser puestas a disposición del turista, es decir las actividades y servicios turísticos.

MANUAL DE EMPRENDIMIENTO DE TURISMO RURAL

PARROQUIA QUINCHICOTO CANTÓN TISALEO
ASOCIACIÓN CORAZÓN DE JESÚS

PRODUCTO N°2

RUTA TURÍSTICA “LOS CAMINOS DEL AGUA”

6.12 Características de las rutas turísticas

Selección de la región o zona de objeto de estudio

Para elaborar las rutas turísticas se hace referencia al cantón Tisaleo, sector de Las Pampas de Salasaka, los recorridos iniciarán desde este sitio porque se considera como un sitio estratégico para tener acceso a los demás atractivos turísticos naturales existentes en sus alrededores.

Recolección de la información

Tisaleo fue considerado como cantón el 17 de noviembre de 1987, siendo uno de los cantones más jóvenes de la Provincia de Tungurahua. Está localizado en las faldas del Carihuayrazo a 13 km del cantón Ambato, es un sitio que no ha sido explotado turísticamente conservando intacta su riqueza natural y cultural. Está rodeado de elevaciones, como el Puñalica, Pucará, praderas, valles, lagunas, vertientes, quebradas, tiene una variedad de bosques y páramos donde alberga una gran cantidad de fauna.



Su gente se dedica principalmente a la agricultura, siendo sus productos llevados a distintas partes del mercado nacional, otra de las actividades en la que se desenvuelven es la ganadería y su economía también se sustenta en la fabricación de zapatos, guitarras y el arte culinario.



De igual manera, las Pampas de Salasaka es un sitio natural perteneciente a la Parroquia Quinchicoto ubicado a 8km del centro de Tisaleo, tiene una temperatura que oscila de 8-16°C, posee una extensión de 4km² y se encuentra en las faldas del volcán Carihuayrazo. Es un lugar que abarca una diversidad de vida vegetal y animal, un sitio perfecto para realizar diferentes actividades por los páramos de esta zona.



Selección y descripción de los atractivos

Tabla 35: Identificación de los atractivos naturales

IDENTIFICACIÓN DE LOS ATRACTIVOS NATURALES EN LAS PAMPAS DE SALASAKA			
Nombre del atractivo	Ubicación	Descripción	Imagen
Pampas de Salasaka	Provincia: Tungurahua Cantón: Tisaleo Coordenadas geográficas: Latitud: -1.391398 Longitud: -78.7117308 Distancia: Se encuentra a 8 km del centro de Tisaleo.	<p>Constituye un entorno natural ubicado en las faldas del Carihuayrazo, esta llanura tiene una extensión de 4 km², comparte su planicie con el cantón Mocha. Su nombre se debe al asentamiento que tuvo la comunidad Salasaka para cuidar el suministro de agua. Es evidente encontrar rocas de diferentes tamaños que sirven de refugio para la fauna.</p>	<p>Fotografía 8: “Pampas de Salasaka”</p>  <p>[Fotografía de: Silvana Guato]. (Pampas de Salasaka, 2017)</p>

<p>Laguna Malenda</p>	<p>Provincia: Tungurahua Cantón: Tisaleo Coordenadas geográficas: Latitud: -1.4126 Longitud: -78.7057 Distancia: Se encuentra a 14 km del centro de Tisaleo.</p>	<p>La laguna que abarca una gran riqueza paisajística sirve de hábitat para diversas especies de flora y fauna. Se puede realizar caminatas y senderismo por el páramo alto, durante su recorrido se puede observar una gran cantidad de flora de páramo como pajonal donde habitan especies de conejos, venados y patos.</p>	<p>Fotografía 9: “Laguna Malenda”</p>  <p>[Fotografía de: Silvana Guato]. (Laguna Malenda, 2017)</p>
<p>Laguna Cocha Helada</p>	<p>Provincia: Tungurahua Cantón: Tisaleo Coordenadas geográficas: Latitud: -1.391398 Longitud: -78.7117308 Distancia: Se encuentra a 16 km del centro de Tisaleo.</p>	<p>Esta laguna abarca una gran riqueza paisajística, sirve de hábitat para diversas especies de flora y fauna. Se puede realizar caminatas y senderismo por el páramo alto, durante su recorrido se puede observar innumerables almohadillas que recolectan una gran cantidad de agua.</p>	<p>Fotografía 10: “Laguna Cocha Helada”</p>  <p>[Fotografía de: Silvana Guato]. (Laguna Cocha Helada, 2017)</p>

<p>Laguna Cocapón</p>	<p>Provincia: Tungurahua Cantón: Tisaleo Coordenadas geográficas: Latitud: -1.2330 Longitud: -78.4126 Distancia: Se encuentra a 200 m de la laguna Malenda.</p>	<p>Posee un gran valor paisajístico, se alimenta de numerosas vertientes y cochas estacionales. Sus aguas se incrementan en épocas de lluvias. Posee una vegetación propia de páramo andino.</p>	<p>Fotografía 11: “Laguna Cocapón”</p>  <p>[Fotografía de: Juan Carlos Pasto]. (Laguna Cocapón, 2017)</p>
<p>Minas de Molina</p>	<p>Provincia: Tungurahua Cantón: Tisaleo Coordenadas geográficas: Latitud: -1.2330 Longitud: -78.4126 Distancia: Se encuentra a 1,5 km de Pampas de Salasaka</p>	<p>Según la leyenda se dice que en este sitio existe oro escondido, como su nombre lo dice es una gran quebrada donde se puede encontrar minas.</p>	<p>Fotografía 12: “Minas de Molina”</p>  <p>[Fotografía de: Juan Carlos Pasto]. (Minas de Molina, 2017)</p>

<p style="text-align: center;">Cerro Lacustre Puñalica</p>	<p>Provincia: Tungurahua Cantón: Tisaleo Coordenadas geográficas: Latitud: -1.395592 Longitud: -78.711580 Distancia: Se encuentra a 8 km del centro de Tisaleo.</p>	<p>Es un volcán que actualmente se considera inactivo, forma parte del Complejo Volcánico Carihuayrazo, en dicho lugar se encuentra ubicada la Cruz. El acceso es de poca dificultad, se puede realizar senderismo y disfrutar de la flora propia de páramo andino. Posee una hermosa vista panorámica.</p>	<p style="text-align: center;">Fotografía 13: “Cerro Lacustre Puñalica”</p>  <p style="text-align: center;">[Fotografía de: Juan Carlos Pasto]. (Cerro Lacustre Puñalica, 2017)</p>
<p style="text-align: center;">Volcán Carihuayrazo</p>	<p>Provincia: Tungurahua Cantón: Tisaleo Coordenadas geográficas: Latitud: -1.2320 Longitud: -78.4120 Distancia: Se encuentra a 14 km del centro de Tisaleo.</p>	<p>Es un volcán que actualmente se considera inactivo, tiene una altura de 5116m, está localizado a 10km del Chimborazo, tiene tres picos importantes el Cumbre Mocha, Josefinus y Máxima. Permite una buena aclimatación para atacar posteriormente a picos más difíciles. Es perfecta para realizar montañismo.</p>	<p style="text-align: center;">Fotografía 14: “Volcán Carihuayrazo”</p>  <p style="text-align: center;">[Fotografía de: Silvana Guato]. (Volcán Carihuayrazo, 2017)</p>

Elaborado por: GUATO, S (2017)

NOMBRE DE LA RUTA TURÍSTICA

RUTA TURÍSTICA “LOS CAMINOS DEL AGUA”

Logotipo

Imagen 5: “Logotipo”



GUATO, S (2017) Logotipo

El nombre de la ruta “Los caminos del agua” está dedicada a las potencialidades turísticas que se puede encontrar en los alrededores de las Pampas de Salasaka, la denominación está establecido acorde a la gran cantidad de vertientes que nacen del volcán Carihuayrazo y sus páramos dando origen a diversas lagunas y quebradas por donde el agua se acumula y recorre largas estribaciones donde son destinadas al abastecimiento de agua potable para Tisaleo y el riego en la agricultura. Además, parte de su territorio está dentro de la Reserva de Producción Faunística Chimborazo en donde a más de observar diversas especies de flora y fauna, se puede realizar diversas actividades como caminatas, trekking y camping principalmente.

MAPA TURÍSTICO: PAMPAS DE SALASAKA

Imagen 6: Mapa turístico “Pampas de Salasaka”



GUATO, S (2017) Mapa turístico: Pampas de Salasaka

RECORRIDO N°1 “LOS CAMINOS DEL AGUA”

Esta primera ruta establecida está enfocada especialmente a turistas nacionales y extranjeros amantes de la naturaleza quienes tengan ese espíritu aventurero de realizar largas caminatas por los páramos y se encuentren en condiciones físicas favorables donde pueden disfrutar de las hermosas vistas paisajísticas de los atractivos turísticos naturales con su flora y fauna únicas del páramo andino.

Definición del recorrido

En este punto se detalla las actividades a realizarse en la ruta, la cual debe ser fácil y concisa de interpretar para que el turista pueda guiarse, se basa en un mapa de todo el recorrido, en el cual se señala los lugares turísticos que va a visitar tomando en cuenta un punto de partida y otro para el final. Durante el recorrido de la ruta se podrá observar los hermosos paisajes que rodean los diferentes atractivos turísticos, de igual manera, se observara diversas especies de flora entre las más representativas está el Pisoc/almohadilla (*Azorella pedunculata*); Árbol de papel (*Polylepis incana*); Paja (*Stipa ichu*); Chuquiragua (*Chuquiraga jussieui*); Piquil (*Gynoxys sp.*); Mortiño (*Vaccinium florifundun*) y fauna propia del páramo andino tales como: conejo (*Sylvilagus floridanus*); Pato (*anas andium*); Gavilán (*Buteo polyosoma*); Colibrí (*Archilochus colubris*); Golondrina (*Hirundo rustica*); Gorrión (*Zonotrichia capensis*); Quililico (*Falco sparverius*); es fundamental recalcar que los atractivos existentes en los alrededores de las Pampas de Salasaka forman parte de Reserva de Producción Faunística Chimborazo, lo cual ayuda a fortalecer la actividad turística despertando mayor interés en el visitante.

El recorrido tendrá una duración de 2 días una noche, en la mayoría de los atractivos turísticos se trata de caminatas, senderismo y trekking por largas horas, debido a que los atractivos se encuentran en las faldas del volcán Carihuayrazo, entonces pocos son los trayectos en los cuales el visitante tendrá que transportarse en vehículos, como el desplazamiento hacia el punto de inicio del recorrido y el traslado hacia las empresas de restauración y alojamiento.

PRIMER DÍA

La ruta inicia partiendo desde el centro de Tisaleo hacia “Las Pampas de Salasaca” con una duración de 20 min. en carro, donde se dará a conocer una breve historia acerca del nombre de este sector y se debe a que en tiempos remotos era un lugar de asentamiento de la comunidad Salasaca que acampaban en estas tierras cuidando el suministro de agua. En el año de 1968 como resultado de la fuerte erupción del volcán Carihuayrazo es posible encontrar hoy en día grandes rocas dispersas que sirven de refugio para la fauna del lugar (MINTUR, 2006). Posteriormente, se da inicio con el recorrido hacia Minas de Molina, compartiendo una breve historia de esta zona, como siguiente destino es la laguna Cocha Helada, en este sitio se realiza caminatas por el páramo, se puede observar la diversa flora como el Pisoc/almojadilla (*Azorella pedunculata*); Paja (*Stipa ichu*); Chuquiragua (*Chuquiraga jussieui*) y Mortiño (*Vaccinium florifundun*); en la fauna por su parte es posible encontrar conejos (*Sylvilagus floridanus*); Patos (*anas andium*); Golondrina (*Hirundo rustica*); Gorrión (*Zonotrichia capensis*) y el Quililico (*Falco sparverius*. Asimismo. A continuación, se observa el Volcán Carihuayrazo con sus vertientes producidas por los deshielos de esta elevación que bajan directamente hacia zonas donde se trata el agua para uso comestible y los riegos en las comunidades. Finalmente, en la tarde se retorna al parque central para acudir al restaurante Casa del Sol, donde se tendrá la merienda, y posterior a ello al hotel Santa Lucía para su debido descanso y continuar al día siguiente.

SEGUNDO DÍA

A las 08:00am se parte hacia el Cerro Puñalica, una caminata muy corta de 35min. donde al llegar a la cima se aprecia la Cruz en la cumbre de este cerro; se dice que fue colocada por primera vez por los padres misioneros en 1945, en aquella época era de madera, pero actualmente ha sido reemplazada por una de metal, la cual posee unos hitos de orientación que representa los puntos cardinales (MINTUR, 2006). Además, desde este sitio se puede tener una vista panorámica de los cantones cercanos como Mocha, Cevallos, Ambato y todo Tisaleo. Después de un corto recorrido de 45min. por el páramo se puede apreciar la laguna Malenda y más adelante la laguna Cocapón, durante el trayecto se topan con vertientes y pequeñas lagunas producidas por las fuertes lluvias.

Posterior a ello, se retorna hacia el punto inicial para trasladarse al taller de guitarras de juguete a pocos metros del centro del cantón y por último se dirige a las fritadas de Mamá Fanny donde se degustará este exquisito plato típico y es aquí donde termina el servicio hacia los visitantes después de realizar un foro acerca de aspectos positivos y negativos durante el trayecto.

ITINERARIO DE LA RUTA N°1 “LOS CAMINOS DEL AGUA”

Tabla 36: Itinerario ruta N°1 “Los caminos del agua”

LUGAR	HORA DE LLEGADA	HORA DE SALIDA	TIEMPO DEDICADO	ACTIVIDAD PARA REALIZAR
DÍA 1				
Centro de Tisaleo	06h:30	07h:30	1 hora	<ul style="list-style-type: none"> • Concentración de los participantes • Bienvenida • Traslado e instalación en el hotel Santa Lucía • Inicio del recorrido hacia las Pampas de Salasaka • Indicaciones generales para todo el recorrido • Explicación de los datos generales del cantón • Juego de ronda de preguntas
Cerro Lacustre Puñalica	09h:30	10h:00	30 minutos	<ul style="list-style-type: none"> • Caminata por el sendero • Fotografía de la hermosa vista de los cantones cercanos • Breve historia de la Cruz que se encuentra en la cumbre
Laguna Malenda	12h:00	12h:30	30 minutos	<ul style="list-style-type: none"> • Trekking durante el recorrido • Descanso • Observación de paisajes y vegetación
Laguna Cocapón	13h:30	14h:30	30 minutos	<ul style="list-style-type: none"> • Actividad de trekking • Área de descanso y tiempo dedicado a un break especial • Juego de la adivinanza de “flora y fauna”

LUGAR	HORA DE LLEGADA	HORA DE SALIDA	TIEMPO DEDICADO	ACTIVIDAD PARA REALIZAR
Pampas de Salasaka	16h:30	17h:30	1 hora	<ul style="list-style-type: none"> • Actividad de senderismo y caminata por esta gran llanura • Observación de paisajes naturales • Breve explicación de la historia de este lugar • Formación de grupos para diferentes juegos durante la ruta, al azar y de acuerdo con el número de participantes • Juego de “las letras perdidas”
Restaurante Casa del Sol	18h:30	19h:30	1 hora	<ul style="list-style-type: none"> • Degustación de un plato típico del cantón
Hotel Santa Lucía	20h:00	07:30	Durante la noche	<ul style="list-style-type: none"> • Descanso • Desayuno
DÍA 2				
Centro de Tisaleo	06h:00	06h:45	45 minutos	<ul style="list-style-type: none"> • Concentración de los participantes • Inicio del recorrido hacia las Minas de Molina
Minas de Molina	9h:30	10h:00	30 minutos	<ul style="list-style-type: none"> • Explicación de la historia y leyenda de este lugar
Laguna Cocha Helada	11h:00	11h:30	30 minutos	<ul style="list-style-type: none"> • Fotografía de la belleza paisajística • Breve explicación de flora y fauna propia del páramo andino
Volcán Carihuayrazo	12h:00	12h:30	30 minutos	<ul style="list-style-type: none"> • Fotografía del volcán desde su base, trekking durante el recorrido • Observación de los deshielos que bajan a las comunidades • Retorno hacia el punto de partida
Taller de guitarras de juguete	14:30	15h:00	30 minutos	<ul style="list-style-type: none"> • Compra de guitarras de juguete elaborados artesanalmente
Fritadas de Mamá Fanny	15:30	16:30	1 hora	<ul style="list-style-type: none"> • Degustación de la rica gastronomía típica del cantón • Foro de preguntas sobre aspectos positivos y negativos del recorrido • Fin de los servicios y agradecimiento a los participantes

Elaborado por: GUATO, S (2017)

RUTA N°1 “LOS CAMINOS DEL AGUA”

Imagen 7: Ruta N°1 “Los caminos del agua”



Determinación de los costos y gastos de operación

Tabla 37: Determinación de los costos y gastos de operación

Recursos	Actividad	Costo unitario	Costo total
Guianza	Persona encargada de dirigir a los visitantes	\$10	\$10
Alojamiento	Estadía en el Hotel Santa Lucía	\$8	\$8
Alimentación	Merienda en el Restaurante Casa del Sol y almuerzo en Fritadas de Mamá Fanny	\$5.50	\$5.50
Imprevistos	Seguro de los turistas	\$5	\$5
Transporte	Recorrido por los diferentes puntos a visitar	\$13	\$13
Total		\$41.50	

Elaborado por: GUATO, S (2017)

RECORRIDO N°2 “LOS CAMINOS DEL AGUA”

Esta ruta está directamente direccionada a estudiantes de colegios debido a que el motivo principal de este recorrido es el aprendizaje sobre el proceso de manejo de tratamiento de agua potable que bajan de los páramos hasta un sistema donde se concentra todo este recurso hídrico para luego ser tratada y posteriormente distribuir a la Parroquia Quinchicoto y todo el cantón Tisaleo para su consumo. Por lo tanto, este trayecto tiene dos fines que son el aprendizaje del tema de hidrología y la importancia que tiene para los estudiantes comprender el valor de los recursos naturales que existen en los páramos como lagunas, vertientes, volcán Carihuayrazo, flora y fauna que de alguna manera contribuyen a que se desarrolle este proceso vital para los seres humanos y asimismo generar conciencia sobre la actividad turística.

Definición del recorrido

PRIMER DÍA

El recorrido inicia en la parroquia Quinchicoto a las 08h:00 a.m. lugar donde se concentrarán y se dará la bienvenida a los participantes, dando a conocer las indicaciones generales para el trayecto y una breve reseña histórica y datos generales del cantón y la parroquia. Posteriormente, al empezar con la caminata hacia la casa de huéspedes de la Asociación Corazón de Jesús se realizará un juego de ronda de preguntas para los estudiantes y acomodarán sus pertenencias en dicho lugar. Como siguiente punto a visitar es la planta de tratamiento de agua potable donde se harán actividades de Trekking, observación de paisajes y vegetación del entorno y una provechosa explicación del proceso que se lleva a cabo para el tratamiento de agua potable para el cantón. Seguidamente, se dirige hacia el cerro lacustre Puñalica, se realizará una caminata por el sendero, se puede hacer fotografía de la vista panorámica de los cantones cercanos como Mocha, Cevallos, Ambato y todo Tisaleo con su hermosa belleza paisajística, se efectuará una breve explicación de flora y fauna propia del páramo andino como el Pisoc/almohadilla (*Azorella pedunculata*); Paja (*Stipa ichu*); Chuquiragua (*Chuquiraga jussieui*) y Mortiño (*Vaccinium florifundun*); en la fauna por su parte es posible encontrar conejos (*Sylvilagus floridanus*);

Golondrina (*Hirundo rustica*); Gorrión (*Zonotrichia capensis*) y el Quililico (*Falco sparverius*, se compartirá además una breve historia de la Cruz que se encuentra en la cumbre donde se dice que fue colocada por primera vez por los padres misioneros en 1945, en aquella época era de madera, pero actualmente ha sido reemplazada por una de metal, la cual posee unos hitos de orientación que representa los puntos cardinales (MINTUR, 2006), y para finalizar se hará un juego de la adivinanza de “flora y fauna” para evaluar los conocimientos. Luego se retorna a la casa de huéspedes de la Asociación Corazón de Jesús, allí se tendrá un tiempo dedicado a un almuerzo especial, después empiezan las actividades de entretenimiento como cabalgata por la zona alta de la Parroquia, camping bajo las estrellas, se efectuará un relato de historias y leyendas de la parroquia como el Lluhwa y Cocha Brava en frente de una fogata con una pequeña excursión nocturna, luego se procede a descansar y desayuno al día siguiente.

SEGUNDO DÍA

Después de tener un exquisito desayuno en la casa de huéspedes de la Asociación Corazón de Jesús, se procede a un recorrido por el páramo donde se puede apreciar la laguna Malenda y más adelante la laguna Cocapón, durante el trayecto se topan con vertientes y pequeñas lagunas producidas por las fuertes lluvias. El trayecto continúa hacia las Pampas de Salasaka, sitio donde se podrá hacer la actividad de senderismo y caminata por esta gran llanura, observación de paisajes naturales, una breve explicación de la historia de este lugar y se debe a que en tiempos remotos era un lugar de asentamiento de la comunidad Salasaca que acampaban en estas tierras cuidando el suministro de agua. En el año de 1968 como resultado de la fuerte erupción del volcán Carihuayrazo es posible encontrar hoy en día grandes rocas dispersas que sirven de refugio para la fauna del lugar (MINTUR, 2006). Después, se tendrá un break especial, un juego sobre “las letras perdidas”.

Se continua una corta caminata por la gran llanura de Pampas de Salaska para tener una mejor vista del Volcán Carihuayrazo, desde donde es factible hacer fotografía del volcán desde sus faldas, observación de los deshielos y vertientes que bajan hacia las plantas de tratamiento de agua potable y el uso de regadíos. Para finalizar, se tendrá un foro de preguntas sobre aspectos positivos y negativos del recorrido; dando fin a los servicios y agradecimiento a los participantes.

ITINERARIO DE LA RUTA

Tabla 38: Itinerario de la ruta N°2 “Los caminos del agua”

LUGAR	HORA DE LLEGADA	HORA DE SALIDA	TIEMPO DEDICADO	ACTIVIDAD PARA REALIZAR
DÍA 1				
Parroquia Quinchicoto	08h:00	08h:30	30 minutos	<ul style="list-style-type: none"> • Concentración de los participantes • Bienvenida • Indicaciones generales para todo el recorrido. • Explicación de datos generales del cantón y parroquia
Casa de huéspedes de la Asociación Corazón de Jesús	09h:30	10h:30	1 hora	<ul style="list-style-type: none"> • Juego de ronda de preguntas • Acomodación de los materiales para camping
Planta de tratamiento de agua potable	11h:30	12h:30	1 hora	<ul style="list-style-type: none"> • Trekking durante el recorrido • Observación de paisajes y vegetación • Explicación del proceso de tratamiento de agua potable para el cantón
Cerro Lacustre Puñalica	13h:15	14h:00	45 minutos	<ul style="list-style-type: none"> • Caminata por el sendero • Fotografía de la hermosa vista de los cantones cercanos • Fotografía de la belleza paisajística • Explicación de flora y fauna propia del páramo andino • Breve historia de la Cruz que se encuentra en la cumbre • Juego de la adivinanza de “flora y fauna”
Casa de huéspedes de la Asociación Corazón de Jesús	14h:30	08h:00 a.m. (siguiente día)	Toda la noche	<ul style="list-style-type: none"> • Tiempo dedicado a un almuerzo especial • Cabalgata por la zona alta de la Parroquia • Camping bajo las estrellas • Relato de historias y leyendas de la parroquia • Fogata y pequeña excursión nocturna • Descanso y desayuno

LUGAR	HORA DE LLEGADA	HORA DE SALIDA	TIEMPO DEDICADO	ACTIVIDAD PARA REALIZAR
DÍA 2				
Laguna Malenda	09:00	09:30	30 minutos	<ul style="list-style-type: none"> • Trekking durante el recorrido • Descanso • Observación de paisajes y vegetación
Laguna Cocapón	10:45	11:15	30 minutos	<ul style="list-style-type: none"> • Actividad de trekking • Área de descanso y tiempo dedicado a un break especial • Juego de la adivinanza de “flora y fauna”
Pampas de Salasaka	12h:00	12h:30	30 minutos	<ul style="list-style-type: none"> • Actividad de senderismo y caminata por esta gran llanura. • Observación de paisajes naturales. • Explicación de la historia de este lugar. • -Break especial • Actividades de recreación
Volcán Carihuayrazo	13:15	13:30	15 minutos	<ul style="list-style-type: none"> • Fotografía del volcán desde su base, trekking durante el recorrido • Observación de los deshielos que bajan hacia las plantas de tratamiento de agua potable y el uso de regadíos
Parroquia Quinchicoto	14:30	15:00	30 minutos	<ul style="list-style-type: none"> • Foro de preguntas sobre aspectos positivos y negativos del recorrido • Fin de los servicios y agradecimiento a los participantes

Elaborado por: GUATO, S (2017)

RUTA N°2 “LOS CAMINOS DEL AGUA”

Imagen 8: Ruta N°2 “Los caminos del agua”



GUATO, S (2017) RUTA N°2 “LOS CAMINOS DEL AGUA”

Determinación de los costos y gastos de operación

Tabla 39: Determinación de los costos y gastos de operación




Recursos	Actividad	Costo unitario	Costo total
Guianza	Persona encargada de dirigir a los visitantes	\$10	\$10
Alojamiento	Estadía en la Casa de huéspedes de Asociación	\$3	\$3
Alimentación	Corazón de Jesús Almuerzo, cena, desayuno y break especiales	\$10	\$10
Imprevistos	Seguro de los visitantes	\$5	\$5
Transporte	Recorrido por los diferentes puntos a visitar	\$7	\$7
Total			\$35.00




Elaborado por: GUATO, S (2017)




Recopilación de información




Flora

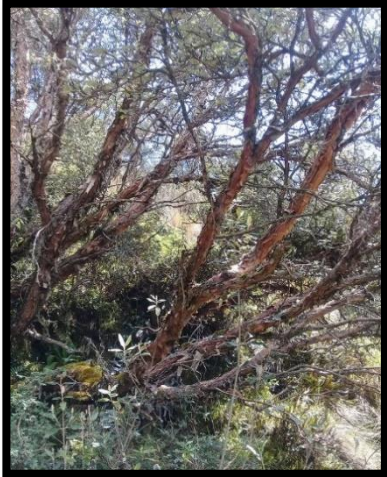


Tabla 40: Recopilación de información: Flora




Nombre común	Nombre científico	Imagen
Pisoc/almohadilla	<i>Azorella pedunculata</i>	<p data-bbox="900 495 1262 524">Fotografía 15: “Pisoc/Almohadilla”</p>  <p data-bbox="868 916 1358 945">[Fotografía de: Dario Bayas]. (Pisoc, 2013)</p>
Origiris	<i>Hydrocotyle bonplandii</i>	<p data-bbox="963 992 1214 1021">Fotografía 16: “Origiris”</p>  <p data-bbox="852 1447 1370 1476">[Fotografía de: Dario Bayas]. (Origiris, 2013)</p>
Helecho	<i>Blechnum loxense</i>	<p data-bbox="963 1529 1214 1559">Fotografía 17: “Helecho”</p>  <p data-bbox="852 1939 1374 1968">[Fotografía de: Dario Bayas]. (Helecho, 2013)</p>



<p>Romerillo blanco</p>	<p><i>Baccharis buxifolia</i></p>	<p>Fotografía 18: “Romerillo blanco”</p>  <p>[Fotografía de: Dario Bayas]. (Romerillo blanco, 2013)</p>
<p>Alfider</p>	<p><i>Cotula</i></p>	<p>Fotografía 19: “Alfider”</p>  <p>[Fotografía de: Dario Bayas]. (Alfider, 2013)</p>
<p>Taraxaco/ Diente de león</p>	<p><i>Taraxacum officinale</i></p>	<p>Fotografía 20: “Taraxaco/diente de león”</p>  <p>[Fotografía de: Dario Bayas]. (Taraxaco/diente de león, 2013)</p>

<p>Romerillo</p>	<p><i>Hypericum laricifolium</i></p>	<p>Fotografía 21: “Romerillo”</p>  <p>[Fotografía de: Dario Bayas]. (Romerillo 2013)</p>
<p>Trebol</p>	<p><i>Trifolium repens</i></p>	<p>Fotografía 22: “Trebol”</p>  <p>[Fotografía de: Dario Bayas]. (Trebol, 2013)</p>
<p>Flor de amor</p>	<p><i>Gentiana sedifolia</i></p>	<p>Fotografía 23: “Flor de amor”</p>  <p>[Fotografía de: Dario Bayas]. (Flor de amor, 2013)</p>

<p>Tarugocacho</p>	<p><i>Halenia weddelliana</i></p>	<p>Fotografía 24: “Tarugocacho”</p>  <p>[Fotografía de: Dario Bayas]. (Tarugocacho, 2013)</p>
<p>Moradilla</p>	<p><i>Stachys elliptica</i></p>	<p>Fotografía 25: “Moradilla”</p>  <p>[Fotografía de: Dario Bayas]. (Moradilla, 2013)</p>
<p>Llanten</p>	<p><i>Plantago lanceolata</i> L.</p>	<p>Fotografía 26: “Llanten”</p>  <p>[Fotografía de: Dario Bayas]. (Llanten, 2013)</p>

<p>Árbol de papel</p>	<p><i>Polylepis incana</i></p>	<p>Fotografía 27: “Árbol de papel”</p>  <p>[Fotografía de: Silvana Guato]. (Árbol de papel, 2017)</p>
<p>Paja</p>	<p><i>Stipa ichu</i></p>	<p>Fotografía 28: “Paja”</p>  <p>[Fotografía de: Dario Bayas]. (Paja 2013)</p>
<p>Helecho</p>	<p><i>Gymnogramma goudotii</i></p>	<p>Fotografía 29: “Helecho”</p>  <p>[Fotografía de: Dario Bayas]. (Helecho, 2013)</p>

<p>Cunomaqui</p>	<p><i>Acaena elongata</i></p>	<p>Fotografía 30: “Cunomaqui”</p>  <p>[Fotografía de: Dario Bayas]. (Cunomaqui, 2013)</p>
<p>Helecho escamoso</p>	<p><i>Elaphoglossum mathewsii</i></p>	<p>Fotografía 31: “Helecho escamoso”</p>  <p>[Fotografía de: Dario Bayas]. (Helecho escamoso, 2013)</p>
<p>Chuquiragua</p>	<p><i>Chuquiraga jussieui</i></p>	<p>Fotografía 32: “Chuquiragua”</p>  <p>[Fotografía de: Dario Bayas]. (Chuquiragua, 2013)</p>

<p>Piquil</p>	<p><i>Gynoxys sp.</i></p>	<p>Fotografía 33: “Piquil”</p>  <p>[Fotografía de: Dario Bayas]. (Piquil, 2013)</p>
<p>Mortiño</p>	<p><i>Vaccinium florifundun</i></p>	<p>Fotografía 34: “Mortiño”</p>  <p>[Fotografía de: Dario Bayas]. (Mortiño, 2013)</p>




Fuente: Gad Municipal de Tisaleo (2013)




Elaborado por: GUATO, S. (2017)




Recopilación de información




Fauna



Tabla 41: Recopilación de información: Fauna

Nombre común	Nombre científico	Imagen
Lobo	<i>Lycalopex culpaeus</i>	<p data-bbox="916 479 1222 510">Imagen 9: “Lobo de páramo”</p>  <p data-bbox="911 846 1302 904">Fuente: ALPZA Elaborado por: GUATO, S (2017)</p>
Conejo	<i>Sylvilagus floridanus</i>	<p data-bbox="995 943 1219 974">Imagen 10: “Conejo”</p>  <p data-bbox="911 1391 1302 1449">Fuente: ALPZA Elaborado por: GUATO, S (2017)</p>
Pato	<i>anas andium</i>	<p data-bbox="995 1464 1193 1496">Imagen 11: “Pato”</p>  <p data-bbox="911 1883 1302 1942">Fuente: ALPZA Elaborado por: GUATO, S (2017)</p>

<p>Raposa</p>	<p><i>Didelphis pernigra</i></p>	<p>Imagen 12: “Raposa”</p>  <p>Fuente: ALPZA Elaborado por: GUATO, S (2017)</p>
<p>Lagartija</p>	<p><i>Stenocercus crassicaudatus</i></p>	<p>Imagen 13: “Lagartija”</p>  <p>Fuente: ALPZA Elaborado por: GUATO, S (2017)</p>
<p>Mariposa</p>	<p><i>Danaus plexippus</i></p>	<p>Imagen 14: “Mariposa”</p>  <p>Fuente: ALPZA Elaborado por: GUATO, S (2017)</p>

<p>Gavilán</p>	<p><i>Buteo polyosoma</i></p>	<p>Imagen 15: “Gavilán”</p>  <p>Fuente: ALPZA Elaborado por: GUATO, S (2017)</p>
<p>Colibrí</p>	<p><i>Archilochus colubris</i></p>	<p>Imagen 16: “Colibrí”</p>  <p>Fuente: ALPZA Elaborado por: GUATO, S (2017)</p>
<p>Saltamontes</p>	<p><i>Decticus albifrons</i></p>	<p>Imagen 17: “Saltamontes”</p>  <p>Fuente: ALPZA Elaborado por: GUATO, S (2017)</p>

<p>Golondrina</p>	<p><i>Hirundo rustica</i></p>	<p>Imagen 18: “Golondrina”</p>  <p>Fuente: ALPZA Elaborado por: GUATO, S (2017)</p>
<p>Gorrión</p>	<p><i>Zonotrichia capensis</i></p>	<p>Imagen 19: “Gorrión”</p>  <p>Fuente: ALPZA Elaborado por: GUATO, S (2017)</p>
<p>Guagsa</p>	<p><i>Stenocercus guentheri</i></p>	<p>Imagen 20: “Guagsa”</p>  <p>Fuente: ALPZA Elaborado por: GUATO, S (2017)</p>

<p>Quillico</p>	<p><i>Falco sparverius</i></p>	<p>Imagen 21: “Quillico”</p>  <p>Fuente: ALPZA Elaborado por: GUATO, S (2017)</p>
<p>Chilico</p>	<p><i>Gryllus bimaculatus</i></p>	<p>Imagen 22: “Chilico”</p>  <p>Fuente: ALPZA Elaborado por: GUATO, S (2017)</p>

Fuente: Gad Municipal de Tisaleo (2013)

Elaborado por: GUATO, S (2017)

Determinación y selección de los servidores a incluir en la ruta turística

Tabla 42: Determinación y selección de los servidores a incluir en la ruta turística

Nombre	Dirección	Teléfono	Servicio
Unidad de Turismo	Centro de Tisaleo	0984984393	Promoción y organización
Hotel Santa Lucía	Cacique Tisaleo y Antonio Clavijo	032751258	Alojamiento
Restaurante Casa del Sol	Juan Benigno Vela 266 y 20 de Octubre	032751245 0987913513	Restauración
Fritadas Mamá Fanny	Sector Alobamba	032456183	Restauración
Guitarras de juguete	Junto a Coop. Tisaleo	032751224	Venta de Souvenirs
Cooperativa “Expres Tisaleo”	Tisaleo- La Matriz – Centro		Transporte
Asociación Corazón de Jesús (Presidente)	Parroquia Quinchicoto	0989791175	Servicio de cabalgata
Sr. Miguel Navas	Juan Benigno Vela 276 y 20 de Octubre	032751245	Guianza

Fuente: Gobierno Provincial de Tungurahua (2016)

Elaborado por: GUATO, S (2017)

Prestadores de servicio (Actores indirectos)

Tabla 43: Prestadores de servicio (Actores indirectos)

Razón Social	Dirección	Teléfono
Hostería Sierra Bella	Panamericana Sur km 13 antes de la entrada a Santa Lucía	0987782954 0992937283
Rancho Tío Pepe	Km 12 Vía a Riobamaba (La Providencia)	0939186189 0997069908
Tentadero El Carmen	Vía Ambato – Riobamba, Panamericana Sur km 15 Sector San Vicente junto a la carretera	0998632128
Museo San Vicente	Vía Panamericana Sur, vía a Riobamaba, a 200 m del desvío a Quinchicoto	0980791403 032779605
Helados Junior	Vía Panamericana Sur, vía a Riobamaba, entrada a Quinchicoto	032770186 0985718460
Lácteos Marlén	Vía Panamericana Sur, vía a Riobamaba, entrada a Quinchicoto, a 500m del caserío San Vicente	0989540670 0992248748
Granja Integral San Martín	Centro de Quinchicoto, calle 13 de abril	032779424 0993724671
Rancho Mi Corralito	Calle Cacique Tisaleo, sentido Este 2.5 km, junto a los tanques reservorios.	0986157356

Fuente: Gobierno Provincial de Tungurahua (2016)

Elaborado por: GUATO, S (2017)

PROMOCIÓN DE LA RUTA TURÍSTICA

Imagen 23: "Promoción de la Ruta Turística"



Elaborado por: GUATO, S (2017)

6.13 Plan de Monitoreo y evaluación de la propuesta

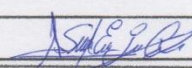
Tabla 44: Plan de Monitoreo y evaluación de la propuesta

Nº	Preguntas básicas	Explicación
1	¿Qué evaluar?	La aceptación de la ruta turística en los visitantes
2	¿Por qué evaluar?	Porque es fundamental mantener un control
3	¿Para qué evaluar?	Para medir los resultados y alcance de los objetivos
4	¿Con qué criterios?	Con efectividad puesto que la investigación será ejecutada
5	¿Indicadores?	Cualitativo en el levantamiento de información Cuantitativa al obtener resultados numéricos reales de la aceptación de la ruta en los visitantes
6	¿Quién evalúa?	La investigadora
7	¿Cuándo evaluar?	Mensualmente
8	¿Cómo evaluar?	Monitoreo
9	¿Fuentes de información?	de Ruta turística
10	¿Con qué evaluar?	Reuniones con la Unidad de Turismo Tisaleo


Elaborado por: GUATO, S (2017)

ANEXOS


Anexo 1: "Validación de la encuesta; primer experto"

1	
2	
3	Tisaleo 04 de Diciembre de 2017
4	
5	Ing. Mauricio Sánchez
6	TÉCNICO DE TURISMO DEL GAD MUNICIPAL DEL CANTÓN
7	TISALEO
8	Presente,
9	De mi consideración:
10	
11	
12	Yo, SILVANA ESTEFANIA GUATO CAIZA, C.I. 1805364302, estudiante de
13	la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación, Carrera de Turismo y
14	Hotelería de la Universidad Técnica de Ambato, en vista de que estoy realizando
15	la tesis sobre "LAS PAMPAS DE SALASAKA COMO APOORTE A LA
16	GENERACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN TISALEO",
17	solicito a usted muy comedidamente se digne en validar la encuesta adjunta,
18	requisito indispensable para mi trabajo de graduación.
19	
20	Por la atención que se digne en dar a la presente, anticipo mi agradecimiento.
21	
22	Atentamente,
23	
24	Silvana Estefania Guato Caiza
25	C.I. 1805364302
26	
27	
28	

ESPECIE VALORADA
USD. 1.00

 **Tisaleo**
Gobierno Autónomo Descentralizado

**GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO
MUNICIPAL DE TISALEO**
TISALEO - TUNGURAHUA - ECUADOR

GAD MUNICIPAL DE TISALEO
RECIBIDO
FECHA: 04 DIC 2017
LIBRO: 11090
LABOR: 14888

M. SÁNCHEZ



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN
CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA**

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS TURISTAS QUE VISITAN EL CANTÓN TISALEO

OBJETIVO: Identificar el potencial turístico de las Pampas de Salasaka, cantón Tisaleo para la generación de productos turísticos.

INDICACIONES: Lea detenidamente y **marque con una X** la respuesta que usted considere adecuada, de acuerdo con su conocimiento y criterio.

DATOS GENERALES:

Lugar de procedencia: _____

Rango de Edad: 20-30 31-45 46-65 Mayor de 65

Género:

Masculino
Femenino

Responda las siguientes preguntas:

1. ¿Con qué frecuencia visita el cantón Tisaleo?

- Fines de semana
- Entre semana
- Feriados

2. ¿Cuál es el motivo principal de visita al cantón Tisaleo?

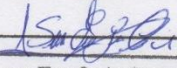
Degustar de la gastronomía (fritada, turrone, lácteos.)	<input type="checkbox"/>
Visitar los páramos, lagunas, volcán Carihuayrazo, montañas, granjas agrícolas.	<input type="checkbox"/>
Participar de la cultura (Fiesta religiosa en honor a Santa Lucía, celebración del Inga Palla, fiestas de cantonización, museos, artesanías.)	<input type="checkbox"/>
Otros motivos:	<input type="checkbox"/>

3. Generalmente ¿cuántas personas viajan con Ud.?


Número de personas	
Solo	<input type="checkbox"/>
1	<input type="checkbox"/>
2	<input type="checkbox"/>
3	<input type="checkbox"/>
4 o más	<input type="checkbox"/>





Anexo 2: "Validación de la encuesta; segundo experto"

1	
2	
3	Tisaleo 04 de Diciembre de 2017
4	
5	Arq. Emilio Gonzalez
6	JEFE DE PLANIFICACIÓN
7	
8	Presente,
9	De mi consideración:
10	
11	
12	Yo, SILVANA ESTEFANIA GUATO CAIZA, C.I. 1805364302, estudiante de
13	la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación, Carrera de Turismo y
14	Hotelería de la Universidad Técnica de Ambato, en vista de que estoy realizando
15	la tesis sobre "LAS PAMPAS DE SALASAKA COMO APORTE A LA
16	GENERACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN TISALEO".
17	solicito a usted muy comedidamente se digne en validar la encuesta adjunta,
18	requisito indispensable para mi trabajo de graduación.
19	
20	Por la atención que se digne en dar a la presente, anticipo mi agradecimiento.
21	
22	Atentamente,
23	
24	Silvana Estefania Guato Caiza
25	C.I. 1805364302
26	
27	
28	

ESPECIE VALORADA
USD. 1:00



**GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO
MUNICIPAL DE TISALEO**
TISALEO - TUNGURAHUA - ECUADOR



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN
CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA
ENCUESTA DIRIGIDA A LOS TURISTAS QUE VISITAN EL CANTÓN TISALEO**

OBJETIVO: Identificar el potencial turístico de las Pampas de Salasaka, cantón Tisaleo para la generación de productos turísticos.

INDICACIONES: Lea detenidamente y **marque con una X** la respuesta que usted considere adecuada, de acuerdo con su conocimiento y criterio.

DATOS GENERALES:

Lugar de procedencia: _____

Rango de Edad: 20-30 31-45 46-65 Mayor de 65

Género:

Masculino
Femenino

Responda las siguientes preguntas:

1. ¿Con qué frecuencia visita el cantón Tisaleo?

- Fines de semana
- Entre semana
- Feriados

2. ¿Cuál es el motivo principal de visita al cantón Tisaleo?

Degustar de la gastronomía (fritada, turrone, lácteos.)	<input type="checkbox"/>
Visitar los páramos, lagunas, volcán Carihuayrazo, montañas, granjas agrícolas.	<input type="checkbox"/>
Participar de la cultura (Fiesta religiosa en honor a Santa Lucía, celebración del Inga Palla, fiestas de cantonización, museos, artesanías.)	<input type="checkbox"/>
Otros motivos:	<input type="checkbox"/>

3. Generalmente ¿cuántas personas viajan con Ud.?

Número de personas	
Solo	<input type="checkbox"/>
1	<input type="checkbox"/>
2	<input type="checkbox"/>
3	<input type="checkbox"/>
4 o más	<input type="checkbox"/>



4. ¿Por cuantas ocasiones ha visitado el sector "Las Pampas de Salasaka"? Unidad educativa

Número de veces que ha visitado "Las Pampas de Salasaka"	
Ninguna	
1	
2	
3	
4 o más	

5. ¿Qué atractivos conoce o le gustaría conocer en los alrededores de "Las Pampas de Salasaka"?

Atractivos	
Volcán Carihuayrazo	
Laguna Malenda	
Laguna Cocha Helada	
Laguna Cocapón	
Minas de Molina	
Cerro Lacustre Puñalica	
Otros, especifique:	

6. ¿Qué tipo de actividades le interesaría realizar en los sitios turísticos existentes en los alrededores de "Las Pampas de Salasaka"?


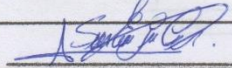
- Observación de flora, fauna y paisajes naturales
- Caminatas, trekking, senderismo
- Vista panorámica de Tisaleo y de los cantones cercanos
- Paseo en caballo
- Hacer camping bajo las estrellas
- Paseos por la naturaleza interactuando con el entorno natural
- Participar de actividades de entretenimiento diurnos y nocturnos en la montaña
- Realizar pequeñas excursiones nocturnas
- Safari (expedición) fotográfico
- Otros. Especifique: _____

7. ¿Qué servicios adicionales le gustaría recibir durante el recorrido turístico?


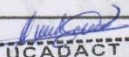
- Alimentación
- Transporte
- Guianza turística
- Material informativo
- Traductores
- Otros. Especifique _____



Anexo 3: "Validación de la encuesta; tercer experto"

 GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DE TISALEO TISALEO - TUNGURAHUA - ECUADOR	
1	
2	
3	
4	Tisaleo 04 de Diciembre de 2017
5	
6	Ing. Marcelo Guerrero
7	
8	JEFE DE LA UNIDAD DE CONTROL AMBIENTAL DESARROLLO AGROPECUARIO CULTURAL Y TURISTICO
9	
10	Presente,
11	De mi consideración:
12	
13	Yo, SILVANA ESTEFANIA GUATO CAIZA, C.I. 1805364302, estudiante de
14	la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación, Carrera de Turismo y
15	Hotelería de la Universidad Técnica de Ambato, en vista de que estoy realizando
16	la tesis sobre "LAS PAMPAS DE SALASAKA COMO APORTE A LA
17	GENERACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN TISALEO",
18	solicito a usted muy comedidamente se digne en validar la encuesta adjunta,
19	requisito indispensable para mi trabajo de graduación.
20	
21	Por la atención que se digne en dar a la presente, anticipo mi agradecimiento.
22	Atentamente,
23	
24	Silvana Estefania Guato Caiza
25	C.I. 1805364302
26	
27	
28	

ESPECIE VALORADA
USD: 1.00


G.A.D. MUNICIPAL DE TISALEO
RECIBIDO
 HORA:
 FECHA: 04 DIC 2017 11:32

 UCADACT



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN
CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA**

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS TURISTAS QUE VISITAN EL CANTÓN TISALEO

OBJETIVO: Identificar el potencial turístico de las Pampas de Salasaka, cantón Tisaleo para la generación de productos turísticos.

INDICACIONES: Lea detenidamente y **marque con una X** la respuesta que usted considere adecuada, de acuerdo con su conocimiento y criterio.

DATOS GENERALES:

Lugar de procedencia: _____

Rango de Edad: 20-30 31-45 46-65 Mayor de 65

Género:

Masculino

Femenino

Responda las siguientes preguntas:

1. ¿Con qué frecuencia visita el cantón Tisaleo?

Fines de semana

Entre semana

Feriados

2. ¿Cuál es el motivo principal de visita al cantón Tisaleo?

Degustar de la gastronomía (fritada, turrone, lácteos.)	<input type="checkbox"/>
Visitar los páramos, lagunas, volcán Carihuayrazo, montañas, granjas agrícolas.	<input type="checkbox"/>
Participar de la cultura (Fiesta religiosa en honor a Santa Lucía, celebración del Inga Palla, fiestas de cantonización, museos, artesanías.)	<input type="checkbox"/>
Otros motivos:	<input type="checkbox"/>


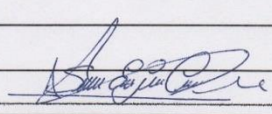

3. Generalmente ¿cuántas personas viajan con Ud.?

Número de personas	
Solo	<input type="checkbox"/>
1	<input type="checkbox"/>
2	<input type="checkbox"/>
3	<input type="checkbox"/>
4 o más	<input type="checkbox"/>




[Handwritten signature]

Anexo 4: "Solicitud de aceptación al GAD Municipal de Tisaleo"

		GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DE TISALEO TISALEO - TUNGURAHUA - ECUADOR	
ESPECIE VALORADA	1		
USD. 1.00	2	Tisaleo, 21 de Septiembre de 2017	
	3		
	4		
	5	ING.	
	6	RODRIGO GARCÉS	
	7	ALCALDE DEL CANTÓN TISALEO	
	8	Presente	
	9	De mi consideración:	
	10		
	11	Yo, SILVANA ESTEFANÍA GUATO CAIZA, portador de C.C 1805364302,	
	12	egresada de la Universidad Técnica de Ambato en el período septiembre	
	13	2017-marzo 2018, solicito de la manera más comedida se me autorice	
	14	trabajar en conjunto con el Departamento de Turismo en el desarrollo de la	
	15	tesis con el siguiente tema de investigación "LAS PAMPAS DE	
	16	SALASAKA COMO APOORTE A LA GENERACIÓN DE PRODUCTOS	
	17	TURÍSTICOS", esperando contar con la respectiva autorización me despido	
	18	muy comedidamente.	
	19		
	20	Gracias por su atención.	
	21	Atentamente,	
	22		
	23		
	24		
	25	SILVANA ESTEFANÍA GUATO CAIZA	
	26	C.C. 1805364302	
	27	N: de Teléfono: 0987034334	
	28	E-mail: silvygc85@gmail.com	

Nº .030565

Anexo 5: “Aceptación del GAD Municipal de Tisaleo en el desarrollo de la investigación”



GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO
MUNICIPAL DE TISALEO

Oficio No. 291-AMT-2017

Tisaleo, 28 de Noviembre de 2017

Magister
Oscar Abril Flores
COORDINADOR DE LA CARRERA DE TURISMO Y HOTELERIA
UNIVERSIDAD TECNICA DE AMBATO
Ambato

De mi consideración:


Yo, Rodrigo Garcés con C.I. Nro. 1802342517 Alcalde del GAD de Tisaleo, me dirijo a usted, en su calidad de Coordinador de la Carrera de Turismo y Hotelería Universidad Técnica de Ambato muy respetuosamente para comunicarle la confirmación y aceptación para que la **Srta. SILVANA ESTEFANIA GUATO CAIZA** portadora de la C. I. Nro. 1805364302 pueda desarrollar el tema de investigación denominado : “ LAS PAMPAS DE SALASAKA COMO APORTE A LA GENERACION DE PRODUCTOS TURISTICOS”, en el Cantón Tisaleo provincia de Tungurahua, y facilitar la información necesaria para realizar este trabajo investigativo en nuestra institución, previo a la obtención del título de la mencionada estudiante, de Lic en Turismo y Hotelería.

Por la gentil atención que usted se sirva dar a la presente, desde ya anticipo mis sinceros agradecimientos.

Atentamente,



~~Ing. Rodrigo Garcés Capuz~~
ALCALDE DEL GAD
MUNICIPAL DE TISALEO




RG/mfiallos

Juan León Mera y Juan Montalvo,
17 de Noviembre S/N y Cacique Tisaleo
(03) 2 751200 / 2 751 051 / 2 751 391 www.tisaleo.gob.ec

TISALEO - ECUADOR

Anexo 6: "Registro de socialización de propuesta de turismo rural con la Asociación Corazón de Jesús"

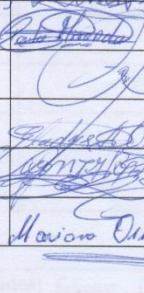
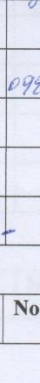


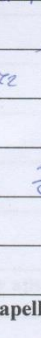
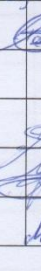
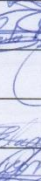
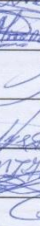






UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN
CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA
FICHA DE REGISTRO DE ASISTENCIA DE LOS MIEMBROS DE LA ASOCIACIÓN CORAZÓN DE JESÚS

OBJETIVO: Socializar y definir a los miembros participantes en la propuesta de desarrollo de turismo rural de la Asociación Corazón Jesús, en la Parroquia Quinchicoto, para el desarrollo investigativo de "Las Pampas de Salasaka como aporte a la generación de productos turísticos del cantón Tisaleo".

Fecha: 19-12-2017

Persona responsable: Silvana Guato **Presidente de la Asociación:** Sr. Luis Bayas

FICHA DE REGISTRO DE ASISTENCIA DE LOS MIEMBROS DE LA ASOCIACIÓN CORAZÓN DE JESÚS				
Nº	Nombres y apellidos	Nº de cédula	Número de celular/teléfono	Firma
1	Hilón Raza Suárez	1803797715	09183572163	
2	Martín Mantillo			
3	Mariela Martínez			
4	Carolina Nuñez			
5	Sus H. Mantillo	15 11 -	1800359023	
6	María Encarnita	11 11	180114476	
7	Dora Miranda	180316017-0		
8	Karol Canessa	180129868-6	0999112072	
9	Edyred Ortiz	180095154-1		
10	Gonzalo Zambrano	1800153890		
11	Mariano Ortiz A	050223597		
Observaciones:				
Firma responsable: 			Nombres y apellidos: Silvana Guato	

N°	Nombres y apellidos	N° de cédula	Número de celular/teléfono	Firma
	Osvaldo Carrera	180111778-5		<i>Osvaldo Carrera</i>
12	Paula Ortiz	180293588-0	098659380-5	<i>Paula Ortiz</i>
13	Dimas Sánchez	180081557-5		<i>Dimas Sánchez</i>
14	Wilfredo Comero	180148198-5		<i>Wilfredo Comero</i>
15	Cristina Miranda	180428029-3	095879835-6	<i>Cristina Miranda</i>
16	Segundo Capuz	180108994-7	098710098-1	<i>Segundo Capuz</i>
17	Eduardo Ortiz	180108994-7	098710098-1	<i>Eduardo Ortiz</i>
18	Luis Bayas	180099981-7	098979117-5	<i>Luis Bayas</i>
19				
20				
21				
22				
23				
24				
25				
26				
27				
28				
29				
30				
31				
32				
33				
34				
Observaciones:				
Firma responsable: <i>Silvana Guato</i>			Nombres y apellidos: Silvana Guato	

Anexo 7: “Fichas MINTUR para el levantamiento y jerarquización de atractivos turísticos 2017”

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																									
Código del atractivo:	1	8	0	9	5	1	A	N	0	3	0	2	0	1	0	0	1								
	Provincia		Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo										
1. DATOS GENERALES																									
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																									
Laguna Cocha Helada																									
1.2 Categoría				1.3 Tipo				1.4 Subtipo																	
ATRATIVOS_NATURALES				AMBIENTES_LACUSTRES				LAGUNA																	
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO																									
2.1 Provincia				2.2 Cantón				2.3 Parroquia																	
TUNGURAHUA				TISALEO				QUINCHICOTO																	
2.4 Barrio, Sector o Comuna				2.5 Calle Principal			2.6 Número		2.7 Transversal																
S/N				S/N			S/N		S/N																
2.8 Latitud (grados decimales)				2.9 Longitud (grados decimales)				Click		2.10 Altura (msnm)															
-1.391398				-78.7117308						3.600															
a. Tipo de Administrador:				PÚBLICO				b. Nombre de la Institución:																	
c. Nombre del Administrador:								d. Cargo que ocupa:																	
e. Teléfono / Celular:								f. Correo Electrónico:																	
Observaciones:																									
3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO																									
3.1 Características climatológicas <input checked="" type="checkbox"/>																									
a. Clima:				Frío Ecuatorial de Alta Montaña				b. Temperatura(°C):		6-8		c. Precipitación Pluviométrica (mm):				800-1000									
3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>																									
a. Cultura				<input type="checkbox"/>				b. Naturaleza				<input checked="" type="checkbox"/>		c. Aventura			<input type="checkbox"/>								
3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico <input type="checkbox"/>																									
a. Prístino				<input type="checkbox"/>				b. Primitivo				<input checked="" type="checkbox"/>		c. Rústico Natural			<input type="checkbox"/>								
d. Rural				<input type="checkbox"/>				e. Urbano				<input type="checkbox"/>													
3.4 Ingreso al atractivo (U) <input type="checkbox"/>																									
a. Tipo de Ingreso		b. Horario de Atención				c. Atención																			
		Ingreso		Salida		Todos los días		Fines de semana y feriados		Solo días hábiles		Otro		Especificar											
Libre		<input checked="" type="checkbox"/>		0:00		0:00		<input checked="" type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		texto									
Restringido		<input type="checkbox"/>		0:00		0:00		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		texto									
Pagado		<input type="checkbox"/>		0:00		0:00		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		texto									
d. Maneja un sistema de reservas:				<input type="checkbox"/>				f. Forma de Pago:		Efectivo		<input type="checkbox"/>		Dinero Electrónico		<input type="checkbox"/>		Depósito Bancario		<input type="checkbox"/>		Tarjeta de Débito		<input type="checkbox"/>	
e. Precio:		Desde		0,00		Hasta		0,00		Tarjeta de Crédito		<input type="checkbox"/>		Transferencia Bancaria		<input type="checkbox"/>		Cheque		<input type="checkbox"/>					
g. Meses recomendables de visita:								Octubre, noviembre, marzo, abril																	
Observaciones: Es visitado durante todo el año pero en estos meses no existe mucha precesia de lluvias																									

4. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO							SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>																																														
a. Nombre de la ciudad o poblado más cercano (Que presente condiciones mínimas de servicios):							TISALEO																																																			
b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano:		16 km	c. Tiempo estimado de desplazamiento en auto: de 4:00 h/min		d. Coordenadas (grados decimales):		Lat.:	-1.350470	Long.:	-78.669292																																																
Observaciones: La distancia y tiempo son estimados y se ha tomado como punto de referencia el Parque Central del cantón.																																																										
4.2 Vías de Acceso (M) <input checked="" type="checkbox"/>																																																										
<table border="1"> <thead> <tr> <th>Tipo de vía</th> <th>Coordenada de inicio</th> <th>Coordenada de fin</th> <th>Distancia (km)</th> <th>Tipo de material</th> <th>Estado</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>a. Primer orden <input type="checkbox"/></td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>texto</td> <td></td> </tr> <tr> <td>b. Segundo orden <input type="checkbox"/></td> <td>0</td> <td>0</td> <td></td> <td>texto</td> <td></td> </tr> <tr> <td>c. Tercer orden <input checked="" type="checkbox"/></td> <td>-1.350470 -78.669292</td> <td>-1.391398 78.7117308</td> <td>16</td> <td>Tierra</td> <td>Regular</td> </tr> </tbody> </table>													Tipo de vía	Coordenada de inicio	Coordenada de fin	Distancia (km)	Tipo de material	Estado	a. Primer orden <input type="checkbox"/>	0	0	0	texto		b. Segundo orden <input type="checkbox"/>	0	0		texto		c. Tercer orden <input checked="" type="checkbox"/>	-1.350470 -78.669292	-1.391398 78.7117308	16	Tierra	Regular																						
Tipo de vía	Coordenada de inicio	Coordenada de fin	Distancia (km)	Tipo de material	Estado																																																					
a. Primer orden <input type="checkbox"/>	0	0	0	texto																																																						
b. Segundo orden <input type="checkbox"/>	0	0		texto																																																						
c. Tercer orden <input checked="" type="checkbox"/>	-1.350470 -78.669292	-1.391398 78.7117308	16	Tierra	Regular																																																					
Observaciones: Se toma como referencia al parque central del cantón																																																										
<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="3">b. Acuático (U) <input type="checkbox"/></th> <th>Marítimo <input type="checkbox"/></th> <th>Puerto / Muelle de partida</th> <th>texto</th> <th rowspan="3">Estado</th> <th>Puerto / Muelle de Llegada</th> <th>texto</th> <th rowspan="3">Estado</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Lacustre <input type="checkbox"/></td> <td>Puerto / Muelle de partida</td> <td>texto</td> <td>Puerto / Muelle de Llegada</td> <td>texto</td> </tr> <tr> <td>Fluvial <input type="checkbox"/></td> <td>Puerto / Muelle de partida</td> <td>texto</td> <td>Puerto / Muelle de Llegada</td> <td>texto</td> </tr> </tbody> </table>													b. Acuático (U) <input type="checkbox"/>	Marítimo <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto	Estado	Puerto / Muelle de Llegada	texto	Estado	Lacustre <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto	Puerto / Muelle de Llegada	texto	Fluvial <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto	Puerto / Muelle de Llegada	texto																												
b. Acuático (U) <input type="checkbox"/>	Marítimo <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto	Estado	Puerto / Muelle de Llegada	texto	Estado																																																			
	Lacustre <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto		Puerto / Muelle de Llegada	texto																																																				
	Fluvial <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto		Puerto / Muelle de Llegada	texto																																																				
Observaciones:																																																										
c. Aéreo (U) <input type="checkbox"/>																																																										
<table border="1"> <tr> <td>Nacional:</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td>Internacional:</td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> </table>													Nacional:	<input type="checkbox"/>	Internacional:	<input type="checkbox"/>																																										
Nacional:	<input type="checkbox"/>	Internacional:	<input type="checkbox"/>																																																							
Observaciones:																																																										
4.3 Servicio de transporte (M) <input type="checkbox"/>																																																										
<table border="1"> <tr> <td>a. Bus <input type="checkbox"/></td> <td>b. Buseta <input checked="" type="checkbox"/></td> <td>c. Transporte 4x4 <input checked="" type="checkbox"/></td> <td>d. Taxi <input checked="" type="checkbox"/></td> <td>e. Moto taxi <input type="checkbox"/></td> <td>f. Teleférico <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>g. Lancha <input type="checkbox"/></td> <td>h. Bote <input type="checkbox"/></td> <td>i. Barco <input type="checkbox"/></td> <td>j. Canoa <input type="checkbox"/></td> <td>k. Avión <input type="checkbox"/></td> <td>l. Avioneta <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>m. Helicóptero <input type="checkbox"/></td> <td>n. Otro <input type="checkbox"/></td> <td colspan="5">Especifique</td> </tr> </table>													a. Bus <input type="checkbox"/>	b. Buseta <input checked="" type="checkbox"/>	c. Transporte 4x4 <input checked="" type="checkbox"/>	d. Taxi <input checked="" type="checkbox"/>	e. Moto taxi <input type="checkbox"/>	f. Teleférico <input type="checkbox"/>	g. Lancha <input type="checkbox"/>	h. Bote <input type="checkbox"/>	i. Barco <input type="checkbox"/>	j. Canoa <input type="checkbox"/>	k. Avión <input type="checkbox"/>	l. Avioneta <input type="checkbox"/>	m. Helicóptero <input type="checkbox"/>	n. Otro <input type="checkbox"/>	Especifique																															
a. Bus <input type="checkbox"/>	b. Buseta <input checked="" type="checkbox"/>	c. Transporte 4x4 <input checked="" type="checkbox"/>	d. Taxi <input checked="" type="checkbox"/>	e. Moto taxi <input type="checkbox"/>	f. Teleférico <input type="checkbox"/>																																																					
g. Lancha <input type="checkbox"/>	h. Bote <input type="checkbox"/>	i. Barco <input type="checkbox"/>	j. Canoa <input type="checkbox"/>	k. Avión <input type="checkbox"/>	l. Avioneta <input type="checkbox"/>																																																					
m. Helicóptero <input type="checkbox"/>	n. Otro <input type="checkbox"/>	Especifique																																																								
Observaciones:																																																										
4.3.1 Detalle de transporte hacia el atractivo (M) <input type="checkbox"/>																																																										
<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio</th> <th rowspan="2">b. Estación / terminal</th> <th colspan="4">c. Frecuencia</th> <th rowspan="2">d. Detalle (Traslado origen / destino)</th> </tr> <tr> <th>Diaria</th> <th>Semanal</th> <th>Mensual</th> <th>Eventual</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>EXPRES TISALEO</td> <td>PARQUE CENTRAL</td> <td><input checked="" type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td>Centro de la ciudad-afueras del cantón</td> </tr> <tr> <td>RUTA TISALEO</td> <td>PARQUE CENTRAL</td> <td><input checked="" type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td>Centro de la ciudad-afueras del cantón</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>													a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio	b. Estación / terminal	c. Frecuencia				d. Detalle (Traslado origen / destino)	Diaria	Semanal	Mensual	Eventual	EXPRES TISALEO	PARQUE CENTRAL	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Centro de la ciudad-afueras del cantón	RUTA TISALEO	PARQUE CENTRAL	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Centro de la ciudad-afueras del cantón			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio	b. Estación / terminal	c. Frecuencia				d. Detalle (Traslado origen / destino)																																																				
		Diaria	Semanal	Mensual	Eventual																																																					
EXPRES TISALEO	PARQUE CENTRAL	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Centro de la ciudad-afueras del cantón																																																				
RUTA TISALEO	PARQUE CENTRAL	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Centro de la ciudad-afueras del cantón																																																				
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																																					
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																																					
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																																					
4.4 Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad (M) <input type="checkbox"/>																																																										
<table border="1"> <tr> <td>a. Accesibilidad motriz <input type="checkbox"/></td> <td>b. Accesibilidad visual <input type="checkbox"/></td> <td>c. Accesibilidad auditiva <input type="checkbox"/></td> <td>d. No es accesible <input type="checkbox"/></td> </tr> </table>													a. Accesibilidad motriz <input type="checkbox"/>	b. Accesibilidad visual <input type="checkbox"/>	c. Accesibilidad auditiva <input type="checkbox"/>	d. No es accesible <input type="checkbox"/>																																										
a. Accesibilidad motriz <input type="checkbox"/>	b. Accesibilidad visual <input type="checkbox"/>	c. Accesibilidad auditiva <input type="checkbox"/>	d. No es accesible <input type="checkbox"/>																																																							
Observaciones:																																																										
4.5 Señalización <input type="checkbox"/>																																																										
<table border="1"> <tr> <td>a. Señalización de aproximación al atractivo <input type="checkbox"/></td> <td>Estado (U)</td> <td>Bueno <input type="checkbox"/></td> <td>Regular <input type="checkbox"/></td> <td>Malo <input type="checkbox"/></td> </tr> </table>													a. Señalización de aproximación al atractivo <input type="checkbox"/>	Estado (U)	Bueno <input type="checkbox"/>	Regular <input type="checkbox"/>	Malo <input type="checkbox"/>																																									
a. Señalización de aproximación al atractivo <input type="checkbox"/>	Estado (U)	Bueno <input type="checkbox"/>	Regular <input type="checkbox"/>	Malo <input type="checkbox"/>																																																						
Observaciones:																																																										

5. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS SI NO S/I

5.1 Planta turística (M)

a. En el Atractivo <input type="checkbox"/>				b. En la ciudad o poblado cercano <input type="checkbox"/>			
Alojamiento <input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas	Alojamiento <input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas

Hotel <input type="checkbox"/>	0	0	0	Hotel <input type="checkbox"/>	0	0	0
Hostal <input type="checkbox"/>	0	0	0	Hostal <input checked="" type="checkbox"/>	2	0	0
Hostería <input type="checkbox"/>	0	0	0	Hostería <input checked="" type="checkbox"/>	1	0	0
Hacienda Turística <input type="checkbox"/>	0	0	0	Hacienda Turística <input type="checkbox"/>	0	0	0
Lodge <input type="checkbox"/>	0	0	0	Lodge <input type="checkbox"/>	0	0	0
Resort <input type="checkbox"/>	0	0	0	Resort <input type="checkbox"/>	0	0	0
Refugio <input type="checkbox"/>	0	0	0	Refugio <input type="checkbox"/>	0	0	0
Campamento Turístico <input type="checkbox"/>	0	0	0	Campamento Turístico <input type="checkbox"/>	0	0	0
Casa de Huéspedes <input type="checkbox"/>	0	0	0	Casa de Huéspedes <input type="checkbox"/>	0	0	0

Alimentos y bebidas <input type="checkbox"/>				Alimentos y bebidas <input checked="" type="checkbox"/>			
Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas		Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas	
Restaurantes <input type="checkbox"/>	0	0	0	Restaurantes <input checked="" type="checkbox"/>	1	0	0
Cafeterías <input type="checkbox"/>	0	0	0	Cafeterías <input type="checkbox"/>	0	0	0
Bares <input type="checkbox"/>	0	0	0	Bares <input type="checkbox"/>	0	0	0
Fuentes de soda <input type="checkbox"/>	0	0	0	Fuentes de soda <input type="checkbox"/>	0	0	0

Agencias de Viaje <input type="checkbox"/>		Establecimientos registrados	Agencias de Viaje <input type="checkbox"/>		Establecimientos registrados
Mayoristas <input type="checkbox"/>	0	0	Mayoristas <input type="checkbox"/>	0	0
Internacionales <input type="checkbox"/>	0	0	Internacionales <input type="checkbox"/>	0	0
Operadoras <input type="checkbox"/>	0	0	Operadoras <input type="checkbox"/>	0	0

Guía	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura		Guía	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	
<input type="checkbox"/>	0	0	0	Aventura	0	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Aventura	0

5.2 Facilidades en el entorno al atractivo

Categoría (M)	Tipo (M)	Cantidad	Coordenadas	Administrador	Accesibilidad universal	Estado (U)		
						B	R	M
a. De apoyo a la gestión turística <input type="checkbox"/>	Punto de Información <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	I-Tur <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de interpretación <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de facilitación turística <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de recepción de visitantes <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. De observación y vigilancia <input type="checkbox"/>	Garitas de guardiana <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Miradores <input type="checkbox"/>	0	0	Público	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Torres de avistamiento de aves <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Torres de vigilancia para salvavidas <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

c. De recorrido y descanso <input type="checkbox"/>	Senderos <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	Estaciones de sombra y descanso <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	Áreas de acampar <input checked="" type="checkbox"/>	1	-1.391398 -78.7117308	texto	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	Refugio de alta montaña <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
d. De servicio <input type="checkbox"/>	Baterías sanitarias <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	Estacionamientos <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
e. Otros <input type="checkbox"/>		0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>

Observaciones:

5.3 Complementarios a la actividad turística (M)

a. En el Atractivo b. En la ciudad o poblado cercano

Alquiler y venta de equipo especializado Venta de artesanías y merchandising Alquiler y venta de equipo especializado Venta de artesanías y merchandising

Casa de cambio Cajero automático Otro Casa de cambio Cajero automático Otro

Especifique: [texto](#) Especifique: [texto](#)

Observaciones:

6. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO SI NO S/I

6.1 Atractivo (U)

a. Conservado b. Alterado c. En proceso de deterioro d. Deteriorado

Observaciones:

6.1.1 Factores de alteración y deterioro (M)

6.1.1.1 Naturales (M) 6.1.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)

a. Erosión a. Actividades agrícolas y ganaderas b. Actividades forestales c. Actividades extractivas / minería

b. Humedad d. Actividades industriales e. Negligencia / abandono f. Huaquearías

c. Desastres naturales g. Conflicto de tenencia h. Condiciones de uso y exposición i. Falta de mantenimiento

d. Flora/Fauna j. Contaminación del ambiente k. Generación de residuos l. Expansión urbana

e. Clima m. Conflicto político / social n. Desarrollo industrial / comercial o. Vandalismo

Otro Especifique:

Observaciones:

6.2 Entorno (U)

a. Conservado b. Alterado c. En proceso de deterioro d. Deteriorado

Observaciones:

6.2.1 Factores de alteración y deterioro (M)

6.2.1.1 Naturales (M) 6.2.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)

a. Erosión a. Actividades agrícolas y ganaderas b. Actividades forestales c. Actividades extractivas / minería

b. Humedad d. Actividades industriales e. Negligencia / abandono f. Huaquearías

c. Desastres naturales g. Conflicto de tenencia h. Condiciones de uso y exposición i. Falta de mantenimiento

d. Flora/Fauna j. Contaminación del ambiente k. Generación de residuos l. Expansión urbana

e. Clima m. Conflicto político / social n. Desarrollo industrial / comercial o. Vandalismo

Otro Especifique:

Observaciones:

6.3. Declaratoria del espacio turístico asociado al atractivo

a. Declarante: b. Denominación: c. Fecha de declaración: d. Alcance:

Observaciones:

7. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA SI NO S/I

7.1 Servicios Básicos <input type="checkbox"/>	
a. En el atractivo <input type="checkbox"/>	b. En la ciudad o poblado mas cercano <input checked="" type="checkbox"/>
Agua: <input type="checkbox"/>	Agua <input checked="" type="checkbox"/> Potable
Especifique:	Especifique:
Energía eléctrica: <input type="checkbox"/>	Energía eléctrica <input checked="" type="checkbox"/> Red eléctrica de servicio público
Especifique:	Especifique:
Saneamiento: <input type="checkbox"/>	Saneamiento: <input checked="" type="checkbox"/> Red pública

Especifique:	Especifique:
Disposición de desechos <input type="checkbox"/>	Disposición de desechos <input checked="" type="checkbox"/> Carro Recolector
Especifique:	Especifique:

Observaciones:

7.2 Señalética en el atractivo

7.2.1 Ambiente	7.2.2. Tipo	7.2.3. Materialidad				7.2.4. Estado		
		a. Madera	b. Aluminio	c. Otro	Especifique	B	R	M
En áreas urbanas <input type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de atractivos turísticos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de sitio	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems direccionales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

En áreas naturales <input type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Señales turísticas de aproximación	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Paneles de direccionamiento hacia atractivos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de atractivos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de direccionamiento hacia atractivos, servicios y actividades	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Mesas interpretativas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótem de sitio	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Letreros informativos <input type="checkbox"/>	De información botánica	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Normativos de concienciación	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Señalética interna de seguridad <input type="checkbox"/>	Protección de los elementos del atractivo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otros <input type="checkbox"/>	texto							

Observaciones:

7.3 Salud (más cercano) (M) <input type="checkbox"/>					
a. En el atractivo <input type="checkbox"/>			b. En la ciudad o poblado mas cercano <input checked="" type="checkbox"/>		
Hospital o Clínica <input type="checkbox"/>	Cantidad	0	Hospital o Clínica <input type="checkbox"/>		0
Puesto / Centro de salud <input type="checkbox"/>		0	Puesto / Centro de salud <input checked="" type="checkbox"/>		1
Dispensario médico <input type="checkbox"/>		0	Dispensario médico <input type="checkbox"/>		0
Botiquín de primeros auxilios <input type="checkbox"/>		0	Botiquín de primeros auxilios <input type="checkbox"/>		0
Otros <input type="checkbox"/>		0	Otros <input type="checkbox"/>		0
Observaciones:					
7.4 Seguridad (M) <input type="checkbox"/>					
a. Privada <input type="checkbox"/>	Detalle	texto			
b. Policía nacional <input checked="" type="checkbox"/>		ECU 011			

c. Policía metropolitana / Municipal <input checked="" type="checkbox"/>	Detalle	103
d. Otra <input type="checkbox"/>		texto

Observaciones:

7.5 Servicio de comunicación de uso público (M)

a. En el atractivo <input type="checkbox"/>			b. En la ciudad o poblado mas cercano <input checked="" type="checkbox"/>		
Telefonía (M) <input type="checkbox"/>		Conexión a internet (M) <input type="checkbox"/>		Telefonía (M) <input checked="" type="checkbox"/>	
Fija <input type="checkbox"/>	Línea telefónica <input type="checkbox"/>	Fibra óptica <input type="checkbox"/>	Fija <input checked="" type="checkbox"/>	Línea telefónica <input checked="" type="checkbox"/>	Fibra óptica <input type="checkbox"/>
Móvil <input type="checkbox"/>	Satélite <input type="checkbox"/>	Redes inalámbricas <input type="checkbox"/>	Móvil <input checked="" type="checkbox"/>	Satélite <input type="checkbox"/>	Redes inalámbricas <input checked="" type="checkbox"/>
Satelital <input type="checkbox"/>	Telefonía móvil <input type="checkbox"/>		Satelital <input type="checkbox"/>	Telefonía móvil <input checked="" type="checkbox"/>	

Observaciones:

Radio portátil (U)

De uso exclusivo para el visitante De uso exclusivo para comunicación interna De uso exclusivo en caso de emergencia

Observaciones:

7.6 Multiamenazas (M)

Deslaves Sismos Erupciones volcánicas Incendios forestales
 Sequía Inundaciones Aguajes Tsunami

¿Existe un plan de contingencia en caso de catástrofes? Institución que elaboró el documento: texto Nombre del documento: texto Año de elaboración: de 0

Observaciones:

B. POLÍTICAS Y REGULACIONES SI NO S/I

a. ¿El GAD cuenta con el Plan de Desarrollo Turístico Territorial? SI NO Año de elaboración: 2016

b. ¿El atractivo se encuentra dentro de la planificación turística territorial (GAD'S)? SI NO Especifique:

c. ¿Existen normativas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo? SI NO Especifique:

d. ¿Existen ordenanzas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo? SI NO Especifique:

Observaciones:

9. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U)						SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	S/I <input type="checkbox"/>	
9.1 ATRACTIVOS NATURALES (M)						<input type="checkbox"/>			
9.1.1 En el Agua (M)						<input type="checkbox"/>			
a. Buceo	<input type="checkbox"/>	b. Kayak de mar	<input type="checkbox"/>	c. Kayak lacustre	<input type="checkbox"/>	d. Kayak de Río	<input type="checkbox"/>	e. Surf	<input type="checkbox"/>
f. Kite surf	<input type="checkbox"/>	g. Rafting	<input type="checkbox"/>	h. Snorkel	<input type="checkbox"/>	i. Tubing	<input type="checkbox"/>	j. Regata	<input type="checkbox"/>
k. Paseo en panga	<input type="checkbox"/>	l. Paseo en bote	<input type="checkbox"/>	m. Paseo en lancha	<input type="checkbox"/>	n. Paseo en moto acuática	<input type="checkbox"/>	o. Parasailing	<input type="checkbox"/>
p. Esquí acuático	<input type="checkbox"/>	q. Banana flotante	<input type="checkbox"/>	r. Boya	<input type="checkbox"/>	s. Pesa deportiva	<input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>	texto
Observaciones:									
9.1.2 En el Aire (M)						<input type="checkbox"/>			
a. Alas Delta	<input type="checkbox"/>	b. Canopy	<input type="checkbox"/>	c. Parapente	<input type="checkbox"/>	d Otro	<input type="checkbox"/>	texto	
Observaciones:									
9.1.3 En Superficie Terrestre (M)						<input type="checkbox"/>			
a. Montañismo	<input type="checkbox"/>	b. Escalada	<input type="checkbox"/>	c. Senderismo	<input checked="" type="checkbox"/>	d. Cicloturismo	<input type="checkbox"/>	e. Canyoning	<input type="checkbox"/>
f. Exploración de cuevas	<input type="checkbox"/>	g. Actividades Recreativas	<input type="checkbox"/>	h. Cabalgata	<input type="checkbox"/>	i. Caminata	<input checked="" type="checkbox"/>	j. Camping	<input type="checkbox"/>
k. Picnic	<input type="checkbox"/>	l. Observación de flora y fauna	<input checked="" type="checkbox"/>	m. Observación de astros	<input type="checkbox"/>	n. Otro	<input type="checkbox"/>	texto	
Observaciones:									
9.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U)						<input type="checkbox"/>			

9.2.1 Tangibles e intangibles						<input type="checkbox"/>		
a. Recorridos guiados	<input type="checkbox"/>	b. Recorrido autoguiados	<input type="checkbox"/>	c. Visita a talleres artísticos	<input type="checkbox"/>			
h. Participación en talleres artísticos	<input type="checkbox"/>	d. Visita a talleres artesanales	<input type="checkbox"/>	i. Participación en talleres artesanales	<input type="checkbox"/>			
e. Exposiciones temáticas permanentes, temporales y eventuales	<input type="checkbox"/>	f. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales.	<input type="checkbox"/>	i. Actividades vivenciales y/o lúdicas	<input type="checkbox"/>			
g. Presentaciones o representaciones en vivo	<input type="checkbox"/>	h. Muestras audiovisuales	<input type="checkbox"/>	g. Fotografía	<input type="checkbox"/>			
j. Degustación de platos tradicionales	<input type="checkbox"/>	l. Participación de la celebración	<input type="checkbox"/>	m. Compra de artesanías	<input type="checkbox"/>			
n. Convivencia	<input type="checkbox"/>	o. Medicina ancestral	<input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto		
Observaciones:								

10. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO						SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	S/I <input type="checkbox"/>
---	--	--	--	--	--	--	-----------------------------	------------------------------

10.1. Medios de Promoción del Atractivo (M)								
¿Existe un plan de promoción turística cantonal?						SI <input type="checkbox"/>	NO <input checked="" type="checkbox"/>	Especifique:
¿El Atractivo se encuentra incluido en el plan de promoción turístico cantonal?						SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	

Medio Promocional	Dirección y nombre de los medios promocionales	Periodicidad de la promoción
a. Página WEB <input checked="" type="checkbox"/>	URL: turismotisaleo	Anual
b. Red Social <input checked="" type="checkbox"/>	Nombre: turismotisaleo	Anual
c. Revistas Especializadas <input type="checkbox"/>	Nombre:	
d. Material POP <input type="checkbox"/>	Nombre:	
e. Oficina de Información Turística <input type="checkbox"/>	Nombre:	
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa) <input type="checkbox"/>	Nombre:	
g. Asistencia a ferias turísticas <input type="checkbox"/>	Nombre:	

h. Otro <input type="checkbox"/>	Nombre:	
Observaciones:		

10.2. El atractivo forma parte de una oferta establecida (paquete turístico)		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique: texto							
Observaciones:													
11. REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA (M)													
11.1. Frecuencia de visita según datos estadísticos		<input type="checkbox"/>											
a. ¿Posee un sistema de registro de visitantes?		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	Tipo: Digital <input type="checkbox"/> Papel <input type="checkbox"/> Años de registro: 0							
b. ¿Se genera reporte de estadísticas de visita al atractivo?		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	Frecuencia de los reportes:							
c. Temporalidad de visita al atractivo													
Alta (meses)	<input type="checkbox"/>	Especifique	texto			Número de visitantes	0						
Baja (meses)	<input type="checkbox"/>		texto			Número de visitantes	0						
d. Llegada de turistas													
<input type="checkbox"/>	Turista nacional			Llegadas mensuales	Total anual	<input type="checkbox"/>	Turista extranjero						
Ciudades de origen	texto	0	0	Países de origen	texto	0	0						
	texto	0	0		texto	0	0						
	texto	0	0		texto	0	0						
Observaciones:													
11.2. Frecuencia de visita según informantes clave <input type="checkbox"/>													
Nombre del Informante Clave:				Contactos:									
Demanda según días de visita <input type="checkbox"/>				Demanda según frecuencia de visita <input type="checkbox"/>									
Lunes a viernes	0	Fines de semana	0	Días feriados	0	Permanente	<input type="checkbox"/>	Estacional	<input type="checkbox"/>	Esporádica	<input type="checkbox"/>	Inexistente	<input type="checkbox"/>
Observaciones:													

12. RECURSO HUMANO												SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Número de personas a cargo de la administración y operación del atractivo						<input type="checkbox"/>	0	d. Número de personas especializadas en turismo						<input type="checkbox"/>	0		
e. Número de personas con nivel de instrucción (M):			<input type="checkbox"/>	f. Número de personas capacitadas por temática (M)			<input type="checkbox"/>	g. Número de personas que manejan algún de idiomas (M)						<input type="checkbox"/>			
Primaria	0	Secundaria	0	Primeros Auxilios	0	Hospitalidad	0	Inglés	0	Alemán	0						
Tercer Nivel	0	Cuarto Nivel	0	Atención al Cliente	0	Guianza	0	Francoés	0	Italiano	0						
Otro	texto		Sensibilización de discapacidades	de	0	Otro	texto	Chino	0	Otro	texto						
Observaciones:																	

13. DESCRIPCION DEL ATRACTIVO (500 caracteres)

Ubicado en la montaña alta del cantón, en las faldas del Canhuayrazo, es una laguna que abarca una gran riqueza paisajística, sirve de hábitat para diversas especies de flora y fauna. Se puede realizar caminatas y senderismo por el páramo alto, durante su recorrido se puede observar innumerables almohadillas que recolectan una gran cantidad de agua, asimismo se puede realizar fotografía de los diferentes paisajes existentes, perfecto como un sitio para acampar.



c. Ubicación gráfica del Atractivo



Fuente: <http://mapasamerica.dices.net/ecuador/mapa.php?nombre=Quinchicoto&id=12845>

FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)

ELABORADO POR:		VALIDADO POR:		APROBADO POR:	
Apellido y Nombre	Guato Caiza Silvana Estefania	Apellido y Nombre	Mauricio Sánchez	Apellido y Nombre	
Institución	Universidad Técnica de Ambato	Institución	GAD Municipal de Tisaleo	Institución	
Cargo	Estudiante	Cargo	Técnico de Turismo	Cargo	
Correo Electrónico	sguato4302@uta.edu.ec	Correo Electrónico		Correo Electrónico	
Teléfono		Teléfono		Teléfono	
Firma		Firma		Firma	
Fecha	26 de Octubre de 2017	Fecha	31 de Octubre de 2017	Fecha	

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																		
Código del atractivo:	1	8	0	9	5	1	A	N	0	1	0	2	0	1	0	0	1	
	Provincia		Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo			
1. DATOS GENERALES																		
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																		
Minas de Molina																		
1.2 Categoría					1.3 Tipo					1.4 Subtipo								
ATRATIVOS_NATURALES					MONTAÑAS					MEDIA MONTAÑA								
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO																		
2.1 Provincia					2.2 Cantón					2.3 Parroquia								
TUNGURAHUA					TISALEO					QUINCHICOTO								
2.4 Barrio, Sector o Comuna					2.5 Calle Principal					2.6 Número			2.7 Transversal					
S/N					S/N					S/N			S/N					
2.8 Latitud (grados decimales)					2.9 Longitud (grados decimales)					Click		2.10 Altura (msnm)						
-1,397535					-78,679002							5.500						
a. Tipo de Administrador: PÚBLICO																		
b. Nombre de la Institución:																		
c. Nombre del Administrador:																		
d. Cargo que ocupa:																		
e. Teléfono / Celular:																		
f. Correo Electrónico:																		
Observaciones:																		
3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO																		
3.1 Características climatológicas <input checked="" type="checkbox"/>																		
a. Clima: Frío Ecuatorial de Alta Montaña					b. Temperatura(°C): 5-6					c. Precipitación Pluviométrica (mm): 800-1000								
3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>																		
a. Cultura <input type="checkbox"/>					b. Naturaleza <input checked="" type="checkbox"/>					c. Aventura <input type="checkbox"/>								
3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico <input type="checkbox"/>																		
a. Prístino <input type="checkbox"/>				b. Primitivo <input checked="" type="checkbox"/>				c. Rústico Natural <input type="checkbox"/>				d. Rural <input type="checkbox"/>			e. Urbano <input type="checkbox"/>			
3.4 Ingreso al atractivo (U) <input type="checkbox"/>																		
a. Tipo de Ingreso		b. Horario de Atención			c. Atención													
		Ingreso	Salida		Todos los días	Fines de semana y feriados	Solo días hábiles	Otro	Especificar									
Libre <input checked="" type="checkbox"/>	0:00	0:00		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto										
Restringido <input type="checkbox"/>	0:00	0:00		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto										
Pagado <input type="checkbox"/>	0:00	0:00		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto										
d. Maneja un sistema de reservas: <input type="checkbox"/>				f. Forma de Pago:		Efectivo <input type="checkbox"/>	Dinero Electrónico <input type="checkbox"/>	Depósito Bancario <input type="checkbox"/>	Tarjeta de Débito <input type="checkbox"/>									
e. Precio: Desde 0,00 Hasta 0,00						Tarjeta de Crédito <input type="checkbox"/>	Transferencia Bancaria <input type="checkbox"/>		Cheque <input type="checkbox"/>									
g. Meses recomendables de visita:				Octubre, noviembre, marzo, abril														
Observaciones: Es visitado durante todo el año pero en estos meses no existe mucha precencia de lluvias																		

4. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO							SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>																																													
a. Nombre de la ciudad o poblado más cercano (Que presente condiciones mínimas de servicios):							TISALEO																																																		
b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano:		18 km	c. Tiempo estimado de desplazamiento en auto:		1:00 h/min	d. Coordenadas (grados decimales):		Lat.:	-1.350470	Long.:	-78.669292																																														
Observaciones: La distancia y tiempo son estimados y se ha tomado como punto de referencia el Parque Central del cantón.																																																									
4.2 Vías de Acceso (M) <input checked="" type="checkbox"/>																																																									
<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">Tipo de vía</th> <th>Coordenada de inicio</th> <th>Coordenada de fin</th> <th>Distancia (km)</th> <th>Tipo de material</th> <th>Estado</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>a. Terrestre (M) <input type="checkbox"/></td> <td>a. Primer orden <input type="checkbox"/></td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>texto</td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td>b. Segundo orden <input type="checkbox"/></td> <td>0</td> <td>0</td> <td></td> <td>texto</td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td>c. Tercer orden <input checked="" type="checkbox"/></td> <td>-1.350470 -78.669292</td> <td>-1.395592 -78.711580</td> <td>14</td> <td>Tierra</td> <td>Regular</td> </tr> </tbody> </table>												Tipo de vía		Coordenada de inicio	Coordenada de fin	Distancia (km)	Tipo de material	Estado	a. Terrestre (M) <input type="checkbox"/>	a. Primer orden <input type="checkbox"/>	0	0	0	texto			b. Segundo orden <input type="checkbox"/>	0	0		texto			c. Tercer orden <input checked="" type="checkbox"/>	-1.350470 -78.669292	-1.395592 -78.711580	14	Tierra	Regular																		
Tipo de vía		Coordenada de inicio	Coordenada de fin	Distancia (km)	Tipo de material	Estado																																																			
a. Terrestre (M) <input type="checkbox"/>	a. Primer orden <input type="checkbox"/>	0	0	0	texto																																																				
	b. Segundo orden <input type="checkbox"/>	0	0		texto																																																				
	c. Tercer orden <input checked="" type="checkbox"/>	-1.350470 -78.669292	-1.395592 -78.711580	14	Tierra	Regular																																																			
Observaciones: Se toma como referencia al parque central del cantón																																																									
<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="3">b. Acuático (U) <input type="checkbox"/></th> <th>Marítimo <input type="checkbox"/></th> <th>Puerto / Muelle de partida</th> <th>texto</th> <th rowspan="3">Estado</th> <th>Puerto / Muelle de Llegada</th> <th>texto</th> <th rowspan="3">Estado</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Lacustre <input type="checkbox"/></td> <td>Puerto / Muelle de partida</td> <td>texto</td> <td>Puerto / Muelle de Llegada</td> <td>texto</td> </tr> <tr> <td>Fluvial <input type="checkbox"/></td> <td>Puerto / Muelle de partida</td> <td>texto</td> <td>Puerto / Muelle de Llegada</td> <td>texto</td> </tr> </tbody> </table>												b. Acuático (U) <input type="checkbox"/>	Marítimo <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto	Estado	Puerto / Muelle de Llegada	texto	Estado	Lacustre <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto	Puerto / Muelle de Llegada	texto	Fluvial <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto	Puerto / Muelle de Llegada	texto																												
b. Acuático (U) <input type="checkbox"/>	Marítimo <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto	Estado	Puerto / Muelle de Llegada	texto	Estado																																																		
	Lacustre <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto		Puerto / Muelle de Llegada	texto																																																			
	Fluvial <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto		Puerto / Muelle de Llegada	texto																																																			
Observaciones:																																																									
c. Aéreo (U) <input type="checkbox"/> <table border="1"> <tr> <td>Nacional:</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td>Internacional:</td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> </table>												Nacional:	<input type="checkbox"/>	Internacional:	<input type="checkbox"/>																																										
Nacional:	<input type="checkbox"/>	Internacional:	<input type="checkbox"/>																																																						
Observaciones:																																																									
4.3 Servicio de transporte (M) <input type="checkbox"/>																																																									
<table border="1"> <tbody> <tr> <td>a. Bus <input type="checkbox"/></td> <td>b. Buseta <input checked="" type="checkbox"/></td> <td>c. Transporte 4x4 <input checked="" type="checkbox"/></td> <td>d. Taxi <input checked="" type="checkbox"/></td> <td>e. Moto taxi <input type="checkbox"/></td> <td>f. Teleférico <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>g. Lancha <input type="checkbox"/></td> <td>h. Bote <input type="checkbox"/></td> <td>i. Barco <input type="checkbox"/></td> <td>j. Canoa <input type="checkbox"/></td> <td>k. Avión <input type="checkbox"/></td> <td>l. Avioneta <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>m. Helicóptero <input type="checkbox"/></td> <td>n. Otro <input type="checkbox"/></td> <td colspan="4">Especifique</td> </tr> </tbody> </table>												a. Bus <input type="checkbox"/>	b. Buseta <input checked="" type="checkbox"/>	c. Transporte 4x4 <input checked="" type="checkbox"/>	d. Taxi <input checked="" type="checkbox"/>	e. Moto taxi <input type="checkbox"/>	f. Teleférico <input type="checkbox"/>	g. Lancha <input type="checkbox"/>	h. Bote <input type="checkbox"/>	i. Barco <input type="checkbox"/>	j. Canoa <input type="checkbox"/>	k. Avión <input type="checkbox"/>	l. Avioneta <input type="checkbox"/>	m. Helicóptero <input type="checkbox"/>	n. Otro <input type="checkbox"/>	Especifique																															
a. Bus <input type="checkbox"/>	b. Buseta <input checked="" type="checkbox"/>	c. Transporte 4x4 <input checked="" type="checkbox"/>	d. Taxi <input checked="" type="checkbox"/>	e. Moto taxi <input type="checkbox"/>	f. Teleférico <input type="checkbox"/>																																																				
g. Lancha <input type="checkbox"/>	h. Bote <input type="checkbox"/>	i. Barco <input type="checkbox"/>	j. Canoa <input type="checkbox"/>	k. Avión <input type="checkbox"/>	l. Avioneta <input type="checkbox"/>																																																				
m. Helicóptero <input type="checkbox"/>	n. Otro <input type="checkbox"/>	Especifique																																																							
Observaciones:																																																									
4.3.1 Detalle de transporte hacia el atractivo (M) <input type="checkbox"/>																																																									
<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio</th> <th rowspan="2">b. Estación / terminal</th> <th colspan="4">c. Frecuencia</th> <th rowspan="2">d. Detalle (Traslado origen / destino)</th> </tr> <tr> <th>Diaria</th> <th>Semanal</th> <th>Mensual</th> <th>Eventual</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>EXPRES TISALEO</td> <td>PARQUE CENTRAL</td> <td><input checked="" type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td>Centro de la ciudad-afueras del cantón</td> </tr> <tr> <td>RUTA TISALEO</td> <td>PARQUE CENTRAL</td> <td><input checked="" type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td>Centro de la ciudad-afueras del cantón</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>												a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio	b. Estación / terminal	c. Frecuencia				d. Detalle (Traslado origen / destino)	Diaria	Semanal	Mensual	Eventual	EXPRES TISALEO	PARQUE CENTRAL	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Centro de la ciudad-afueras del cantón	RUTA TISALEO	PARQUE CENTRAL	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Centro de la ciudad-afueras del cantón			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio	b. Estación / terminal	c. Frecuencia				d. Detalle (Traslado origen / destino)																																																			
		Diaria	Semanal	Mensual	Eventual																																																				
EXPRES TISALEO	PARQUE CENTRAL	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Centro de la ciudad-afueras del cantón																																																			
RUTA TISALEO	PARQUE CENTRAL	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Centro de la ciudad-afueras del cantón																																																			
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																																				
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																																				
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																																				
4.4 Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad (M) <input type="checkbox"/>																																																									
<table border="1"> <tbody> <tr> <td>a. Accesibilidad motriz <input type="checkbox"/></td> <td>b. Accesibilidad visual <input type="checkbox"/></td> <td>c. Accesibilidad auditiva <input type="checkbox"/></td> <td>d. No es accesible <input type="checkbox"/></td> </tr> </tbody> </table>												a. Accesibilidad motriz <input type="checkbox"/>	b. Accesibilidad visual <input type="checkbox"/>	c. Accesibilidad auditiva <input type="checkbox"/>	d. No es accesible <input type="checkbox"/>																																										
a. Accesibilidad motriz <input type="checkbox"/>	b. Accesibilidad visual <input type="checkbox"/>	c. Accesibilidad auditiva <input type="checkbox"/>	d. No es accesible <input type="checkbox"/>																																																						
Observaciones:																																																									
4.5 Señalización <input type="checkbox"/>																																																									
<table border="1"> <tbody> <tr> <td>a. Señalización de aproximación al atractivo <input type="checkbox"/></td> <td>Estado (U)</td> <td>Bueno <input type="checkbox"/></td> <td>Regular <input type="checkbox"/></td> <td>Malo <input type="checkbox"/></td> </tr> </tbody> </table>												a. Señalización de aproximación al atractivo <input type="checkbox"/>	Estado (U)	Bueno <input type="checkbox"/>	Regular <input type="checkbox"/>	Malo <input type="checkbox"/>																																									
a. Señalización de aproximación al atractivo <input type="checkbox"/>	Estado (U)	Bueno <input type="checkbox"/>	Regular <input type="checkbox"/>	Malo <input type="checkbox"/>																																																					
Observaciones:																																																									

5. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS SI NO S/I

5.1 Planta turística (M) <input checked="" type="checkbox"/>							
a. En el Atractivo <input type="checkbox"/>			b. En la ciudad o poblado cercano <input type="checkbox"/>				
Alojamiento <input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas	Alojamiento <input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas

Hotel <input type="checkbox"/>	0	0	0	Hotel <input type="checkbox"/>	0	0	0
Hostal <input type="checkbox"/>	0	0	0	Hostal <input checked="" type="checkbox"/>	2	0	0
Hostería <input type="checkbox"/>	0	0	0	Hostería <input checked="" type="checkbox"/>	1	0	0
Hacienda Turística <input type="checkbox"/>	0	0	0	Hacienda Turística <input type="checkbox"/>	0	0	0
Lodge <input type="checkbox"/>	0	0	0	Lodge <input type="checkbox"/>	0	0	0
Resort <input type="checkbox"/>	0	0	0	Resort <input type="checkbox"/>	0	0	0
Refugio <input type="checkbox"/>	0	0	0	Refugio <input type="checkbox"/>	0	0	0
Campamento Turístico <input type="checkbox"/>	0	0	0	Campamento Turístico <input type="checkbox"/>	0	0	0
Casa de Huéspedes <input type="checkbox"/>	0	0	0	Casa de Huéspedes <input type="checkbox"/>	0	0	0

Observaciones:				Observaciones:			
Alimentos y bebidas <input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas	Alimentos y bebidas <input checked="" type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas
Restaurantes <input type="checkbox"/>	0	0	0	Restaurantes <input checked="" type="checkbox"/>	1	0	0
Cafeterías <input type="checkbox"/>	0	0	0	Cafeterías <input type="checkbox"/>	0	0	0
Bares <input type="checkbox"/>	0	0	0	Bares <input type="checkbox"/>	0	0	0
Fuentes de soda <input type="checkbox"/>	0	0	0	Fuentes de soda <input type="checkbox"/>	0	0	0
Observaciones:				Observaciones:			

Agencias de Viaje <input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Agencias de Viaje <input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados
Mayoristas <input type="checkbox"/>	0	Mayoristas <input type="checkbox"/>	0
Internacionales <input type="checkbox"/>	0	Internacionales <input type="checkbox"/>	0
Operadoras <input type="checkbox"/>	0	Operadoras <input type="checkbox"/>	0
Observaciones:		Observaciones:	
Guía Local <input type="checkbox"/>	Nacional Especializado <input type="checkbox"/>	Cultura <input type="checkbox"/>	0
0	0	Aventura <input type="checkbox"/>	0
Observaciones:		Observaciones:	

5.2 Facilidades en el entorno al atractivo <input type="checkbox"/>								
Categoría (M)	Tipo (M)	Cantidad	Coordenadas	Administrador	Accesibilidad universal	Estado (U)		
a. De apoyo a la gestión turística <input type="checkbox"/>	Punto de Información <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	I-Tur <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de interpretación <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de facilitación turística <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de recepción de visitantes <input type="checkbox"/>	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

b. De observación y vigilancia <input type="checkbox"/>	Garitas de guardiana <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Miradores <input checked="" type="checkbox"/>	1	-1.4164 -78.7299	Público	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Torres de avistamiento de aves <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Torres de vigilancia para salvavidas <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. De recorrido y descanso <input type="checkbox"/>	Senderos <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Estaciones de sombra y descanso <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Áreas de acampar <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Refugio de alta montaña <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. De servicio <input type="checkbox"/>	Baterías sanitarias <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Estacionamientos <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. Otros <input type="checkbox"/>		0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Observaciones:			
5.3 Complementarios a la actividad turística (M) <input type="checkbox"/>			
a. En el Atractivo <input type="checkbox"/>		b. En la ciudad o poblado cercano <input checked="" type="checkbox"/>	
Alquiler y venta de equipo especializado <input type="checkbox"/>	Venta de artesanías y merchandising <input type="checkbox"/>	Alquiler y venta de equipo especializado <input type="checkbox"/>	Venta de artesanías y merchandising <input checked="" type="checkbox"/>
Casa de cambio <input type="checkbox"/>	Cajero automático <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>	Casa de cambio <input type="checkbox"/>
Cajero automático <input type="checkbox"/>		Cajero automático <input checked="" type="checkbox"/>	
Otro <input type="checkbox"/>		Otro <input type="checkbox"/>	
Especifique: texto		Especifique: texto	
Observaciones:			
6. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>			
6.1 Atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>			
a. Conservado <input checked="" type="checkbox"/>	b. Alterado <input type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/>	d. Deteriorado <input type="checkbox"/>
Observaciones:			
6.1.1 Factores de alteración y deterioro (M)			
6.1.1.1 Naturales (M)		6.1.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)	
a. Erosión <input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas <input type="checkbox"/>	b. Actividades forestales <input type="checkbox"/>	c. Actividades extractivas / minería <input type="checkbox"/>
b. Humedad <input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales <input type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono <input type="checkbox"/>	f. Huaquearías <input type="checkbox"/>
c. Desastres naturales <input type="checkbox"/>	g. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/>	h. Condiciones de uso y exposición <input type="checkbox"/>	i. Falta de mantenimiento <input type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna <input type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente <input type="checkbox"/>	k. Generación de residuos <input type="checkbox"/>	l. Expansión urbana <input type="checkbox"/>
e. Clima <input type="checkbox"/>	m. Conflicto político / social <input type="checkbox"/>	n. Desarrollo industrial / comercial <input type="checkbox"/>	o. Vandalismo <input type="checkbox"/>
Otro <input type="checkbox"/>	Especifique:		
Observaciones:			
6.3. Declaratoria del espacio turístico asociado al atractivo <input type="checkbox"/>			
a. Declarante:	b. Denominación:	b. Fecha de declaración:	c. Alcance:
Observaciones:			

7. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA SI NO S/I

7.1 Servicios Básicos <input type="checkbox"/>	
a. En el atractivo <input type="checkbox"/>	b. En la ciudad o poblado mas cercano <input checked="" type="checkbox"/>
Agua: <input type="checkbox"/>	Agua <input checked="" type="checkbox"/> Potable
Especifique:	Especifique:
Energía eléctrica: <input type="checkbox"/>	Energía eléctrica <input checked="" type="checkbox"/> Red eléctrica de servicio público
Especifique:	Especifique:
Saneamiento: <input type="checkbox"/>	Saneamiento: <input checked="" type="checkbox"/> Red pública

Especifique:	Especifique:
Disposición de desechos <input type="checkbox"/>	Disposición de desechos <input checked="" type="checkbox"/> Carro Recolector
Especifique:	Especifique:

Observaciones:

7.2 Señalética en el atractivo

7.2.1 Ambiente	7.2.2. Tipo	7.2.3. Materialidad				7.2.4. Estado		
		a. Madera	b. Aluminio	c. Otro	Especifique	B	R	M
En áreas urbanas <input type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de atractivos turísticos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de sitio	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems direccionales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

En áreas naturales <input type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Señales turísticas de aproximación	0	0	2	Metal	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Paneles de direccionamiento hacia atractivos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de atractivos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de direccionamiento hacia atractivos, servicios y actividades	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Mesas interpretativas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótem de sitio	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tótem de direccionamiento	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Letreros informativos <input type="checkbox"/>	De información botánica	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Normativos de concienciación	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Señalética interna de seguridad <input type="checkbox"/>	Protección de los elementos del atractivo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otros <input type="checkbox"/>	texto							

Observaciones:

7.3 Salud (más cercano) (M) <input type="checkbox"/>					
a. En el atractivo <input type="checkbox"/>			b. En la ciudad o poblado mas cercano <input checked="" type="checkbox"/>		
Hospital o Clínica <input type="checkbox"/>	Cantidad	0	Hospital o Clínica <input type="checkbox"/>		0
Puesto / Centro de salud <input type="checkbox"/>		0	Puesto / Centro de salud <input checked="" type="checkbox"/>		0
Dispensario médico <input type="checkbox"/>		0	Dispensario médico <input type="checkbox"/>		0
Botiquín de primeros auxilios <input type="checkbox"/>		0	Botiquín de primeros auxilios <input type="checkbox"/>		0
Otros <input type="checkbox"/>		0	Otros <input type="checkbox"/>		0
Observaciones:					
7.4 Seguridad (M) <input type="checkbox"/>					
a. Privada <input type="checkbox"/>	Detalle	texto			
b. Policía nacional <input checked="" type="checkbox"/>		ECU 911			

c. Policía metropolitana / Municipal <input checked="" type="checkbox"/>	Detalle	103
d. Otra <input type="checkbox"/>		texto
Observaciones:		

7.5 Servicio de comunicación de uso público (M) <input type="checkbox"/>					
a. En el atractivo <input type="checkbox"/>			b. En la ciudad o poblado mas cercano <input checked="" type="checkbox"/>		
Telefonía (M) <input type="checkbox"/>		Conexión a internet (M) <input type="checkbox"/>		Telefonía (M) <input checked="" type="checkbox"/>	
Fija <input type="checkbox"/>	Línea telefónica <input type="checkbox"/>	Fibra óptica <input type="checkbox"/>	Fija <input checked="" type="checkbox"/>	Línea telefónica <input checked="" type="checkbox"/>	Fibra óptica <input type="checkbox"/>
Móvil <input type="checkbox"/>	Satélite <input type="checkbox"/>	Redes inalámbricas <input type="checkbox"/>	Móvil <input checked="" type="checkbox"/>	Satélite <input type="checkbox"/>	Redes inalámbricas <input checked="" type="checkbox"/>
Satelital <input type="checkbox"/>	Telefonía móvil <input type="checkbox"/>		Satelital <input type="checkbox"/>	Telefonía móvil <input checked="" type="checkbox"/>	
Observaciones:					
Radio portátil (U) <input checked="" type="checkbox"/>					
De uso exclusivo para el visitante <input type="checkbox"/>	De uso exclusivo para comunicación interna <input checked="" type="checkbox"/>		De uso exclusivo en caso de emergencia <input type="checkbox"/>		
Observaciones:					
7.6 Multiamenazas (M) <input checked="" type="checkbox"/>					
Deslaves <input type="checkbox"/>		Sismos <input type="checkbox"/>		Erupciones volcánicas <input checked="" type="checkbox"/>	
Inundaciones <input checked="" type="checkbox"/>		Aguajes <input type="checkbox"/>		Tsunami <input type="checkbox"/>	
Sequía <input type="checkbox"/>	Inundaciones <input checked="" type="checkbox"/>		Aguajes <input type="checkbox"/>		Tsunami <input type="checkbox"/>
¿Existe un plan de contingencia en caso de catástrofes? <input checked="" type="checkbox"/>	Institución que elaboró el documento.	GAD de Tisaleo	Nombre del documento:	texto	Año de elaboración: 2016
Observaciones:					

8. POLÍTICAS Y REGULACIONES						SI <input type="checkbox"/>	NO <input checked="" type="checkbox"/>	S/I <input type="checkbox"/>
a. ¿El GAD cuenta con el Plan de Desarrollo Turístico Territorial?						SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	Año de elaboración: 2016
b. ¿El atractivo se encuentra dentro de la planificación turística territorial (GAD'S)?						SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	Especifique:
c. ¿Existen normativas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?						SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	Especifique:
d. ¿Existen ordenanzas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?						SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	Especifique:
Observaciones:								

9. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U)							SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
9.1 ATRACTIVOS NATURALES (M)							<input type="checkbox"/>					
9.1.1 En el Agua (M)							<input type="checkbox"/>					
a. Buceo	<input type="checkbox"/>	b. Kayak de mar	<input type="checkbox"/>	c. Kayak lacustre	<input type="checkbox"/>	d. Kayak de Río	<input type="checkbox"/>	e. Surf	<input type="checkbox"/>			
f. Kite surf	<input type="checkbox"/>	g. Rafting	<input type="checkbox"/>	h. Snorkel	<input type="checkbox"/>	i. Tubing	<input type="checkbox"/>	j. Regata	<input type="checkbox"/>			
k. Paseo en panga	<input type="checkbox"/>	l. Paseo en bote	<input type="checkbox"/>	m. Paseo en lancha	<input type="checkbox"/>	n. Paseo en moto acuática	<input type="checkbox"/>	o. Parasailing	<input type="checkbox"/>			
p. Esquí acuático	<input type="checkbox"/>	q. Banana flotante	<input type="checkbox"/>	r. Boya	<input type="checkbox"/>	s. Pesa deportiva	<input type="checkbox"/>	Otro	<input type="checkbox"/>	texto		
Observaciones:												
9.1.2 En el Aire (M)							<input type="checkbox"/>					
a. Alas Delta	<input type="checkbox"/>	b. Canopy	<input type="checkbox"/>	c. Parapente	<input type="checkbox"/>	d Otro	<input type="checkbox"/>	texto				
Observaciones:												
9.1.3 En Superficie Terrestre (M)							<input type="checkbox"/>					
a. Montañismo	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Escalada	<input type="checkbox"/>	c. Senderismo	<input checked="" type="checkbox"/>	d. Cicloturismo	<input type="checkbox"/>	e. Canyoning	<input type="checkbox"/>			
f. Exploración de cuevas	<input type="checkbox"/>	g. Actividades Recreativas	<input type="checkbox"/>	h. Cabalgata	<input type="checkbox"/>	i. Caminata	<input type="checkbox"/>	j. Camping	<input type="checkbox"/>			
k. Picnic	<input type="checkbox"/>	l. Observación de flora y fauna	<input checked="" type="checkbox"/>	m. Observación de astros	<input type="checkbox"/>	n. Otro	<input type="checkbox"/>	texto				
Observaciones:												
9.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U)							<input type="checkbox"/>					

9.2.1 Tangibles e intangibles							<input type="checkbox"/>					
a. Recorridos guiados	<input type="checkbox"/>	b. Recorrido autoguiados	<input type="checkbox"/>	c. Visita a talleres artísticos	<input type="checkbox"/>							
h. Participación en talleres artísticos	<input type="checkbox"/>	d. Visita a talleres artesanales	<input type="checkbox"/>	i. Participación en talleres artesanales	<input type="checkbox"/>							
e. Exposiciones temáticas permanentes, temporales y eventuales	<input type="checkbox"/>	f. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales.	<input type="checkbox"/>	i. Actividades vivenciales y/o lúdicas	<input type="checkbox"/>							
g. Presentaciones o representaciones en vivo	<input type="checkbox"/>	h. Muestras audiovisuales	<input type="checkbox"/>	g. Fotografía	<input type="checkbox"/>							
j. Degustación de platos tradicionales	<input type="checkbox"/>	i. Participación de la celebración	<input type="checkbox"/>	m. Compra de artesanías	<input type="checkbox"/>							
n. Convivencia	<input type="checkbox"/>	o. Medicina ancestral	<input type="checkbox"/>	Otro	<input type="checkbox"/>	texto						
Observaciones:												

10. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO							SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>	
10.1. Medios de Promoción del Atractivo (M)													
¿Existe un plan de promoción turística cantonal?							SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique:		
¿El Atractivo se encuentra incluido en el plan de promoción turístico cantonal?							SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>			
Medio Promocional	Dirección y nombre de los medios promocionales						Periodicidad de la promoción						
a. Página WEB	<input checked="" type="checkbox"/>	URL:											
b. Red Social	<input checked="" type="checkbox"/>	Nombre:											
c. Revistas Especializadas	<input type="checkbox"/>	Nombre:											
d. Material POP	<input type="checkbox"/>	Nombre:											
e. Oficina de Información Turística	<input type="checkbox"/>	Nombre:											
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa)	<input type="checkbox"/>	Nombre:											
g. Asistencia a ferias turísticas	<input checked="" type="checkbox"/>	Nombre:											

h. Otro <input type="checkbox"/>		Nombre:					
Observaciones:							
10.2. El atractivo forma parte de una oferta establecida (paquete turístico)		SI <input type="checkbox"/>	NO <input checked="" type="checkbox"/>	Especifique: texto			
Observaciones:							
11. REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA (M) SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>							
11.1. Frecuencia de visita según datos estadísticos <input type="checkbox"/>							
a. ¿Posee un sistema de registro de visitantes?		SI <input type="checkbox"/>	NO <input checked="" type="checkbox"/>	Tipo: Digital <input type="checkbox"/> Papel <input type="checkbox"/> Años de registro 0			
b. ¿Se genera reporte de estadísticas de visita al atractivo?		SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	Frecuencia de los reportes:			
c. Temporalidad de visita al atractivo							
Alta (meses) <input type="checkbox"/>	Especifique	texto		Número de visitantes 0			
Baja (meses) <input type="checkbox"/>		texto		0			
d. Llegada de turistas							
<input type="checkbox"/>	Turista nacional	Llegadas mensuales	Total anual	<input type="checkbox"/>			
				Turista extranjero			
				Llegadas mensuales			
				Total Anual			
Ciudades de origen	texto	0	0	Países de origen	texto	0	0
	texto	0	0		texto	0	0
	texto	0	0		texto	0	0
Observaciones:							

11.2. Frecuencia de visita según informantes clave <input type="checkbox"/>							
Nombre del Informante Clave:				Contactos:			
Demanda según días de visita <input type="checkbox"/>				Demanda según frecuencia de visita <input type="checkbox"/>			
Lunes a viernes	0	Fines de semana	0	Días feriados	0	Permanente	<input type="checkbox"/>
				Estacional	<input type="checkbox"/>	Esporádica	<input type="checkbox"/>
				Inexistente	<input type="checkbox"/>		
Observaciones:							

12. RECURSO HUMANO SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>							
a. Número de personas a cargo de la administración y operación del atractivo <input type="checkbox"/> 0				d. Número de personas especializadas en turismo <input type="checkbox"/> 0			
e. Número de personas con nivel de instrucción (M): <input type="checkbox"/>		f. Número de personas capacitadas por temática (M) <input type="checkbox"/>		g. Número de personas que manejan algún de idiomas (M) <input type="checkbox"/>			
Primaria	0	Secundaria	0	Primeros Auxilios	0	Hospitalidad	0
				Inglés	0	Alemán	0
Tercer Nivel	0	Cuarto Nivel	0	Atención al Cliente	0	Guianza	0
				Francés	0	Italiano	0
Otro	texto	Sensibilización de discapacidades	de 0	Otro	texto	Chino	0
				Otro	texto	Otro	texto
Observaciones:							
13. DESCRIPCION DEL ATRACTIVO (500 caracteres)							
<p>Ubicado en el parte alta de Tisaleo, es una quebrada que actualmente por dicho sitio baja gran cantidad de agua desde el Carhuayrazo y los páramos, tiene una altura de 5500m, está localizado a 2 km de Las Pampas de Salasaka. Es una especie de montaña perfecta para entrenar por escaladores, permite una buena aclimatación para atacar posteriormente a picos más difíciles de volcanes o nevados. Es perfecta para realizar montañismo, además se puede apreciar una hermosa belleza paisajística.</p>							

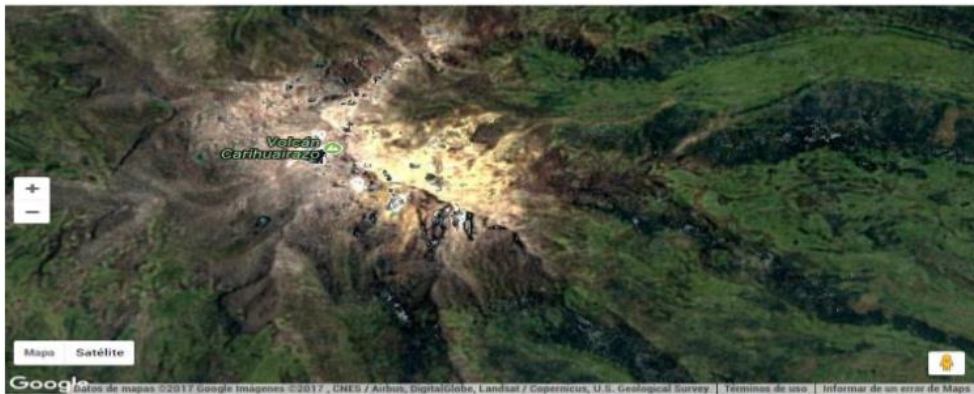
14. ANEXOS

a. Archivo Fotográfico (dos) (HD)



Fuente: [GUATO, Silvana \(2017\)](#)

c. Ubicación gráfica del Atractivo



Fuente: <http://mapasamerica.dices.net/ecuador/mapa.php?nombre=Quinchicoto&id=12845>

FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)					
ELABORADO POR:		VALIDADO POR:		APROBADO POR:	
Apellido y Nombre	Guato Caiza Silvana Estefania	Apellido y Nombre	Mauricio Sánchez	Apellido y Nombre	
Institución	Universidad Técnica de Ambato	Institución	GAD Municipal de Tisaleo	Institución	
Cargo	Estudiante	Cargo	Técnico de Turismo	Cargo	
Correo Electrónico	sguato4302@uta.edu.ec	Correo Electrónico		Correo Electrónico	
Teléfono		Teléfono		Teléfono	
Firma		Firma		Firma	
Fecha	26 de Octubre de 2017	Fecha	31 de Octubre de 2017	Fecha	

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																	
Código del atractivo:	1	8	0	9	5	1	A	N	0	3	0	2	0	1	0	0	1
	Provincia		Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo		
1. DATOS GENERALES																	
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																	
Laguna Cocapón																	
1.2 Categoría					1.3 Tipo					1.4 Subtipo							
ATRATIVOS_NATURALES					AMBIENTES_LACUSTRES					LAGUNA							
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO																	
2.1 Provincia					2.2 Cantón					2.3 Parroquia							
TUNGURAHUA					TISALEO					QUINCHICOTO							
2.4 Barrio, Sector o Comuna					2.5 Calle Principal					2.6 Número		2.7 Transversal					
S/N					S/N					S/N		S/N					
2.8 Latitud (grados decimales)					2.9 Longitud (grados decimales)					Click		2.10 Altura (msnm)					
-1,397900					-78,685812							3.500					
a. Tipo de Administrador: PÚBLICO																	
b. Nombre de la Institución:																	
c. Nombre del Administrador:																	
d. Cargo que ocupa:																	
e. Teléfono / Celular:																	
f. Correo Electrónico:																	
Observaciones:																	

3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO																				
3.1 Características climatológicas <input checked="" type="checkbox"/>																				
a. Clima: Frío Ecuatorial de Alta Montaña					b. Temperatura(°C): 6-8					c. Precipitación Pluviométrica (mm): 800-1000										
3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>																				
a. Cultura <input type="checkbox"/>					b. Naturaleza <input checked="" type="checkbox"/>					c. Aventura <input type="checkbox"/>										
3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico <input type="checkbox"/>																				
a. Prístino <input type="checkbox"/>				b. Primitivo <input checked="" type="checkbox"/>				c. Rústico Natural <input type="checkbox"/>				d. Rural <input type="checkbox"/>				e. Urbano <input type="checkbox"/>				
3.4 Ingreso al atractivo (U) <input type="checkbox"/>																				
a. Tipo de Ingreso		b. Horario de Atención				c. Atención														
		Ingreso	Salida	Todos los días		Fines de semana y feriados		Solo días hábiles			Otro		Especificar							
Libre <input checked="" type="checkbox"/>		0:00	0:00	<input checked="" type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>		texto							
Restringido <input type="checkbox"/>		0:00	0:00	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>		texto							
Pagado <input type="checkbox"/>		0:00	0:00	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>		texto							
d. Maneja un sistema de reservas: <input type="checkbox"/>					f. Forma de Pago:		Efectivo <input type="checkbox"/>		Dinero Electrónico <input type="checkbox"/>		Depósito Bancario <input type="checkbox"/>			Tarjeta de Débito <input type="checkbox"/>						
e. Precio:		Desde 0,00	Hasta 0,00	Tarjeta de Crédito <input type="checkbox"/>			Transferencia Bancaria <input type="checkbox"/>			Cheque <input type="checkbox"/>										
g. Meses recomendables de visita:					Octubre, noviembre, marzo, abril															
Observaciones: Es visitado durante todo el año pero en estos meses no existe mucha presencia de lluvias																				

4. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO SI NO S/I

a. Nombre de la ciudad o poblado más cercano (Que presente condiciones mínimas de servicios): TISALEO

b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano: 14 km c. Tiempo estimado de desplazamiento en auto: 4:00 h/min d. Coordenadas (grados decimales): Lat.: -1.350470 Long.: -78.696292

Observaciones: La distancia y tiempo son estimados y se ha tomado como punto de referencia el Parque Central del cantón.

4.2 Vías de Acceso (M)

Tipo de vía	Coordenada de inicio	Coordenada de fin	Distancia (km)	Tipo de material	Estado
a. Terrestre (M) <input type="checkbox"/>	a. Primer orden <input type="checkbox"/>	0	0	0	texto

b. Terrestre (M) <input type="checkbox"/>	b. Segundo orden <input type="checkbox"/>	0	0		texto
	c. Tercer orden <input checked="" type="checkbox"/>	-1.350470 -78.696292	-1.4126 78.7057	16	Tierra Regular

Observaciones: Se toma como referencia al parque central del cantón

b. Acuático (U) <input type="checkbox"/>	Marítimo <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto	Estado	Puerto / Muelle de Llegada	texto	Estado
	Lacustre <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto		Puerto / Muelle de Llegada	texto	
	Fluvial <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto		Puerto / Muelle de Llegada	texto	

Observaciones:

c. Aéreo (U) Nacional: Internacional:

Observaciones:

4.3 Servicio de transporte (M)

a. Bus b. Buseta c. Transporte 4x4 d. Taxi e. Moto taxi f. Teleférico
 g. Lancha h. Bote i. Barco j. Canoa k. Avión l. Avioneta
 m. Helicóptero n. Otro Especifique

Observaciones:

4.3.1 Detalle de transporte hacia el atractivo (M)

a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio	b. Estación / terminal	c. Frecuencia				d. Detalle (Traslado origen / destino)
		Diaria	Semanal	Mensual	Eventual	
EXPRES TISALEO	PARQUE CENTRAL	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Centro de la ciudad-afueras del cantón
RUTA TISALEO	PARQUE CENTRAL	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Centro de la ciudad-afueras del cantón
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

4.4 Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad (M)

a. Accesibilidad motriz b. Accesibilidad visual c. Accesibilidad auditiva d. No es accesible

Observaciones:

4.5 Señalización

a. Señalización de aproximación al atractivo Estado (U) Bueno Regular Malo

Observaciones:

5. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS SI NO S/I

5.1 Planta turística (M)

a. En el Atractivo <input type="checkbox"/>				b. En la ciudad o poblado cercano <input type="checkbox"/>			
Alojamiento <input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas	Alojamiento <input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas

Hotel	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hotel	<input type="checkbox"/>	0	0	0
Hostal	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hostal	<input checked="" type="checkbox"/>	2	0	0
Hostería	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hostería	<input checked="" type="checkbox"/>	1	0	0
Hacienda Turística	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hacienda Turística	<input type="checkbox"/>	0	0	0
Lodge	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Lodge	<input type="checkbox"/>	0	0	0
Resort	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Resort	<input type="checkbox"/>	0	0	0
Refugio	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Refugio	<input type="checkbox"/>	0	0	0
Campamento Turístico	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Campamento Turístico	<input type="checkbox"/>	0	0	0
Casa de Huéspedes	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Casa de Huéspedes	<input type="checkbox"/>	0	0	0
Observaciones:					Observaciones:				
Alimentos y bebidas	<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas	Alimentos y bebidas	<input checked="" type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas
Restaurantes	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Restaurantes	<input checked="" type="checkbox"/>	1	0	0
Cafeterías	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Cafeterías	<input type="checkbox"/>	0	0	0
Bares	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Bares	<input type="checkbox"/>	0	0	0
Fuentes de soda	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Fuentes de soda	<input type="checkbox"/>	0	0	0
Observaciones:					Observaciones:				
Agencias de Viaje		<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados		Agencias de Viaje		<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	
Mayoristas		<input type="checkbox"/>	0		Mayoristas		<input type="checkbox"/>	0	
Internacionales		<input type="checkbox"/>	0		Internacionales		<input type="checkbox"/>	0	
Operadoras		<input type="checkbox"/>	0		Operadoras		<input type="checkbox"/>	0	
Observaciones:					Observaciones:				

Guía	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	0	Guía	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	0
<input type="checkbox"/>	0	0	0	Aventura	0	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Aventura	0
Observaciones:						Observaciones:					

5.2 Facilidades en el entorno al atractivo											<input type="checkbox"/>
Categoría (M)	Tipo (M)	Cantidad	Coordenadas		Administrador	Accesibilidad universal	Estado (U)				
			B	R	M						
a. De apoyo a la gestión turística	Punto de información	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	I-Tur	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Centro de interpretación	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Centro de facilitación turística	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Centro de recepción de visitantes	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
b. De observación y vigilancia	Garitas de guardianía	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Miradores	<input type="checkbox"/>	0	0	Público	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Torres de avistamiento de aves	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Torres de vigilancia para salvavidas	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
c. De recorrido y descanso	Senderos	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Estaciones de sombra y descanso	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Áreas de acampar	<input checked="" type="checkbox"/>	1	-1.4128	-78.7057	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Refugio de alta montaña	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

Observaciones:			
5.3 Complementarios a la actividad turística (M) <input type="checkbox"/>			
a. En el Atractivo <input type="checkbox"/>		b. En la ciudad o poblado cercano <input checked="" type="checkbox"/>	
Alquiler y venta de equipo especializado <input type="checkbox"/>	Venta de artesanías y merchandising <input type="checkbox"/>	Alquiler y venta de equipo especializado <input type="checkbox"/>	Venta de artesanías y merchandising <input checked="" type="checkbox"/>
Casa de cambio <input type="checkbox"/>	Cajero automático <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>	Casa de cambio <input type="checkbox"/>
Especifique: texto		Especifique: texto	
Observaciones:			
6. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>			
6.1 Atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>			
a. Conservado <input checked="" type="checkbox"/>	b. Alterado <input type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/>	d. Deteriorado <input type="checkbox"/>
Observaciones:			
6.1.1 Factores de alteración y deterioro (M)			
6.1.1.1 Naturales (M)		6.1.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)	
a. Erosión <input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas <input type="checkbox"/>	b. Actividades forestales <input type="checkbox"/>	c. Actividades extractivas / minería <input type="checkbox"/>
b. Humedad <input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales <input type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono <input type="checkbox"/>	f. Huaquearías <input type="checkbox"/>
c. Desastres naturales <input type="checkbox"/>	g. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/>	h. Condiciones de uso y exposición <input type="checkbox"/>	i. Falta de mantenimiento <input type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna <input type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente <input type="checkbox"/>	k. Generación de residuos <input type="checkbox"/>	l. Expansión urbana <input type="checkbox"/>
e. Clima <input type="checkbox"/>	m. Conflicto político / social <input type="checkbox"/>	n. Desarrollo industrial / comercial <input type="checkbox"/>	o. Vandalismo <input type="checkbox"/>
Otro <input type="checkbox"/>	Especifique:		
Observaciones:			
6.2 Entorno (U) <input checked="" type="checkbox"/>			
a. Conservado <input type="checkbox"/>	b. Alterado <input type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro <input checked="" type="checkbox"/>	d. Deteriorado <input type="checkbox"/>
Observaciones:			
6.2.1 Factores de alteración y deterioro (M)			
6.2.1.1 Naturales (M)		6.2.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)	
a. Erosión <input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas <input type="checkbox"/>	b. Actividades forestales <input type="checkbox"/>	c. Actividades extractivas / minería <input type="checkbox"/>
b. Humedad <input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales <input type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono <input checked="" type="checkbox"/>	f. Huaquearías <input type="checkbox"/>
c. Desastres naturales <input type="checkbox"/>	g. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/>	h. Condiciones de uso y exposición <input type="checkbox"/>	i. Falta de mantenimiento <input type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna <input type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente <input type="checkbox"/>	k. Generación de residuos <input type="checkbox"/>	l. Expansión urbana <input type="checkbox"/>
e. Clima <input checked="" type="checkbox"/>	m. Conflicto político / social <input type="checkbox"/>	n. Desarrollo industrial / comercial <input type="checkbox"/>	o. Vandalismo <input type="checkbox"/>
Otro <input type="checkbox"/>	Especifique:		
Observaciones:			
6.3. Declaratoria del espacio turístico asociado al atractivo <input type="checkbox"/>			
a. Declarante:	b. Denominación:	b. Fecha de declaración:	c. Alcance:
Observaciones:			
7. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>			
7.1 Servicios Básicos <input type="checkbox"/>			
a. En el atractivo <input type="checkbox"/>		b. En la ciudad o poblado mas cercano <input checked="" type="checkbox"/>	
Agua: <input type="checkbox"/>	Agua <input checked="" type="checkbox"/> Potable		

7.2 Señalética en el atractivo <input type="checkbox"/>								
7.2.1 Ambiente	7.2.2. Tipo	7.2.3. Materialidad				7.2.4. Estado		
		a. Madera	b. Aluminio	c. Otro	Especifique	B	R	M
En áreas urbanas <input type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de atractivos turísticos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de sitio	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems direccionales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
En áreas naturales <input type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Señales turísticas de aproximación	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Paneles de direccionamiento hacia atractivos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de atractivos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de direccionamiento hacia atractivos, servicios y actividades	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Mesas interpretativas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótem de sitio	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Letreros informativos <input type="checkbox"/>	De información botánica	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Normativos de concienciación	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Señalética interna de seguridad <input type="checkbox"/>	Protección de los elementos del atractivo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otros <input type="checkbox"/>	texto							
Observaciones:								
7.3 Salud (más cercano) (M) <input type="checkbox"/>								
a. En el atractivo <input type="checkbox"/>					b. En la ciudad o poblado mas cercano <input checked="" type="checkbox"/>			
Hospital o Clínica <input type="checkbox"/>	Cantidad	0	Hospital o Clínica <input type="checkbox"/>	0				
Puesto / Centro de salud <input type="checkbox"/>		0	Puesto / Centro de salud <input checked="" type="checkbox"/>	1				
Dispensario médico <input type="checkbox"/>		0	Dispensario médico <input type="checkbox"/>	0				
Botiquín de primeros auxilios <input type="checkbox"/>		0	Botiquín de primeros auxilios <input type="checkbox"/>	0				
Otros <input type="checkbox"/>		0	Otros <input type="checkbox"/>	0				
Observaciones:								
7.4 Seguridad (M) <input type="checkbox"/>								
a. Privada <input type="checkbox"/>	talle	texto						
b. Policía nacional <input checked="" type="checkbox"/>		ECU 011						

c. Policía metropolitana / Municipal	<input checked="" type="checkbox"/>	Dis	103
d. Otra	<input type="checkbox"/>		texto
Observaciones:			
7.5 Servicio de comunicación de uso público (M) <input type="checkbox"/>			
a. En el atractivo <input type="checkbox"/>		b. En la ciudad o poblado mas cercano <input checked="" type="checkbox"/>	
Telefonía (M) <input type="checkbox"/>		Conexión a internet (M) <input type="checkbox"/>	
Fija <input type="checkbox"/>	Línea telefónica <input type="checkbox"/>	Fibra óptica <input type="checkbox"/>	Fija <input checked="" type="checkbox"/>
Móvil <input type="checkbox"/>	Satélite <input type="checkbox"/>	Redes inalámbricas <input type="checkbox"/>	Móvil <input checked="" type="checkbox"/>
Satelital <input type="checkbox"/>	Telefonía móvil <input type="checkbox"/>		Satelital <input type="checkbox"/>
Observaciones:			
Radio portátil (U) <input checked="" type="checkbox"/>			
De uso exclusivo para el visitante <input type="checkbox"/>		De uso exclusivo para comunicación interna <input checked="" type="checkbox"/>	
De uso exclusivo en caso de emergencia <input type="checkbox"/>			
Observaciones:			
7.6 Multiamenazas (M) <input type="checkbox"/>			
Deslaves <input type="checkbox"/>		Sismos <input type="checkbox"/>	
Erupciones volcánicas <input type="checkbox"/>		Incendios forestales <input type="checkbox"/>	
Sequía <input type="checkbox"/>	Inundaciones <input type="checkbox"/>	Agujeros <input type="checkbox"/>	Tsunami <input type="checkbox"/>
¿Existe un plan de contingencia en caso de catástrofes?	<input type="checkbox"/>	Institución que elaboró el documento.	texto
Nombre del documento:	texto	Año de elaboración:	0
Observaciones:			

8. POLÍTICAS Y REGULACIONES			SI <input type="checkbox"/>	NO <input checked="" type="checkbox"/>	S/I <input type="checkbox"/>
a. ¿El GAD cuenta con el Plan de Desarrollo Turístico Territorial?	SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	Año de elaboración: 2016		
b. ¿El atractivo se encuentra dentro de la planificación turística territorial (GAD'S)?	SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	Especifique:		
c. ¿Existen normativas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?	SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	Especifique:		
d. ¿Existen ordenanzas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?	SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	Especifique:		
Observaciones:					
9. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U)			SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	S/I <input type="checkbox"/>
9.1 ATRACTIVOS NATURALES (M) <input type="checkbox"/>					
9.1.1 En el Agua (M) <input type="checkbox"/>					
a. Buceo <input type="checkbox"/>	b. Kayak de mar <input type="checkbox"/>	c. Kayak lacustre <input type="checkbox"/>	d. Kayak de Río <input type="checkbox"/>	e. Surf <input type="checkbox"/>	
f. Kite surf <input type="checkbox"/>	g. Rafting <input type="checkbox"/>	h. Snorkel <input type="checkbox"/>	i. Tubing <input type="checkbox"/>	j. Regata <input type="checkbox"/>	
k. Paseo en panga <input type="checkbox"/>	l. Paseo en bote <input type="checkbox"/>	m. Paseo en lancha <input type="checkbox"/>	n. Paseo en moto acuática <input type="checkbox"/>	o. Parasailing <input type="checkbox"/>	
p. Esquí acuático <input type="checkbox"/>	q. Banana flotante <input type="checkbox"/>	r. Boya <input type="checkbox"/>	s. Pesa deportiva <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>	texto
Observaciones:					
9.1.2 En el Aire (M) <input type="checkbox"/>					
a. Alas Delta <input type="checkbox"/>	b. Canopy <input type="checkbox"/>	c. Parapente <input type="checkbox"/>	d. Otro <input type="checkbox"/>	texto	
Observaciones:					
9.1.3 En Superficie Terrestre (M) <input type="checkbox"/>					

9.2.1 Tangibles e intangibles

a. Recorridos guiados <input type="checkbox"/>	b. Recorrido autoguiados <input type="checkbox"/>	c. Visita a talleres artísticos <input type="checkbox"/>
h. Participación en talleres artísticos <input type="checkbox"/>	d. Visita a talleres artesanales <input type="checkbox"/>	i. Participación en talleres artesanales <input type="checkbox"/>
e. Exposiciones temáticas permanentes, temporales y eventuales <input type="checkbox"/>	f. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales. <input type="checkbox"/>	i. Actividades vivenciales y/o lúdicas <input type="checkbox"/>
g. Presentaciones o representaciones en vivo <input type="checkbox"/>	h. Muestras audiovisuales <input type="checkbox"/>	g. Fotografía <input type="checkbox"/>
j. Degustación de platos tradicionales <input type="checkbox"/>	l. Participación de la celebración <input type="checkbox"/>	m. Compra de artesanías <input type="checkbox"/>
n. Convivencia <input type="checkbox"/>	o. Medicina ancestral <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/> texto

Observaciones:

10. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO SI NO S/I

10.1. Medios de Promoción del Atractivo (M)

¿Existe un plan de promoción turística cantonal? SI NO Especifique:

¿El Atractivo se encuentra incluido en el plan de promoción turístico cantonal? SI NO

Medio Promocional	Dirección y nombre de los medios promocionales	Periodicidad de la promoción
a. Página WEB <input checked="" type="checkbox"/>	URL:	
b. Red Social <input checked="" type="checkbox"/>	Nombre:	
c. Revistas Especializadas <input type="checkbox"/>	Nombre:	
d. Material POP <input type="checkbox"/>	Nombre:	
e. Oficina de Información Turística <input type="checkbox"/>	Nombre:	
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa) <input type="checkbox"/>	Nombre:	
g. Asistencia a ferias turísticas <input type="checkbox"/>	Nombre:	
h. Otro <input type="checkbox"/>	Nombre:	

Observaciones:

11. REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA (M) SI NO S/I

11.1. Frecuencia de visita según datos estadísticos

a. ¿Posee un sistema de registro de visitantes? SI NO Tipo: Digital Papel Años de registro 0

b. ¿Se genera reporte de estadísticas de visita al atractivo? SI NO Frecuencia de los reportes:

c. Temporalidad de visita al atractivo

Alta (meses) <input type="checkbox"/>	Especifique	texto	Número de visitantes	0
Baja (meses) <input type="checkbox"/>		texto		0

d. Llegada de turistas

<input type="checkbox"/> Turista nacional				<input type="checkbox"/> Turista extranjero			
	Llegadas mensuales	Total anual		Llegadas mensuales	Total Anual		
Ciudades de origen	texto	0	0	Países de origen	texto	0	0
	texto	0	0		texto	0	0
	texto	0	0		texto	0	0

Observaciones:

11.2. Frecuencia de visita según informantes clave

Nombre del Informante Clave: Contactos:

Demanda según días de visita <input type="checkbox"/>				Demanda según frecuencia de visita <input type="checkbox"/>									
Lunes a viernes	0	Fines de semana	0	Días feriados	0	Permanente	<input type="checkbox"/>	Estacional	<input type="checkbox"/>	Esporádica	<input type="checkbox"/>	Inexistente	<input type="checkbox"/>

Observaciones:

12. RECURSO HUMANO SI NO S/I

a. Número de personas a cargo de la administración y operación del atractivo <input type="checkbox"/> 0		d. Número de personas especializadas en turismo <input type="checkbox"/> 0	
e. Número de personas con nivel de instrucción (M): <input type="checkbox"/>		f. Número de personas capacitadas por temática (M) <input type="checkbox"/>	
Primaria <input type="checkbox"/> 0	Secundaria <input type="checkbox"/> 0	Primeros Auxilios <input type="checkbox"/> 0	Hospitalidad <input type="checkbox"/> 0
Tercer Nivel <input type="checkbox"/> 0	Cuarto Nivel <input type="checkbox"/> 0	Atención al Cliente <input type="checkbox"/> 0	Guianza <input type="checkbox"/> 0
Otro <input type="checkbox"/> <i>texto</i>	Sensibilización de discapacidades <input type="checkbox"/> 0	Otro <input type="checkbox"/> <i>texto</i>	Chino <input type="checkbox"/> 0
		g. Número de personas que manejan algún de Idiomas (M) <input type="checkbox"/>	
		Inglés <input type="checkbox"/> Alemán <input type="checkbox"/> 0	
		Francés <input type="checkbox"/> Italiano <input type="checkbox"/> 0	
		Otro <input type="checkbox"/> <i>texto</i>	

Observaciones:

13. DESCRIPCION DEL ATRACTIVO (500 caracteres)

Ubicado en la montaña alta del cantón, en las faldas del Carhuayrazo, es una laguna que abarca una gran riqueza paisajística, sirve de hábitat para diversas especies de flora y fauna. Se puede realizar caminatas por el páramo, durante su recorrido se puede observar una gran cantidad de flora de páramo como pajonal donde habitan especies de conejos, venados y patos, asimismo se puede realizar fotografía y es perfecto como un sitio para acampar.

14. ANEXOS

a. Archivo Fotográfico (dos) (HD)



Fuente: Guato, Sívana (2017)

c. Ubicación gráfica del Atractivo



Fuente: <http://mapasamerica.dices.net/ecuador/mapa.php?nombre=Quinchicoto&id=12845>

FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)

ELABORADO POR:		VALIDADO POR:		APROBADO POR:	
Apellido y Nombre	Guato Caiza Sívana Estefanía	Apellido y Nombre	Mauricio Sánchez	Apellido y Nombre	
Institución	Universidad Técnica de Ambato	Institución	GAD Municipal de Tisaleo	Institución	
Cargo	Estudiante	Cargo	Técnico de Turismo	Cargo	
Correo Electrónico	sguato4302@uta.edu.ec	Correo Electrónico		Correo Electrónico	
Teléfono		Teléfono		Teléfono	
Firma		Firma		Firma	
Fecha	26 de Octubre de 2017	Fecha	31 de Octubre de 2017	Fecha	

Bibliografía

- Azevedo , L. (2010). Etnoarte indígena: signo, símbolo y turismo. *Javeriana*.
- Ascanio, A. (2012). *Teoría del turismo*. México: Trillas.
- Auditore, A. (20 de Septiembre de 2012). Obtenido de <https://es.slideshare.net/albertoauditore/tipos-de-investigacion-y-su-campo?related=1>
- Camacaro, L., & Millano, I. (2012). Inventario de recursos culturales para el turismo del área urbana de Maracaibo. *Redalyc*, 327-337.
- Cazau, P. (Marzo de 2006). *alcazaba.unex.es*. Obtenido de <http://alcazaba.unex.es/asg/400758/MATERIALES/INTRODUCCI%C3%93N%20A%20LA%20INVESTIGACI%C3%93N%20EN%20CC.SS..pdf>
- Constitución de la República del Ecuador y Ley Orgánica de la Función Legislativa. (20 de Diciembre de 2016). *eltelegrafo.com.ec*. Obtenido de <http://www.eltelegrafo.com.ec/especiales/Documentos/Codigodelambiente.pdf>
- Correa, P. (2015). *dspace.uce.edu.ec*. Obtenido de <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/6532/1/T-UCE-0004-011.pdf>
- Crespi, M., & Planells, M. (2011). *Recursos turísticos*. Madrid: Síntesis S.A.
- Figuerola , L., Cavazos, J., & Moreno, Y. (2015). Desarrollo de productos turísticos rurales sustentables. Propuesta y validación de expertos respecto a. *Redalyc*, 115-139.
- GAD Municipal de Tisaleo. (01 de Octubre de 2017). Mapa base de la Reserva de Producción Faunística Chimborazo. *Actualización del catastro predial urbano y rural del cantón Tisaleo*. Tisaleo, Tungurahua, Ecuador.
- García de la Roja, C. (2012). *Transportes turísticos*. Madrid: Universidad Ramón Areces.
- Gil Corrales, L. (Febrero de 2015). Obtenido de ayura.udea.edu.co: <http://ayura.udea.edu.co:8080/jspui/bitstream/123456789/1980/1/2015-02%20-%20La%20enseñanza%20del%20concepto%20de%20clima.pdf>

- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Mocha. (2012). *municipiomocha.gob.ec*. Recuperado el 9 de Mayo de 2017, de http://www.municipiomocha.gob.ec/gadmocha/index.php?option=com_content&view=article&id=50&Itemid=178
- Goig, R. (2004). *Grupos de discusión*. Madrid: ESIC.
- Gómez, D. (2003). *Evaluación de Impacto Ambiental*. Madrid: Mundi-Prensa.
- González, M. E. (2008). *Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura*. Obtenido de [iica.ac.cr](http://www.iica.ac.cr): <http://www.iica.ac.cr/Esp/organizacion/LTGC/agroturismo/Estudios%20Andina/Turismo%20Rural%20en%20Ecuador.pdf>
- González, P. (2016). *Diseño de productos y servicios turísticos locales*. San Millán: Tutor formación.
- Guato, S. (2017). *repo.uta.edu.ec*. Obtenido de <http://repo.uta.edu.ec/bitstream/123456789/24825/1/Sandra%20Elizabeth%20Guato%20Curillo.pdf>
- Honorable Gobierno Provincial de Tungurahua. (2015). *Tisaleo Ruta Agroturística Artesanal*. Ambato.
- Hurtado, I., & Toro, J. (2007). *Paradigmas Y Metodos de Investigacion en Tiempos de Cambios*. Caracas: CEC, SA.
- Jeambey, Z. (2016). Rutas Gastronómicas y Desarrollo local: un ensayo de conceptualización en Cataluña. *Redalyc*, 1187-1198.
- Lerma, A. (2010). *DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS*. México: Cengage Learning.
- López, A. (2002). *Metodología de la investigación contable*. Mexico: Thomson.
- Mikery, M., & Pérez, A. (2014). Métodos para el análisis del potencial turístico del territorio rural. *Redalyc*, 1729-1740.

Ministerio de Turismo. (06 de mayo de 2002). *Turismo*. Obtenido de Ley de turismo: <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/02/Ley-de-Turismo-MINTUR.pdf>

Ministerio de Turismo. (2017). *turismo.gob.ec*. Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/ecuador-alcanzo-este-ano-25-reconocimientos-turisticos-internacionales/>

Ministerio del Ambiente. (2015). *areasprotegidas.ambiente.gob.ec*. Obtenido de <http://areasprotegidas.ambiente.gob.ec/es/temas-interes>

MINTUR. (17 de Septiembre de 2002). *REGLAMENTO GENERAL DE ACTIVIDADES TURISTICAS*. Obtenido de turismo.gob.ec: <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/REGLAMENTO-GENERAL-DE-ACTIVIDADES-TUR% C3% 8DSTICAS.pdf>

MINTUR. (5 de Enero de 2004). *REGLAMENTO GENERAL A LA LEY DE TURISMO*. Obtenido de turismo.gob.ec: <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/REGLAMENTO-GENERAL-LEY-TURISMO.pdf>

MINTUR. (2006). *Inventario de atractivos naturales y culturales de la Provincia de Tungurahua*. Ambato. Obtenido de <file:///C:/Users/Usuario/Documents/ESTEFYS/INVENTARIO%20AA%20TT%20PROVINCIA%20DE%20TUNGURAHUA.pdf>

MINTUR. (16 de Septiembre de 2011). *turismo.gob.ec*. Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/04/Reglamento-de-Actividades-Turisticas.pdf>

MINTUR. (31 de Diciembre de 2014). *turismo.gob.ec*. Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/REGLAMENTO-TRANSPORTE-TERRESTRE-TURISTICO.pdf>

MINTUR. (2017). *servicios.turismo.gob.ec*. Obtenido de <http://servicios.turismo.gob.ec/descargas/Turismo-cifras/AnuarioEstadistico/Boletin-Estadisticas-Turisticas-2011-2015.pdf>

Mochón, F. (2004). *Economía y Turismo*. España: Mc Graw Hill.

- Morales, M. (2017). *Procesos de guía y asistencia turística*. Madrid: Paraninfo S.A.
- Moya, R. (2006). *serviciometeorologico.gob.ec*. Obtenido de <https://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwjh5YWD2PDWAhWDPiYKHepIAeQQFgglMAA&url=http%3A%2F%2Fwww.serviciometeorologico.gob.ec%2Fgisweb%2FMETEOROLOGIA%2FCLIMATOLOGIA%2FClimas%2520del%2520Ecuador%25202006>.
- Navarro, D. (2015). Recursos turísticos y atractivos turísticos: conceptualización, clasificación y valoración. *Redalyc*, 335-357. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39838701014>
- OMT. (2015). *CEGESTI*. Obtenido de [cegesti.org](http://www.cegesti.org/exitoempresarial/publicaciones/publicacion_283_080415_es.pdf): http://www.cegesti.org/exitoempresarial/publicaciones/publicacion_283_080415_es.pdf
- OMT. (2015). *media.unwto.org*. Obtenido de [media.unwto.org](http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico): <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>
- OMT. (16 de Marzo de 2016). *unwto.org*. Recuperado el 16 de Mayo de 2017, de http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/cam_60_4_implementacion_pdt_sp.pdf
- Panosso, A., & Lohmann, G. (2012). *Teoría del Turismo*. México: Trillas.
- Patzelt, E. (1996). *Flora del Ecuador*. Sweden: Imprefepp.
- PDOT Quinchicoto. (2014). *Administración 2014-2019*. Tisaleo.
- PLANDETUR 2020. (26 de Septiembre de 2007). *Turismo.gob.ec*. Recuperado el 5 de Mayo de 2017, de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PLANDETUR-2020.pdf>
- PROMER. (2003). Obtenido de [agro.uba.ar](https://www.agro.uba.ar/users/barrera/publicaciones/promer_manual_de_turismo_ural_2003.pdf): https://www.agro.uba.ar/users/barrera/publicaciones/promer_manual_de_turismo_ural_2003.pdf
- Quesada, R. (2007). *Elementos del turismo*. San José: Universidad Estatal a distancia EUNED.

- Real Academia Española. (2014). *rae.es*. Obtenido de <http://dle.rae.es/?id=MoKYlPi>
- Renato, Q. C. (2007). *Elementos del turismo*. San José: Universidad Estatal a distancia EUNED.
- República del Ecuador. (2008). *Constitucion politica de la republica del Ecuador*. Quito.
- Resenterra Quirós, F. (8 de Marzo de 2005). *Universidad de Costa Rica* . Obtenido de sitio web de Universidad de Costa Rica:
[file:///C:/Users/FAMILIA/Downloads/26738%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/FAMILIA/Downloads/26738%20(2).pdf)
- Rojo, R., & Martínez, B. (2013). *Recursos turísticos*. Madrid: Paraninfo S.A.
- Salinas Chávez, E., & Medina Pérez, N. (2009). Los productos turísticos, pilares de la comercialización: Dos ejemplos del centro histórico de la Habana, Cuba. *Redalyc*, 227-242.
- Salinas, E., & Medina, N. (2009). Los productos turísticos, pilares de la comercialización: Dos ejemplos del centro histórico de la Habana, Cuba. *Redalyc*, 227-242.
- Senplades. (2017). *planificacion.gob.ec*. Obtenido de [planificacion.gob.ec](http://www.planificacion.gob.ec):
<http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/07/Plan-Nacional-para-el-Buen-Vivir-2017-2021.pdf>
- SERNATUR. (2008). *fedetur.org*. Obtenido de
http://www.fedetur.org/otros_estudios_y_publicaciones/Glosario-de-Turismo-2008-SERNATUR.pdf
- Thomé, H. (2008). Turismo rural y campesinado, una aproximación social desde la ecología, la cultura y la economía. *Scielo*, 237-261.

LOS RECURSOS NATURALES DE LAS PAMPAS DE SALASAKA COMO POTENCIAL TURÍSTICO DEL CANTÓN TISALEO

Silvana Estefania Guato Caiza

Universidad Técnica de Ambato,
Av. Los Chasquis, campus Huachi, Ecuador
sguato4302@uta.edu.ec

Resumen. El potencial turístico de los recursos naturales son elementos indispensables para el desarrollo de productos turísticos, asumen un protagonismo fundamental para el turismo y el incremento de la economía. Se considera de suma importancia el aprovechamiento sustentable de los recursos turísticos naturales identificados en las Pampas de Salasaka del cantón Tisaleo para incrementar la oferta turística de la zona mediante la generación de productos turísticos lo cual llevaría a dinamizar la actividad turística e incremento de la demanda en el lugar. La metodología aplicada en el artículo corresponde a entrevistas, encuestas y fichas de inventario las cuales han permitido obtener información acerca de la realidad turística en el cantón.

Palabras clave: Potencial turístico, recursos naturales, productos turísticos, aprovechamiento sustentable.

Abstract: The tourist potential of natural resources is an indispensable element for the development of tourist products. Natural resources assume a fundamental role for tourism and economic growth. The sustainable use of natural tourist products, identified in the case of Pampas de Salasaka in Tisaleo, is considered by the author to be of great importance to increase the tourist offer of the area through the generation of tourist products. The sustainable use of natural resources would lead to the boost of tourist activity and it would increase its demand in the area. The methodology applied in the article consists of interviews, surveys and inventory cards which have allowed the researcher to obtain information about the reality of tourism in the canton.

Keywords: Tourist potential, natural resources, tourist products, sustainable use.

1. Introducción

En la actualidad el turismo ha llegado a convertirse en un elemento fundamental para dinamizar la economía de diversos países en el todo el mundo, una parte importante, es que se la realiza con el aprovechamiento sustentable de los recursos naturales que posee una localidad. Por lo tanto, se ha considerado esencial realizar un análisis del potencial turístico de los recursos naturales que posee las Pampas de Salasaka en sus alrededores, dicho proceso ha contribuido a reunir información necesaria sobre los atractivos que mantienen características relevantes que capten la atención de los visitantes y como resultado de ello, el desarrollo de productos turísticos que amplíen la oferta turística del cantón Tisaleo.

Acorde a lo expuesto por Covarrubias (2010), para valorar los recursos con los que cuenta un sitio determinando es fundamental realizar un análisis para definir aquellos atributos o potencialidades con los que cuentan dichos recursos los cuales darán la apertura para que sean viables y puedan ser explotados turísticamente, y de igual forma determinar el tipo de actividades que pueden complementarse con el destino. De igual forma Franco, Osorio, Nava, & Regil (2009), sostienen que el potencial turístico de una región depende de la valoración que se realiza sobre los recursos, lo cual integra la información descriptiva más relevante de dichos recursos y, asimismo, el nivel de estructuración de los atractivos en productos turísticos.

De esta manera las Pampas de Salasaka presenta en cada uno de los recursos naturales identificados en sus alrededores un gran potencial turístico para incrementar el turismo de naturaleza o turismo alternativo, debido a que hoy en día son considerados de gran valor natural aquellos sitios turísticos que engloban una diversidad única como son los páramos, paisajes, vertientes, lagunas y volcanes que abarcan un sinnúmero de especies de flora y fauna.

A través de las potencialidades de los recursos naturales que ostenta las Pampas de Salasaka en su entorno se puede diversificar la economía del cantón y mejorar la actividad turística, para lo cual es esencial el diagnóstico del potencial turístico de los recursos y de esta manera plantear estrategias de desarrollo local basándose en la difusión de los atractivos turísticos, con el objeto de dar a conocer dentro del mercado turístico regional y nacional.

Sin embargo, para difundir los atractivos turísticos no basta con identificarlos y tener una percepción del valor paisajístico que poseen estos recursos, sino que es necesario desarrollar productos turísticos definidos acorde a las necesidades de los visitantes y puedan ser adquiridos de mejor manera por turistas nacionales y extranjeros que aman disfrutar del contacto con la naturaleza y la población local.

Por ende, es esencial desarrollar productos turísticos tal y como lo define Salinas & Medina (2009), los productos turísticos son ofertas de diferentes tipos que se preparan para ser puestas a disposición del turista, es decir las actividades y servicios turísticos.

Un destino turístico es considerado como tal, al poseer una gama de productos al servicio del visitante, un producto debe estar en la capacidad de satisfacer una necesidad, tanto en los servicios como en actividades recreativas, naturales o culturales que proporcionen experiencias únicas a los visitantes.

De igual manera acorde a la Organización Mundial del Turismo OMT (2016), se entiende al producto turístico como una combinación de elementos materiales e inmateriales, como los recursos naturales, culturales y antrópicos, incluyen también los atractivos turísticos, las instalaciones, los servicios y las actividades en torno a un elemento específico.

El producto turístico abarca tanto a los servicios como a los bienes físicos con los que cuenta un destino en específico y forma parte de la experiencia que vive un turista en un sitio determinado. Fabio Cárdenas Tabares (1982) (como se cita en Ascanio, 2012) señala que un producto es el conjunto de bienes y servicios que se encuentran disponibles al mercado turístico ya sea de manera individual o en una gama amplia de combinaciones que fueron elaborados basándose en las necesidades, requerimientos y deseos de los turistas.

En términos generales, el producto turístico planteado por el autor mencionado anteriormente está conformado por la planta turística, los servicios, la oferta referida a la infraestructura turística, paisajes, recursos y los atractivos del lugar, haciendo que se convierta en la mente del visitante en un producto escaso y original para que de esta manera le otorgue un valor comercial al sitio turístico visitado.

La finalidad del análisis del potencial turístico conjuntamente con el desarrollo de productos turísticos es dinamizar la actividad turística en el cantón Tisaleo, diversificando la oferta que posee dicho lugar y posicionándose en un destino demandado por los turistas que optan por el contacto con la naturaleza y disfrutan participar de las costumbres y tradiciones que posee una comunidad, lo cual contribuye a mejorar la calidad de vida de los pobladores por medio de la creación de fuentes de empleo.

2. Metodología

La investigación realizada se basó en el análisis de datos cualitativos y cuantitativos, es cualitativo porque se ha requerido de criterios y pensamientos hablados o escritos por parte de los pobladores la Parroquia Quinchicoto, asimismo, mediante las encuestas aplicadas a los visitantes se ha podido identificar con mayor certeza el problema a investigar, así como Quecede (2002), determina que lo cualitativo permite obtener datos descriptivos y una investigación holística del objeto de estudio por medio de una conducta observable y flexible desarrollando una teoría explicativa. Por otra parte, en cuanto a la investigación cuantitativa según Gurdián (2010), permite obtener resultados numéricos y concretos del lugar investigado, es decir, analizar datos fiables y transformarlos estadísticamente. Por ende, después de manifestar diversas cuestiones para definir el potencial turístico de los recursos de las Pampas de Salasaka se podrá obtener información que permita tener una visión clara de las

potencialidades de los atractivos turísticos, es así como la investigación se enmarcará mucho más allá de la obtención de datos numéricos.

De igual manera durante el proceso de investigación se utilizó la investigación de campo, la que se ha realizado por medio de:

- **Técnica de entrevista:** Ha permitido obtener información sobre el objeto de estudio, llevando a cabo a personas especialistas en el tema, con el propósito de adquirir información acerca de los atractivos naturales para constatar antecedentes y hechos verídicos.
- **Técnica de encuesta:** Se ha realizado con el objeto de recopilar información del sitio de investigación, se aplicó a los visitantes que acuden al cantón.
- **Técnica de observación:** La observación de las áreas y recursos naturales, para obtener información verídica y constatar la existencia de dichos atractivos.
- **Ficha de inventario:** Se ha aplicado las fichas de jerarquización de atractivos 2017 emitidas por el Ministerio de Turismo, por medio de esta herramienta se ha recopilado información y datos relevantes de los atractivos turísticos.

De la misma manera se aplicó el muestreo aleatorio simple. Se ha aplicado esta modalidad debido a que no existe datos estadísticos que determine el número de visitantes que llegan al cantón Tisaleo. El nivel de investigación utilizado fue el descriptivo en el cual se ha comparado las dos variables estudiadas y se ha establecido las particularidades de la problemática tratada.

3. Resultados

Para la recolección de información se aplicó una encuesta basada en 13 preguntas, la misma que fue aplicada a los visitantes con el propósito de alcanzar los resultados deseados, los cuales se describen a continuación:

Se puede evidenciar que los visitantes vienen al cantón Tisaleo motivados por conocer los páramos, lagunas, el volcán Carihuayrazo y las granjas agrícolas, esto se debe a que estos lugares abarcan una gran riqueza natural y paisajística que albergan una cantidad diversa de flora y fauna propias del páramo andino, muchos de los visitantes optan por recorrer las granjas agrícolas en las cuales prefieren admirar los cultivos y la crianza de las diferentes especies de campo. Del mismo modo, otro de los motivos principales que visitan el cantón es por la participación de la cultura, en la que se desarrolla la fiesta religiosa en honor a Santa Lucía, teniendo lugar en la tercera semana de octubre de cada año, fecha en la cual se celebra el tradicional festejo del Inga Palla acompañado de música y coloridos bailes e imitaciones tradicionales.

Tabla 1: Motivos de visita

		Frecuencia
Válidos	Degustar de la gastronomía (fritada, turrone, lácteos.)	30
	Visitar los páramos, lagunas, volcán Carihuayrazo, montañas, granjas agrícolas.	46
	Participar de la cultura (Fiesta religiosa en honor a Santa Lucía, celebración del Inga Palla)	44
	Total	120

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: GUATO, S (2017)

Además, se planteó la pregunta que menciona si los atractivos turísticos naturales identificados en los alrededores de Las Pampas de Salasaka son relevantes para que pueda ser considerado como un destino, la mayor parte de los encuestados, están de acuerdo que si cuentan con el potencial turístico para que pueda considerarse como un destino, para ello es fundamental la estructuración de productos turísticos que abarquen estos atractivos naturales y de ser necesario los servicios turísticos sean prestados por los mismos pobladores de las localidades cercanas para que exista una interacción entre los turistas y los pueblos rurales en la que se obtengan beneficios mutuos.

Tabla 2: Relevancia de los atractivos turísticos

	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	10	8.3
De acuerdo	75	62.5
Poco de acuerdo	20	16.7
Desacuerdo	15	12.5
Total	120	100.0

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: GUATO, S (2017)

Otra de las interrogantes planteadas a los visitantes es que, si considera que a través de la generación de productos turísticos se puede incrementar la demanda turística al cantón Tisaleo, en la cual la gran parte está de acuerdo. Mediante el análisis realizado se conoce que la generación de productos turísticos atraerá la demanda al cantón, debido a que actualmente no existen productos definidos que se puedan ofertar a los turistas, se sabe que los atractivos son relevantes y con el potencial necesario, pero no son difundidos y comercializados, por lo tanto, resulta benéfico desarrollar productos turísticos en función a las necesidades de los visitantes.

Tabla 3: Generación de productos turísticos

	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	20	16.7
De acuerdo	65	54.2
Poco de acuerdo	18	15.0
Desacuerdo	17	14.2
Total	120	100.0

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: GUATO, S (2017)

Se ha considerado necesario conocer a través de qué medios los visitantes prefieren ser informados sobre las rutas turísticas (productos turísticos) que se establezcan en Tisaleo, de acuerdo con los resultados obtenidos se puede notar que la gran parte de personas prefieren recibir información sobre rutas (productos turísticos) por redes sociales, mostrando bajo interés en la difusión a través de material promocional y correo electrónico, como se conoce hoy en día, la gran parte de la población usa redes sociales para distintos fines, por lo que se considera indispensable aprovechar estos medios para difundir los productos turísticos.

Tabla 4: Medios de información

	Frecuencia	Porcentaje
Correo electrónico	20	16.7
Material promocional (trípticos, volantes)	25	20.8
Redes sociales	75	62.5
Total	120	100.0

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: GUATO, S (2017)

4. Discusión

El cantón Tisaleo al igual que el caso del parque estatal Sierra de Tepetzotlán, México, debe enfocarse en aprovechar los atractivos turísticos naturales de manera sustentable, por lo cual es válida la utilización de turismo de naturaleza y la creación de áreas protegidas como estrategias para conservar los espacios naturales para el bienestar de la sociedad.

Acorde con lo expuesto por Pérez (2010), en el parque estatal Sierra de Tepetzotlán se ha generado estrategias para promover el desarrollo sustentable, las cuales contribuyen al uso y aprovechamiento racional de los recursos naturales, a fin de que puedan ser gozadas por las presentes y futuras generaciones, por tal razón, se adopta la modalidad de turismo de naturaleza como una estrategia fundamental en la que se pretende cumplir con los pilares, social, económico y natural como principios del desarrollo sustentable.

En el caso de Tisaleo, en el sector las Pampas de Salasaka al igual que el parque estatal Sierra de Tepetzotlán, necesita formar estrategias para el aprovechamiento de los recursos naturales de manera sustentable, por medio del impulso de turismo de naturaleza, en la cual los turistas tengan la posibilidad de disfrutar y admirar los atractivos turísticos naturales de forma responsable.

Igualmente, González, Fonseca, & Dachary (2014), en su investigación afirman que se establecieron relaciones colaborativas directas con la comunidad local, que facilitaron desarrollar las capacidades sociales y el potencial natural, para emprender un proyecto de turismo rural en relación con las actividades tradicionales que realizan como parte de su vida cotidiana y bajo lineamientos de sustentabilidad para el adecuado desarrollo. Asimismo, el autor afirma que esta zona abarca un exuberante paisaje natural y cultura tradicional, los cuales se han convertido en una fortaleza para desarrollar el turismo convencional con el apoyo de gestión de organismos públicos nacionales e internacionales que favorecen el posicionamiento de dicho lugar y que están enfocados al disfrute de la naturaleza y valoración de las actividades rurales.

Por tal razón, se puede evidenciar que Tisaleo carece de proyectos de turismo rural como alternativa de desarrollo turístico para las poblaciones locales, sin embargo, las Pampas de Salasaka, la cual se encuentra inmersa dentro del territorio de la Parroquia Quinchicoto, posee el potencial suficiente tanto de los atractivos turísticos naturales como de las costumbres y tradiciones de dicha localidad que pueden ser aprovechadas turísticamente para dinamizar la economía local y diversificar la oferta en el cantón.

Por otra parte, Figueroa, Cavazos, & Moreno (2015), sostienen que a los recursos naturales se ha considerado como elementos de suma importancia para generar productos turísticos rurales sustentables los cuales inciden fuertemente en la construcción de una imagen como ventaja competitiva, por tal motivo se le han dado la protección que ameritan los recursos para su conservación con la participación de diversos actores que contribuyan al desarrollo del turismo de forma integrada, también se debe establecer controles como reglas, normas y políticas para el desarrollo de la actividad y el impacto al entorno natural.

En cambio, en el cantón Tisaleo se da poca importancia a la generación de productos turísticos en la que abarque a los principales atractivos naturales lo cual no permite que pueda generar ventaja competitiva frente a otros destinos similares pasando por desapercibido los recursos naturales. Asimismo, la población que residen cerca de las Pampas de Salasaka y demás atractivos naturales desconocen de los impactos que ocasionan con el avance de la agricultura y ganadería hacia los páramos andinos y poco a poco se está degradando la riqueza paisajística con la que cuentan estos recursos.

Finalmente, en el estudio de competitividad e innovación en el producto turístico rural de la región de Murcia, Ponce (2011), sustenta que se ha adoptado la calidad en el producto y servicios y la incorporación de nuevas tecnologías para la comunicación y difusión como una manera de innovar, lo cual ha generado buenos resultados, no obstante, la competencia y los mercados cambiantes exigen una diferenciación en ofrecer productos únicos, por lo que se encuentra tomando acciones creativas e innovadoras para enfrentar al entorno que plantea cada día. Por su parte, Tisaleo, posee escasos productos turísticos y estos a su vez tienen poca importancia para las autoridades competentes y no se crean estrategias de innovación de los mismos, igualmente el proceso de difusión que se realiza por los medios tecnológicos mantiene la misma estructura promocional por mucho tiempo lo que ocasiona el poco interés de los turistas en conocer los atractivos turísticos.

El potencial turístico de los recursos naturales como factor determinante para el turismo

Con base en el estudio de Reyes & Sánchez (2005), sustentan que el potencial turístico de los recursos dentro de un territorio existe cuando uno o varios elementos de su base natural son explotados económicamente para que se lleve a cabo la actividad turística. Es así como, los recursos turísticos potenciales son factores determinantes para que se produzca el flujo de turistas y se desarrolle el turismo.

De acuerdo con la investigación realizada se pudo determinar que las Pampas de Salasaka abarca en sus alrededores un alto potencial turístico, todos ellos de carácter natural, y después de realizar un meticuloso levantamiento de información se pudo estipular que cuenta con 7 atractivos turísticos naturales considerados los más relevantes dentro de este territorio. Por otra parte, Bollo, Hernández, & Méndez (2010), asumen que es fundamental evaluar las potencialidades naturales de los diferentes paisajes o recursos, para ello, se utiliza indicadores de carácter natural en la que caractericen los componentes de los mismos como el clima, el relieve, la composición litológica, el agua, el suelo y la biota en el territorio estudiado.

Cada uno de los recursos naturales identificados tienen una gran variedad de especies de flora y fauna de páramo andino, poseen gran valor paisajístico que pueden captar la atención de los turistas que disfrutan del contacto con la naturaleza. Por lo tanto, dichos atractivos pueden ser aprovechados turísticamente, puesto que hoy en día, se están desarrollando nuevas tendencias de turismo alternativo, el cual se desenvuelve sin alterar el equilibrio ambiental promoviendo la conservación de los recursos y los ecosistemas involucrados.

Turismo rural como una alternativa de desarrollo turístico

El turismo rural surge como una alternativa para el desarrollo poblacional y turística lo cual ha generado un gran aporte a las comunidades rurales, asimismo, Millán Vázquez de la Torre & Agudo (2006), enfatizan que esta modalidad turística responde a las necesidades de la actual demanda quienes se enfocan en experimentar nuevas emociones y experiencias turísticas fuera de los típicos núcleos de turismo de masas.

Actualmente, el turismo rural constituye uno de los pilares fundamentales para el mantenimiento de los pueblos rurales en lugares económicamente poco desarrollados asegurando el mantenimiento de bienes patrimoniales naturales y culturales. Para González (2008), se refiere a actividades turísticas realizadas en espacios rurales, en pequeñas localidades y lejos de territorios urbanos de gran tamaño, en el cual los servicios turísticos como alojamiento, alimentación, guianza y actividades complementarias son ofrecidas y dirigidas por los mismos propietarios de la zona.

En este sentido, el turismo rural, hoy en día, está centrado fundamentalmente en el cuidado del entorno natural, por ello, Pérez (2010), establece que este turismo se basa en principios de tipo ambiental, social, cultural y económico dichos elementos exaltan a esta modalidad como una actividad de carácter territorial, que está vinculado directamente con los pobladores, su organización social y cultural, sus vínculos interinstitucionales y con el medio ambiente. Este tipo de turismo rural se trata de una práctica colectiva rural que se considera como uno de los primordiales proveedores de actividades económicas alternativas en áreas rurales, que incluso implica a los sectores que pueden ser apartados del mercado laboral como jóvenes, adultos mayores y mujeres, por tales razones, el turismo rural constituye una nueva alternativa de diversificación no solo de ingresos para los pueblos campesinos sino que también, favorece a dinamizar la actividad turística en los sectores y ampliar la oferta turística en una región.

Para complementar, el turismo rural destaca ciertas ventajas como lo menciona Garduño , Guzmán, & Zizumbo (2009), se trata de una actividad de bajo impacto ambiental y sociocultural que facilitan vivencias y experiencias que enriquecen el desarrollo personal mutuo, pues mantiene un equilibrio entre el poblador y el turista, además de mantener y conservar las manifestaciones arquitectónicas y culturales de una zona rural, así como la protección y aprovechamiento sustentable del potencial de los recursos turísticos.

De ello se deriva la importancia de desarrollar el turismo rural como producto turístico en la Parroquia Quinchicoto, del cantón Tisaleo, sosteniendo como principal recurso natural las Pampas de Salasaka de donde se parte a los demás recursos turísticos aprovechando el potencial de cada uno de ellos y el valor cultural de las costumbres y tradiciones de la comunidad. En base a la investigación realizada se pudo constatar que los miembros de la Asociación Corazón de Jesús localizada en la parroquia antes mencionada están interesados y comprometidos en emprender un proyecto de turismo rural que los ayude a aprovechar de manera sustentable el potencial de los recursos turísticos y obtener beneficios culturales, ambientales y socioeconómico, a más de contribuir al desarrollo turístico de la localidad y el cantón.

5. Conclusiones

Después de haber realizado un profundo estudio de las Pampas de Salasaka en todo sus alrededores se determinó que posee recursos naturales con gran potencial turístico, sin embargo, no son promocionados y difundidos por lo que la mayor parte de turistas desconocen de dichos atractivos lo cual obstaculiza el desarrollo de la actividad turística en el cantón, de tal forma que las comunidades cercanas a los atractivos turísticos desaprovechan dichas potencialidades que permita el impulso del turismo de naturaleza. Por esta razón, es fundamental que se realice una gestión turística adecuada en la que estén involucradas las autoridades del cantón Tisaleo, los pobladores y los turistas.

Para que en el cantón Tisaleo se pueda desarrollar un turismo de naturaleza o alternativo se debe enfocar en el turismo sustentable que permita obtener beneficios económicos para los pobladores mejorando la calidad de vida de las personas, conservar y proteger los recursos naturales de las Pampas de Salasaka es de suma importancia, de modo que garantice la permanencia en el tiempo de los atractivos turísticos dándoles el cuidado adecuado para satisfacer a las generaciones presentes y no afectar el sustento a las futuras generaciones. Por tal razón, es indispensable preservar y conservar los recursos turísticos lo cual debe ser un compromiso de todos los actores involucrados en la actividad turística.

Existe un gran número de visitantes que acuden al cantón únicamente por motivos de las festividades y gastronomía típica. Esto ha ocasionado que Tisaleo no diversifique la oferta turística por lo que los visitantes desconocen del valor paisajístico de los recursos naturales allí encontrados. Por tal motivo, se considera de suma importancia el desarrollo de productos turísticos lo cual permita mayor afluencia de turistas e incrementar la actividad turística.

Bibliografía

- Ascanio, A. (2012). *Teoría del Turismo*. México: Trillas.
- Bollo, M., Hernández, J., & Méndez, A. (Junio de 2010). <http://age.ieg.csic.es>.
Obtenido de <http://age.ieg.csic.es/boletin/53/09-Bollo%20191-218.pdf>
- Carrillo, A. (Septiembre de 2015). <http://ri.uaemex.mx>. Obtenido de
<http://ri.uaemex.mx/oca/view/20.500.11799/35134/1/secme-21544.pdf>
- Covarrubias, R. (2010). *EVALUACIÓN DEL POTENCIAL EN MUNICIPIOS TURÍSTICOS A TRAVÉS DE METODOLOGÍAS PARTICIPATIVAS*. México. Obtenido de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2015/1433/potencial-turistico.htm>
- Figuroa, L., Cavazos, J., & Moreno, Y. (2015). Desarrollo de productos turísticos rurales sustentables. Propuesta y validación de expertos respecto a. *Redalyc*, 115-139. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/1934/193435584005.pdf>
- Franco, S., Osorio, M., Nava, G., & Regil, H. (2009). Evaluación multicriterio de los recursos turísticos. Parque Nacional Nevado de Toluca - México. *Scielo*.
- Garduño, M., Guzmán, C., & Zizumbo, L. (2009). Turismo rural: Participación de las comunidades y programas federales. *Redalyc*, 5 - 30. Obtenido de <http://www.redalyc.org/html/1934/193414420001/>
- González, D., Fonseca, M., & Dachary, A. (2014). Aprovechamiento del potencial turístico natural y cultural de El Colomo, Nayarit, como estrategia para su desarrollo local. *Redalyc*, 33-60. Obtenido de <http://www.redalyc.org/html/4561/456145102003/>
- González, M. E. (2008). *Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura*. Obtenido de [iica.ac.cr](http://www.iica.ac.cr):
<http://www.iica.ac.cr/Esp/organizacion/LTGC/agroturismo/Estudios%20Andina/Turismo%20Rural%20en%20Ecuador.pdf>
- Gurdián, A. (2010). *repositorio.inie.ucr.ac.cr*. Obtenido de repositorio.inie.ucr.ac.cr:
<http://repositorio.inie.ucr.ac.cr/bitstream/123456789/393/1/paradigama%20cualitativo.pdf>
- Millán Vázquez de la Torre, G., & Agudo, E. (2006). El turismo rural como agente económico: desarrollo y distribución de la renta en la zona de Priego de Córdoba. *Redalyc*, 167-192. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/174/17405507.pdf>
- OMT. (16 de Marzo de 2016). *unwto.org*. Recuperado el 16 de Mayo de 2017, de http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/cam_60_4_implementacion_pdt_sp.pdf

- Pérez, C. (2010). Análisis del aprovechamiento turístico del parque estatal Sierra de Tepotzotlán, México desde la. *Redalyc*, 35-68. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/1934/193415591004.pdf>
- Pérez, S. (2010). El valor estratégico del turismo rural como alternativa sostenible de desarrollo territorial rural. *Redalyc*, 507-513. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/1803/180320698018.pdf>
- Ponce, D. (2011). COMPETITIVIDAD E INNOVACIÓN EN EL PRODUCTO TURÍSTICO RURAL DE LA REGIÓN DE MURCIA. *Redalyc*, 743-758. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/398/39820898040.pdf>
- Quecede, C. (2002). Introducción a la metodología de investigación cualitativa. *Redalyc*, 5-39.
- Reyes, Ó., & Sánchez, A. (2005). METODOLOGÍA PARA DETERMINAR EL POTENCIAL DE LOS RECURSOS TURÍSTICOS NATURALES EN EL ESTADO DE OAXACA, MÉXICO. *Redalyc*, 153-173. Obtenido de <http://revistas.um.es/turismo/article/view/18341/17701>
- Salinas, E., & Medina, N. (2009). Los productos turísticos, pilares de la comercialización: Dos ejemplos del centro histórico de la Habana, Cuba. *Redalyc*, 227-242.