



UNIVERSIDAD UTE

FACULTAD DE CIENCIAS GASTRONÓMICAS Y TURISMO

**MAESTRÍA EN TURISMO CON MENCIÓN EN GESTIÓN DE DESTINOS
TURÍSTICOS**

**TESIS PREVIA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE MAGÍSTER EN TURISMO
CON MENCIÓN EN GESTIÓN DE DESTINOS TURÍSTICOS**

TEMA:

**PROPUESTA DE MODELO DE GESTIÓN TURÍSTICA PARA EL CANTÓN
CAYAMBE, BASADO EN LA EVALUACIÓN DE POTENCIALIDAD DE SU
SISTEMA TURÍSTICO.**

AUTOR:

CHICO GUZMÁN BRYAN ALEXANDER

DIRECTOR DE TESIS:

DR. CABANILLA VÁSCONEZ ENRIQUE ARMANDO

QUITO – ECUADOR

2021

FORMULARIO DE REGISTRO BIBLIOGRÁFICO

PROYECTO DE TITULACIÓN

DATOS DE CONTACTO	
CÉDULA DE IDENTIDAD:	1720033651
APELLIDO Y NOMBRES:	Chico Bryan Alexander
DIRECCIÓN:	Pasaje 38D Oe10-20 y Pedro Castellón (Chillo Gallo – Ciudadela Ibarra) Quito – Ecuador
EMAIL:	bryandizzys@gmail.com
TELÉFONO FIJO:	-
TELÉFONO MÓVIL:	+593 9 95956331


DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	Propuesta de modelo de gestión turística para el Cantón Cayambe, basado en la evaluación de potencialidad de su sistema turístico.
AUTOR O AUTORES:	Chico Guzmán Bryan Alexander
FECHA DE ENTREGA DEL PROYECTO DE TITULACIÓN:	12 de Octubre 2021
DIRECTOR DEL PROYECTO DE TITULACIÓN:	Dr. Cabanilla Vásconez Enrique Armando
PROGRAMA	PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO <input checked="" type="checkbox"/>
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	MAGÍSTER EN TURISMO CON MENCIÓN EN GESTIÓN DE DESTINOS TURÍSTICOS
RESUMEN:	La presente investigación tiene como objetivo proponer un modelo de gestión turístico para el Cantón Cayambe, ubicado en la provincia de Pichincha; mismo que se ha realizado en base a investigaciones de campo, para identificar el potencial con el que cuenta el sistema turístico del territorio,

	<p>y a su vez, sea evaluado de manera cualitativa y cuantitativa; para que, posteriormente se definan las estrategias para la propuesta del modelo.</p> <p>Para iniciar, se seleccionaron los principales atractivos y elementos para el desarrollo del turismo en la localidad, estos se clasificaron según la propuesta de doce componentes del sistema turístico elaborado por Enrique Cabanilla (2013). Acto seguido, se realizó una evaluación objetiva de forma cualitativa y cuantitativa con el apoyo de una matriz con 100 indicadores de potencialidad turística aplicado al territorio, dichos indicadores fueron tomados en cuenta por el sustento científico que ofrecen para la evaluación correspondiente.</p> <p>Con los resultados obtenidos, se plantea un modelo de gestión turístico para el cantón; cuya primera acción pretende crear una Organización de Gestión para el Destino (OGD), integrada por miembros de los diferentes actores turísticos en el territorio que persistan en el cumplimiento de las directrices propuestas.</p> <p>Además, se estructura un plan estratégico con su misión y visión que dan el norte de la propuesta, con una proyección a 5 años, considerando los resultados obtenidos en las evaluaciones de potencialidad turística identificadas, donde la innovación y mejora continua son ejes transversales para actualizar la planificación turística del</p>
--	--

	<p>cantón frente a la crisis provocada por la pandemia Covid-19.</p>
<p>PALABRAS CLAVES:</p>	<p>Diagnóstico territorial, modelo de gestión, sistema turístico, Organización de Gestión del Destino, Planificación turística.</p>
<p>ABSTRACT:</p>	<p>The present research has like objective of proposing a tourism management model for Cayambe Canton, located in the province of Pichincha; it was based on field research to identify the potential with which it counts the tourism system of the territory, and in turn, to evaluate it qualitatively and quantitatively, in order to subsequently define the strategies for the proposal of the model.</p> <p>Firstly, the main attractions and important elements of tourism development in the town were selected and classified according to the proposal of twelve components of the tourism system elaborated by Enrique Cabanilla (2013). Then, a qualitative and quantitative objective evaluation was carried out with the support of a matrix with 100 tourism potential indicators applied to the territory; these indicators were considered because of the scientific support they offer for the corresponding evaluation. With the results that were obtained, it is proposed a tourism management model to the canton; so the first action is to create a Destination Management Organization (DMO), composed of members to the</p>

	<p>different tourism actors in the territory who persist in complying with the projected guidelines.</p> <p>In addition, a strategic plan is structured with its mission and vision that give the north of the proposal, with a 5 years projection, considering the results obtained in the identified tourism potential evaluations, where innovation and continuous improvement are transversal axes to update the tourism planning of the canton in the face of the crisis caused by the Covid-19 pandemic.</p>
KEYWORDS	Territorial diagnosis, management model, tourism system, Destination Management Organization, Tourism planning.

Se autoriza la publicación de este Proyecto de Titulación en el Repositorio Digital de la Institución.

f. 

CHICO GUZMÁN BRYAN ALEXANDER

CEDULA: 1720033651

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **CHICO GUZMÁN BRYAN ALEXANDER**, CI 1720033651 autor del proyecto titulado: **Propuesta de modelo de gestión turística para el Cantón Cayambe, basado en la evaluación de potencialidad de su sistema turístico**, previo a la obtención del título de **MAGÍSTER EN TURISMO CON MENCIÓN EN GESTIÓN DE DESTINOS TURÍSTICOS** en la Universidad UTE.

1. Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las Instituciones de Educación Superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.
2. Autorizo a la BIBLIOTECA de la Universidad UTE a tener una copia del referido trabajo de graduación con el propósito de generar un Repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Quito, 12/Octubre/2021

f: 


CHICO GUZMÁN BRYAN ALEXANDER

CEDULA: 1720033651

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de tutor de tesis de grado certifico que el presente trabajo que lleva por título: **Propuesta de modelo de gestión turística para el Cantón Cayambe, basado en la evaluación de potencialidad de su sistema turístico**, para aspirar al título de **MAGÍSTER EN TURISMO CON MENCIÓN EN GESTIÓN DE DESTINOS TURÍSTICOS**, fue desarrollado por **CHICO GUZMÁN BRYAN ALEXANDER**, bajo mi dirección y supervisión, en la Facultad de Ciencias Gastronómicas y Turismo ; y que dicho trabajo cumple con las condiciones requeridas para ser sometidos a la presentación pública y evaluación por parte del Jurado examinador que se designe.

ENRIQUE
ARMANDO
CABANILLA
VASCONEZ



Firmado digitalmente
por ENRIQUE
ARMANDO CABANILLA
VASCONEZ
Fecha: 2021.10.12
23:39:56 -05'00'

Dr. Cabanilla Vásquez Enrique Armando

DECLARACIÓN JURAMENTADA DEL AUTOR

Yo, **CHICO GUZMAN BRYAN ALEXANDER**, portadora de la cédula de identidad N.º **1720033651**, declaro que el trabajo aquí descrito es de mi autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional; y, que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en ese documento.

La Universidad UTE puede hacer uso de los derechos correspondientes a este trabajo, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su Reglamento y por la normativa institucional vigente.

f: 

CHICO GUZMAN BRYAN ALEXANDER

CEDULA: 1720033651

AGRADECIMIENTO

En primera instancia, agradezco a Dios por haberme permitido cumplir una meta más en mi vida, por guiarme y acompañarme en mi camino personal y profesional.

Agradecer a mis padres Gloria y Oswaldo que me han apoyado de forma incondicional en cada uno de mis proyectos. Por haberme enseñado que a pesar de las circunstancias siempre existen nuevas oportunidades para salir adelante, y, sobre todo, por haberme enseñado valiosos valores como el de la humildad, solidaridad, gratitud y responsabilidad.

Gracias por ser los mejores padres del mundo.

A mis hermanos Javier, Silvia y Bladimir, que siempre me han apoyado y aconsejado en momentos importantes de mi vida. A mi sobrina Melany, que es como una hermana menor, que me ha enseñado que la juventud de una persona siempre se encuentra en la sonrisa y el carisma que demuestre ante otra persona.

A mi querido tutor y amigo Enrique Cabanilla, que por segunda ocasión me acompañó en este proceso académico, por enseñarme que mi profesión no solo debo ejercerla detrás del escritorio sino desde el campo, y que mi deber como turismólogo es mostrar mi país como la potencia turística que realmente es.

A mis compañeros de maestría, que, a pesar del corto tiempo compartido, me enseñaron que las personas que venimos del turismo somos personas serviciales, alegres y trabajadoras, que, sin importar nuestras condiciones, nuestra misión siempre será el servir y ayudar a los demás.

Finalmente agradecer a las personas que me acompañaron en este proceso con palabras de apoyo, aliento y regaño. Algunas están conmigo y otras por distintas razones no, pero a cada una de ellas las llevo en mi corazón.

Gracias a todos por todo lo compartido.

DEDICATORIA

El presente trabajo lo dedico en primer lugar a Dios, por darme la oportunidad de continuar con mis estudios, por entregar siempre su bendición a mí y a mi familia.

A mis padres, por su sacrificio, amor y apoyo que me han entregado en todos mis proyectos de forma incondicional, gracias a ustedes he conseguido lograr importantes objetivos de vida, y por ustedes seguiré cumpliendo muchos más.

A mis hermanos, por su cariño y apoyo, por estar al pendiente de mi en cada cosa que realice, por ser también ese pilar de inspiración para superarme día a día. A ustedes, mi familia por el amor que siempre me han entregado y más que todo, por estar al pendiente de mi cada vez que estoy de viaje.

Finalmente quiero dedicar el presente trabajo a mis amigos, que, con sus palabras de aliento, apoyo, regaños, e incluso oraciones me motivaban a continuar y que ahora el sueño que inicio hace un tiempo se ve plasmado.

Muchas gracias a todos por motivarme a ser una mejor persona cada día, por no dejar que me rinda fácilmente, y por estar ahí cuando más lo necesito. ¡Los quiero a todos!

ÍNDICE

RESUMEN	i
ABSTRACT.....	ii
INTRODUCCIÓN	iii
1 Antecedentes del título de investigación.....	iii
I. Enunciado del problema	iv
II. Formulación del problema	vi
III. Objetivos de la investigación.....	vi
IV. Justificación	vii
CAPITULO 1.....	1
1 REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA DE REFERENCIA.....	1
1.1 Revisión de la literatura.....	1
1.2 Marco legal.....	4
1.3 Marco institucional.....	6
1.4 Marco conceptual	8
1.5 Análisis territorial.....	14
CAPÍTULO 2.....	16
2 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	16
2.1 Enfoque de investigación	17
2.2 Tipo de investigación	17
2.3 Método de investigación	18
2.4 Técnicas de investigación.....	18
2.4.1 Observación de campo.....	18
2.4.2 Encuesta	19
2.4.3 Entrevistas.....	20
CAPÍTULO III.....	21
3 RESULTADOS.....	21
3.1 Diagnóstico situacional del Cantón Cayambe.....	21
3.1.1 Sistema turístico.....	21
3.1.1.1 Oferta turística.....	21

3.1.1.2	Demanda turística.....	58
3.1.1.3	Comercialización turística.....	62
3.1.1.4	Superestructura turística.....	67
3.2	Evaluación de los componentes del sistema turístico del Cantón Cayambe.....	71
3.2.1	Evaluación global cualitativa de los componentes del sistema turístico	71
3.2.2	Evaluación global cuantitativa de los componentes del sistema turístico	72
3.2.2.1	Identificación de indicadores de evaluación por componentes.....	74
3.2.2.2	Evaluación por componente del sistema turístico del Cantón Cayambe ..	74
3.2.3	Evaluación cuantitativa general del sistema turístico del Cantón Cayambe..	79
3.3	Propuesta del Modelo de Gestión en base a la evaluación del potencial turístico del Cantón Cayambe.....	81
3.3.1	Misión y visión del modelo de gestión	81
3.3.1.1	Misión.....	81
3.3.1.2	Visión	82
3.3.2	Organización de Gestión de Destinos local	82
3.3.2.1	Funciones generales de la Organización Gestora del Destino	82
3.3.2.2	Estructura orgánica de la Organización Gestora del Destino.....	83
3.3.2.3	Integrantes de la Organización Gestora del Destino.	88
3.3.3	Estrategias del plan estratégico para el modelo de gestión.....	88
3.3.4	Descripción de la propuesta	92
3.3.4.1	Oferta.....	92
3.3.4.2	Demanda.....	106
3.3.4.3	Promoción y Comercialización	108
3.3.4.4	Superestructura.....	109
3.3.5	Cronograma de aplicación de estrategias.....	112
3.3.6	Seguimiento de estrategias.....	115
3.3.7	Marco legal para el funcionamiento y gobernanza para el modelo de gestión..	116
4	CONCLUSIONES	121
5	RECOMENDACIONES.....	122
	BIBLIOGRAFÍA	123
	ANEXOS	129

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Marco legal	4
Tabla 2 Bases institucionales	6
Tabla 3 Atractivos naturales del Cantón Cayambe	22
Tabla 4 Manifestaciones culturales del Cantón Cayambe	25
Tabla 5 Gastronomía del Cantón Cayambe	33
Tabla 6 Festividades y eventos del Cantón Cayambe	39
Tabla 7 Actividades recreacionales del Cantón Cayambe	43
Tabla 8 Distancias de conectividad entre parroquias del Cantón Cayambe	48
Tabla 9 Dotación de agua en el Cantón Cayambe	51
Tabla 10 Energía eléctrica en las viviendas del Cantón Cayambe	52
Tabla 11 Servicio telefónico fijo del Cantón Cayambe	52
Tabla 12 Servicio telefonía móvil del Cantón Cayambe	53
Tabla 13 Porcentaje del modo de eliminación de basura en el territorio	53
Tabla 14 Porcentaje de la eliminación de excretas en el territorio	54
Tabla 15 Evaluación cualitativa de los 12 componentes del sistema turístico del Cantón Cayambe	71
Tabla 16 Valoración en rangos de la potencialidad turística	73
Tabla 17 Evaluación cuantitativa general del sistema turístico del Cantón Cayambe.....	79
Tabla 18 Descripción funcional de unidades en el organigrama propuesto (Nivel Directivo)	85
Tabla 19 Descripción funcional de unidades en el organigrama propuesto (Nivel asesor)....	86
Tabla 20 Descripción funcional de unidades en el organigrama propuesto (Nivel técnico) ..	87
Tabla 21 Estrategias del plan estratégico para el modelo de gestión.....	89
Tabla 22 Financiamiento para Oferta: Estrategia 1	92
Tabla 23 Financiamiento para Oferta: Estrategia 2	93
Tabla 24 Financiamiento para Oferta: Estrategia 3	94
Tabla 25 Financiamiento para Oferta: Estrategia 4	94
Tabla 26 Financiamiento para Oferta: Estrategia 5	95
Tabla 27 Financiamiento para Oferta: Estrategia 6	96
Tabla 28 Financiamiento para Oferta: Estrategia 7	96
Tabla 29 Financiamiento para Oferta: Estrategia 8	97

Tabla 30 Financiamiento para Oferta: Estrategia 9	98
Tabla 31 Financiamiento para Oferta: Estrategia 10	98
Tabla 32 Financiamiento para Oferta: Estrategia 11	99
Tabla 33 Financiamiento para Oferta: Estrategia 12	100
Tabla 34 Financiamiento para Oferta: Estrategia 13	100
Tabla 35 Financiamiento para Oferta: Estrategia 14	101
Tabla 36 Financiamiento para Oferta: Estrategia 15	102
Tabla 37 Financiamiento para Oferta: Estrategia 16	102
Tabla 38 Financiamiento para Oferta: Estrategia 17	103
Tabla 39 Financiamiento para Oferta: Estrategia 18	104
Tabla 40 Financiamiento para Oferta: Estrategia 19	105
Tabla 41 Financiamiento para Oferta: Estrategia 20	105
Tabla 42 Financiamiento para Oferta: Estrategia 2	106
Tabla 43 Financiamiento para Demanda: Estrategia 1	107
Tabla 44 Financiamiento para Demanda: Estrategia 2	108
Tabla 45 Financiamiento para Promoción y comercialización: Estrategia 1	108
Tabla 46 Financiamiento para Promoción y comercialización: Estrategia 2.....	109
Tabla 47 Financiamiento para Superestructura: Estrategia 1.....	110
Tabla 48 Financiamiento para Superestructura: Estrategia 2.....	111
Tabla 49 Financiamiento para Superestructura: Estrategia 3.....	111
Tabla 50 Cronograma de aplicación de estrategias.....	113
Tabla 51 Matriz para seguimiento de estrategias.....	115
Tabla 52 Marco legal para el funcionamiento y gobernanza para el modelo de gestión.....	117
Tabla 53 Ficha de observación y levantamiento de información.....	129
Tabla 54 Matriz de indicadores de potencialidad turística	133
Tabla 55 Matriz de indicadores de evaluación frente a los componentes del sistema turístico	163
Tabla 56 Evaluación del componente natural	169
Tabla 57 Evaluación del componente hechos culturales	173
Tabla 58 Evaluación del componente gastronómico	179
Tabla 59 Evaluación del componente festividades y eventos.....	181
Tabla 60 Evaluación del componente actividades recreacionales	187
Tabla 61 Evaluación del componente vías de acceso	191
Tabla 62 Evaluación del componente servicios básicos	194

Tabla 63 Evaluación del componente servicios turísticos	197
Tabla 64 Evaluación del componente consumidor	208
Tabla 65 Evaluación del componente promoción y comercialización	212
Tabla 66 Evaluación del componente instituciones administrativas	216
Tabla 67 Evaluación del componente políticas administrativas	222

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Elementos del sistema turístico.	3
Figura 2 División política del Cantón Cayambe.....	14
Figura 3 Nivel cualitativo del componente natural.....	25
Figura 4 Nivel cualitativo del componente hechos culturales	32
Figura 5 Nivel cualitativo del componente gastronómico	38
Figura 6 Nivel cualitativo del componente festividades y eventos.....	43
Figura 7 Nivel cualitativo del componente actividades recreacionales	46
Figura 8 Distancia entre la ciudad de Quito y la Cabecera Cantonal de Cayambe	47
Figura 9 Distancia entre el aeropuerto Mariscal Antonio José de Sucre y la Cabecera Cantonal de Cayambe	47
Figura 10 Nivel cualitativo del componente vías de acceso	49
Figura 11 Nivel cualitativo del componente seguridad, salud y servicios básicos.....	55
Figura 12 Nivel cualitativo del componente servicios turísticos	58
Figura 13 Sondeo demanda potencial del Cantón Cayambe - Aspectos generales	58
Figura 14 Sondeo demanda potencial del Cantón Cayambe - Aspectos demográficos.....	59
Figura 15 Sondeo demanda potencial del Cantón Cayambe - Organización de viaje.....	60
Figura 16 Sondeo demanda potencial del Cantón Cayambe - Motivación de viaje	61
Figura 17 Nivel cualitativo del componente consumidor	62
Figura 18 Logotipo Cayambe Turismo.....	63
Figura 19 Página web Cayambe Turismo	63
Figura 20 Canal de YouTube Cayambe Turismo	64
Figura 21 Fan page Cayambe Turismo	64
Figura 22 Aplicación móvil Cayambe Turismo.....	65
Figura 23 Nivel cualitativo del componente promoción y comercialización	66

Figura 24 Nivel cualitativo del componente instituciones administrativas	68
Figura 25 Nivel cualitativo del componente política turística	71
Figura 26 Organigrama OGD Cayambe	84

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo proponer un modelo de gestión turístico para el Cantón Cayambe, ubicado en la provincia de Pichincha; mismo que se ha realizado en base a investigaciones de campo, para identificar el potencial con el que cuenta el sistema turístico del territorio, y a su vez, sea evaluado de manera cualitativa y cuantitativa; para que, posteriormente se definan las estrategias para la propuesta del modelo.

Para iniciar, se seleccionaron los principales atractivos y elementos para el desarrollo del turismo en la localidad, estos se clasificaron según la propuesta de doce componentes del sistema turístico elaborado por Enrique Cabanilla (2013). Acto seguido, se realizó una evaluación objetiva de forma cualitativa y cuantitativa con el apoyo de una matriz con 100 indicadores de potencialidad turística aplicado al territorio, dichos indicadores fueron tomados en cuenta por el sustento científico que ofrecen para la evaluación correspondiente.

Con los resultados obtenidos, se plantea un modelo de gestión turístico para el cantón; cuya primera acción pretende crear una Organización de Gestión para el Destino (OGD), integrada por miembros de los diferentes actores turísticos en el territorio que persistan en el cumplimiento de las directrices propuestas.

Además, se estructura un plan estratégico con su misión y visión que dan el norte de la propuesta, con una proyección a 5 años, considerando los resultados obtenidos en las evaluaciones de potencialidad turística identificadas, donde la innovación y mejora continua son ejes transversales para actualizar la planificación turística del cantón frente a la crisis provocada por la pandemia Covid-19.

Palabras clave: Diagnóstico territorial, modelo de gestión, sistema turístico, Organización de Gestión del Destino, Planificación turística.

ABSTRACT

The present research has like objective of proposing a tourism management model for Cayambe Canton, located in the province of Pichincha; it was based on field research to identify the potential with which it counts the tourism system of the territory, and in turn, to evaluate it qualitatively and quantitatively, in order to subsequently define the strategies for the proposal of the model.

Firstly, the main attractions and important elements of tourism development in the town were selected and classified according to the proposal of twelve components of the tourism system elaborated by Enrique Cabanilla (2013). Then, a qualitative and quantitative objective evaluation was carried out with the support of a matrix with 100 tourism potential indicators applied to the territory; these indicators were considered because of the scientific support they offer for the corresponding evaluation.

With the results that were obtained, it is proposed a tourism management model to the canton; so the first action is to create a Destination Management Organization (DMO), composed of members to the different tourism actors in the territory who persist in complying with the projected guidelines.

In addition, a strategic plan is structured with its mission and vision that give the north of the proposal, with a 5 years projection, considering the results obtained in the identified tourism potential evaluations, where innovation and continuous improvement are transversal axes to update the tourism planning of the canton in the face of the crisis caused by the Covid-19 pandemic.

Key words: Territorial diagnosis, management model, tourism system, Destination Management Organization, Tourism planning.

INTRODUCCIÓN

1 Antecedentes del título de investigación

El Ecuador se encuentra en una ubicación geográfica privilegiada, esto como situación inicial abre un paraguas completo de características únicas a ofrecer a gran escala en el ámbito turístico. Según el Portal de Servicios del Ministerio de Turismo en el año 2019 ingresaron al país un total de 1'391,731 personas, principalmente por realizar alguna actividad de turismo en su estadía en el país. El turista se siente atraído por el país principalmente por los atractivos que ofrece. Esto se da a conocer por la promoción turística que llega a nacionales y extranjeros por diferentes medios, llevados a cabo a través de procesos de planificación y gestión del turismo para el territorio turístico ecuatoriano por parte de las instituciones públicas y privadas.

El Ecuador cuenta con 24 provincias y entre ellas se encuentra la Provincia de Pichincha. Esta provincia cuenta con 8 cantones y su cabecera cantonal es Quito, la cual es la Capital del Ecuador. En la provincia de Pichincha están los cantones Mejía, Pedro Moncayo, San Miguel de los Bancos, Pedro Vicente Maldonado, Puerto Quito, Rumiñahui y Cayambe (Consejo Nacional de Gobiernos Parroquiales Rurales del Ecuador, 2018). El Cantón Cayambe se encuentra al noreste de la capital del Ecuador, su cabecera cantonal lleva el mismo nombre y cuenta con tres parroquias urbanas: Ayora, Cayambe y Juan Montalvo y cinco parroquias rurales: Ascázubi, Cangahua, Cusubamba, Olmedo y Otón (Cayambe Turismo, 2019b).

El Cantón Cayambe cuenta con potencial para posicionarse en diferentes escalas a nivel turístico. La gestión entre los diferentes actores que intervienen en el sistema turístico aporta a la investigación y desarrollo de documentos de planificación, que permiten posicionar y gestionar al territorio. Podemos citar varios documentos que anteceden a la presente investigación y que corroboran su sustento científico. En relación al sitio de estudio se puede encontrar una investigación que conlleva de título *Evaluación del potencial turístico de la parroquia urbana Cayambe* realizado por Chico (2018). Dicha investigación se toma como ejemplo, porque determina que la parroquia cabecera cantonal de Cayambe cuenta con alto potencial turístico.

Por otra parte, tenemos a la Organización Mundial del Turismo que tiene como objetivo realzar la importancia de instituciones gestoras de turismo dentro de los destinos, con planes estratégicos, modelos de gestión u otros. Esta institución realizaría el trabajo de verificación para que cada organización cuente con un plan estratégico que dé respuesta a la gestión turística en el territorio (Organización Mundial del Turismo, 2019). Adicional, existen guías

metodológicas que simplifican los pasos a seguir según su sector económico, como por ejemplo: *Guía para la formulación de planes de desarrollo turístico en territorios rurales* (2014), que presenta una serie de herramientas que sirve para impulsar y desarrollar la actividad turística dentro las zonas rurales. Esta investigación será una guía adicional para el modelo de gestión porque gran parte del sitio en estudio forma parte del sector rural del cantón.

Para aportar a la presente investigación sobre modelos de gestión en el Ecuador, podemos citar a Pauta (2014), con su tesis doctoral titulada *Modelo para la gestión de la ordenación territorial en el Ecuador en el marco de su Constitución* donde propone un modelo de gestión territorial en base a la Constitución de la República del Ecuador publicada en el 2008 y los regímenes que detalla dicho documento como son los principios del desarrollo y el buen vivir. Por otra parte tenemos a Morejón (2015), en su investigación *Propuesta de un modelo de gestión turística sostenible para la consolidación del ecoturismo en la cabecera cantonal Machachi del Cantón Mejía* donde se propone un modelo de gestión sostenible para una parroquia. Aquí el investigador aplica un sistema de evaluación para aplicar el modelo en el territorio de manera funcional y responde a una carencia de modelos técnicos de gestión turística de varios cantones del Ecuador.

Las investigaciones citadas con anterioridad cuentan con base científica utilizada para fundamentar la presente investigación. Adicional, cabe destacar que en el Ecuador existen documentos de planificación territorial por parte de la Asociación de Municipalidades del Ecuador, que se utilizaron como referencias para adaptarlos a la realidad del territorio para el tipo de proyecto. Las investigaciones anteriores son un pilar importante para la propuesta de modelo de gestión que se crea como producto de la presente investigación, la misma que tiene el apoyo y aval del Gobierno Autónomo Descentralizado Intercultural y Plurinacional del Municipio del Cantón Cayambe como pilar fundamental en el desarrollo turístico del cantón.

I. Enunciado del problema

El sistema turístico abarca elementos como: “oferta”, presenta todo lo que se puede ofrecer turísticamente al siguiente elemento que es la “demanda”; esta, responde al grupo consumidor de la oferta; la “superestructura”, es la que respalda la actividad turística con instituciones y la legislación dentro del destino y por último tenemos a la “comercialización”, dicho elemento abarca todo el conjunto de acciones que facilitan la compra y venta de productos o servicios que se ofrece de un lugar (Cabanilla, 2013). Por otra parte, Boullón identifica al sistema turístico como un modelo oferta-demanda que tiene como principal interés el funcionamiento

de la comercialización del turismo. Aquí el autor define también que los elementos de su sistema turístico son los siguientes: infraestructura, demanda, atractivos, producto turístico, infraestructura y la comunidad local (Boullón, 2006b). Entre los dos autores antes mencionados existe una relación al identificar elementos similares refiriéndose al sistema turístico. Estos conceptos nos permiten empezar a identificar dichos elementos en el territorio de estudio adaptándolos a la realidad. Por lo consecuente y por una facilidad en la metodología de estudio se toma en consideración los conceptos propuestos de Cabanilla porque son conceptos más actuales y que van de la mano con el Organización Mundial del Turismo.

Por otra parte tenemos un concepto importante como es la potencialidad turística que según Jarrin et al. (2014), es la interacción de recursos como: accesibilidad, infraestructura y súper estructura que tengan interés turístico y que presentan un nivel de atracción ante un mercado. Otro argumento válido para determinar la potencialidad turística tenemos un concepto de la Secretaria de Turismo de México (2002), quien determina que la oferta de los servicios y productos de interés turístico de un territorio se transforma para satisfacer las necesidades del turista y que en base al nivel de satisfacción generado se determina el nivel de potencialidad. Estos dos conceptos nos abren una puerta para la identificación de la potencialidad de cada elemento del sistema turístico y su interacción en el territorio, determinando un nivel e identificando altos y bajos de cada elemento con el fin de crear estrategias para un modelo de gestión que es lo que falta para el sitio en estudio.

Los elementos del sistema turístico y su potencialidad son pilares para la creación de documentos de planificación del territorio. El Cantón Cayambe cuenta actualmente con un documento realizado por el Gobierno Autónomo Descentralizado Intercultural y Plurinacional del Municipio de Cayambe (2018), en conjunto con una consultora externa denominado *Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sostenible e Innovación del Cantón Cayambe 2017 – 2022* dicho documento tuvo como finalidad entregar lineamientos para una gestión en el territorio turístico. Actualmente el área de turismo del GADIP no ha logrado cumplir con los propósitos de dicho documento, esto ha sido por varios factores como, su desactualización al haber tomado como referente al PLANDETUR 2020 en las directrices turísticas del Ecuador; actualmente se cuenta con un nuevo documento de planificación llamado Plan Nacional de Turismo 2030. Adicional hay que mencionar que la pandemia del Covid-19 provoca nuevos modelos de turismo en función de la innovación de productos y la bioseguridad de los servicios que los turistas buscan, sin dejar de lado la satisfacción y la experiencia que ellos desean satisfacer.

La propuesta de un modelo de gestión turística para el Cantón Cayambe responde a proponer nuevos lineamientos actualizados y enfocados en la realidad del cantón, frente a las

nuevas modalidades de turismo que se darán a partir de una pandemia sufrida por el Covid-19. Además, el modelo tendrá como pilar fundamental un diseño participativo que incluye a los actores del territorio desde las instituciones privadas, comunitarias y públicas. Se iniciará con un diagnóstico de su sistema turístico, que permitirá crear una base de identificación del nivel de potencialidad del sistema, y así proponer al GADIP un nuevo modelo de gestión turística con estrategias enfocadas en el Plan Nacional de Turismo 2030, y que respondan a modalidades que surgen a nivel mundial para desarrollar el turismo. Por último, hay que mencionar que el planteamiento de la presente investigación se podrá tomar en cuenta como un ejemplo de aplicación en otros cantones del Ecuador, tomando en cuenta las realidades de cada territorio y de su nivel de potencialidad turística.

II. Formulación del problema

a. Pregunta general:

- ¿Cuáles son los componentes del modelo de gestión turístico más adecuado para el Cantón Cayambe, basado en la de potencialidad de su sistema turístico?

b. Preguntas específicas:

- ¿Cuál es la potencialidad del sistema turístico del Cantón Cayambe?
- ¿Cuáles serían las estrategias más adecuadas para el modelo de gestión turística a proponer al GADIP del Cantón Cayambe?

III. Objetivos de la investigación

a. Objetivo general:

- Proponer un modelo de gestión turístico para el Cantón Cayambe, mediante una evaluación del potencial de su sistema turístico, para actualizar su planificación frente a la crisis provocada por la pandemia Covid-19.

b. Objetivos específicos:

- Evaluar la potencialidad turística de los elementos del sistema turístico del Cantón Cayambe, mediante indicadores de valorización cualitativa y cuantitativa, para la determinación fortalezas y debilidades de dichos elementos.
- Definir los elementos de un nuevo modelo de gestión turística, mediante los resultados obtenidos en la evaluación de la potencialidad, como un aporte al desarrollo territorial del cantón.

IV. Justificación

El turismo como fenómeno social y como actor de dinamización de la economía se convierte en una actividad primordial para un desarrollo local (Organización Mundial de Turismo, 2019). Por tal motivo, si se cuenta con recursos o atractivos turísticos en el territorio, los organismos e instituciones encargadas del turismo deben intervenir para gestionarlo de la mejor manera y ponderarlo como destino a un mayor nivel. Esto solo se logra con estudios previos sobre identificación y valoración de los recursos y atractivos con los que se cuenta actualmente, para posterior diseñar estrategias que puedan crear o fortalecer modelos o planes de gestión acorde a los resultados obtenidos, sin dichos estudios previos no se puede desarrollar un turismo sostenible en ninguna de las formas, resultando así una pérdida de recursos y atractivos que tienen potencial (Morejón López, 2015).

Los modelos de gestión turística son una herramienta de planificación y guía para el desarrollo de la actividad turística en el territorio (Calderón, 2010). Estos modelos varían según las características del territorio. Esto se debe a la realidad del lugar de estudio porque con lleva estudios sobre cultura, ambiente, política y sociedad; los modelos deberán tener en cuenta estos aspectos y crear estrategias para la satisfacción de la población local y del turista (García Reinoso, 2017). Después de conocer los conceptos de los dos autores se puede definir al modelo de gestión como una herramienta que va desde el territorio para beneficiar y satisfacer a los actores del turismo y al visitante, todo esto se logra mediante un estudio previo de la realidad del territorio, para su posterior ejecución.

La pandemia del Covid-19 ha causado un gran impacto a toda modalidad del turismo en el mundo, esto por el incremento de infectados por dicho virus y a su vez la falta de garantías

de bioseguridad (Organización Mundial del Turismo, 2020). Los turistas a partir de esta situación presentarán nuevas preferencias al decidir sus viajes como por ejemplo visita a lugares con poca afluencia de gente, lugares con más naturaleza y aire libre o a su vez visitas más cortas en los atractivos. Por tal motivo las instituciones que tienen dentro de sus competencias el ejercer la planificación turística del territorio, deberán crear modelos innovadores de gestión. Las nuevas planificaciones deberán responder a las nuevas modalidades del turismo que demanda el turista y que se han creado por la pandemia para que los visitantes puedan satisfacer sus necesidades de viaje en la visita a los atractivos.

El modelo de gestión a proponerse se desarrolla en base a la propuesta de Cabanilla (2013), sobre un levantamiento inicial de información actualizada de los elementos que integran los 12 componentes del sistema turístico. Esta metodología permite desglosar de forma específica a los elementos de dicho sistema y sirve para dar una nueva visión de planificación territorial. La investigación tiene un impacto directo en el GADIP del Municipio de Cayambe como institución gestora del destino con su departamento encargado del manejo del turismo. Adicional el presente documento servirá como referente para una nueva planificación turística del territorio, porque se incluye nuevas modalidades del turismo después del gran impacto generado por la crisis del Covid-19 y como todos los actores del turismo del cantón pueden innovar para enfrentar dichos cambios.

CAPITULO 1

1 REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA DE REFERENCIA

1.1 Revisión de la literatura

La revisión de literatura contiene el desarrollo de temas relevantes para la fundamentación teórica de la presente investigación. Aquí se abordarán temas de conceptualización del turismo, su desarrollo y puntos importantes para definir el potencial que se ve relacionado directamente con fenómeno social, de la misma manera se explicará sobre las líneas de acción exclusivas del turismo que ayudarán a llegar finalmente a la planificación territorial y los modelos de gestión turística como eje fundamental para una gestión correcta de los territorios para satisfacción de los turistas y de los actores del turismo que intervienen en el mismo.

Iniciaremos explicando el concepto teórico de *turismo* como elemento principal para el desarrollo de la investigación, la Organización de las Naciones Unidas (2010), señala que el turismo es “un fenómeno que analiza tres aspectos: el económico, social y cultural”. Estos tres aspectos se relacionan al movimiento de personas denominadas turistas, dichas personas realizan un desplazamiento de un sitio a otro que no fuera el cotidiano por causas como por ejemplo satisfacer necesidades de placer, desarrollo de actividades profesionales, negocios, entre otros (Organización de las Naciones Unidas, 2010). De la misma manera la Organización Mundial del Turismo (2019), reafirma dicho concepto y argumenta que el turismo es un agente dinamizador de la economía donde se practique la actividad turística, esta dinamización económica genera un desarrollo local. Partiendo de estos dos conceptos de organismos de régimen mundial podemos determinar que el turismo es una actividad social, que se genera a partir de desplazamientos de personas a otro sitio no cotidiano, generando una dinámica económica, social y ambiental, principalmente ayuda al desarrollo local si se gestiona la actividad turística de una manera responsable.

Después de haber conocido el significado sobre el turismo, podemos hablar de sobre el *desarrollo local* que según Pérez y Carrillo (2000), lo definen como iniciativas que tienen como objetivo el dinamizar la economía con relación a las actividades productivas del territorio local, esto implica estudios sobre enfoques de desarrollo en ámbitos económicos y sociales. Con el concepto se puede determinar que el desarrollo local es fundamental para que la población evolucione, principalmente en el aspecto económico y social.

Por otro lado, cumpliendo los conceptos teóricos de turismo y desarrollo local podemos tener un *desarrollo sostenible del turismo* que según la Organización Mundial del Turismo el su concepto refiere a aspectos socioambientales, económicos y socioculturales que deben tener un equilibrio entre estas tres dimensiones para garantizar un desarrollo sostenible de larga duración (UNEP. División Tecnológica & Organización Mundial de Turismo, 2005). El concepto entregado por el organismo rector del turismo sigue la misma línea de ver una evolución del territorio manteniendo el equilibrio entre los 3 aspectos con los que el turismo tiene una relación directa como son el económico, social y ambiental, estos aspectos también incurren para hablar sobre teóricamente sobre destino turístico.

Un *destino turístico* es un espacio geográfico con uno o más puntos de interés turístico, el sitio tiene percepción en el mercado y cuenta con una planta turística, estos destinos turísticos cumplen varias características como el posicionamiento y la dinámica turística que se encuentre en el lugar, para considerarlo como un destino turístico en sus diferentes categorías como nacional, regional o mundial (Fondo Nacional de Turismo - Colombia, 2014). El destino según su nivel de interés hacia su demanda se puede identificar una *potencialidad turística* como nivel de atracción que tiene un territorio para atraer o llamar atención a turistas. Esta potencialidad está relacionada entre el atractivo y su infraestructura complementaria para realizar la actividad turística. Un punto a tomar en cuenta para determinar esta potencialidad turística se debe realizar un diagnóstico situacional de dicho nivel de atracción (Lazo Serrano et al., 2017). Los conceptos sobre destino y potencialidad turística van de la mano, porque para determinar un destino debe tener un potencial marcado, obviamente con la ayuda de los elementos integradores que complementan al sitio para generar toda la interacción del sistema turístico y esto se lo acredita con los conceptos de los autores anteriormente mencionados, aclarando que no todos los sitios turísticos pueden tener potencialidad turística, pues todo depende de características particulares que favorezcan y faciliten la actividad turística.

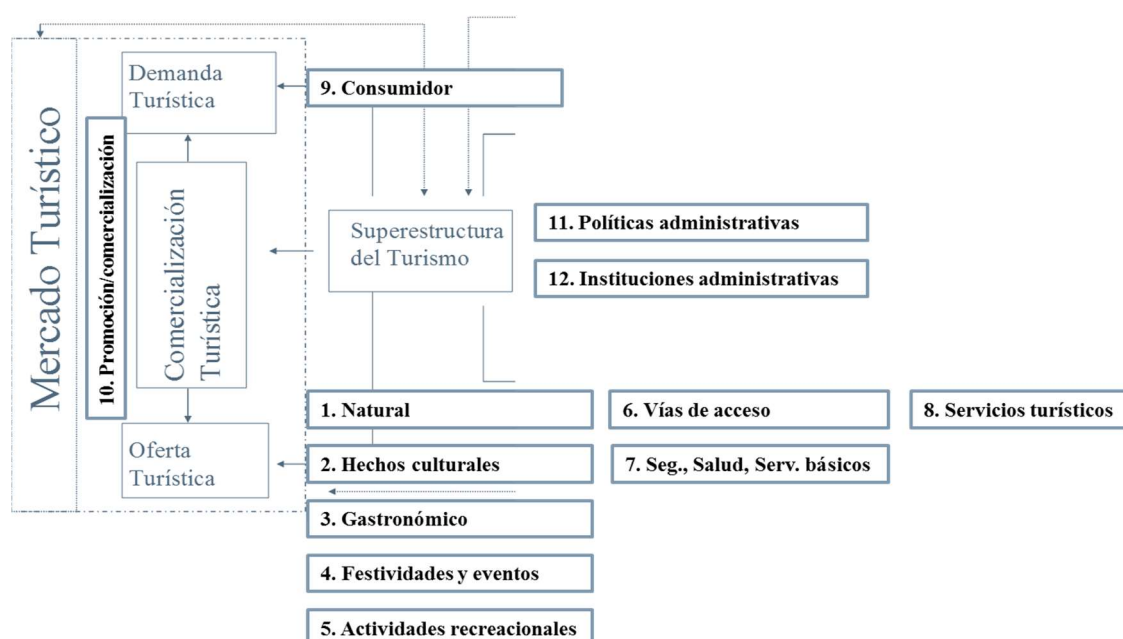
Para tener características de potencialidad se debe tener en cuenta a las planificaciones territoriales y un diagnóstico de todo su *sistema turístico*, el término lo define la Organización Mundial del Turismo (2010), como un conjunto complejo de interrelaciones entre diferentes elementos que se involucran entre sí, como por ejemplo la oferta, demanda, territorio y los agentes de comercialización del mercado. Por otra parte, Cabanilla (2013), en su trabajo *Manual integral de trabajo de campo, con un enfoque participativo, en lo social, espacial y económico, para la determinación potencial de la relación comunidad* identifica cuatro pilares del sistema turístico: oferta, demanda turística, promoción y comercialización turística y superestructura turística, dichos elementos cuenta con 12 componentes desglosados en ocho

componentes para la oferta turística, un componente para la demanda turística, dos componentes para la promoción y comercialización turística y dos componentes para la superestructura turística.

La siguiente gráfica se puede identificar la relación y descripción de los componentes de componentes del sistema turístico y su relación.

Figura 1

ELEMENTOS DEL SISTEMA TURÍSTICO.



Nota: Tomado del *Manual integral de trabajo de campo, con un enfoque participativo, en lo social, espacial y económico, para la determinación potencial de la relación comunidad*, por Cabanilla, E., 2013.

Los 12 componentes del sistema turístico son un eje fundamental para el desarrollo de esta investigación, porque cada componente ayuda al desarrollo de las líneas de acción del turismo que se presentara en el modelo de gestión. En turismo dichas *líneas de acción* son estrategias de planificación y organización de todo el sistema turístico, esto ayuda en la articulación de todos los actores del territorio de forma sistemática y ordenada (Turismo Práctico & Gestión Ambiental y Bonilla & Asociados S.A., 2018) las líneas de acción en turismo están enfocadas en promover, posicionar, proyectar e incrementar el turismo en el territorio proyectadas en la *planificación territorial*. Según Antón y González (2005), en su

libro *Planificación territorial del turismo* presentan 3 pilares importantes como eficiencia, equidad y jerarquía, definiendo así una organización coherente con el entorno, teniendo un equilibrio entre las actividades humanas y la capacidad del territorio para destinar espacios para estas actividades y por ultimo debe tener una planificación de jerarquía de complemento frente a planes de desarrollo local, regional y nacional.

Los pilares de la planificación territorial junto con la definición de los 12 componentes aportan para realizar una propuesta de un modelo de gestión. Según Gonzales y Rivas (2008), definen que un *modelo de gestión* es una herramienta que ayuda a coordinar entre todos los actores del turismo la gestión y planificación del territorio, dicho modelo debe tener un pilar estratégico que lo convierta en una herramienta de planificación con una imagen atractiva, para que se pueda aplicar en base a las estrategias diseñadas. Otra forma de aplicar y diseñar un modelo de gestión turística y su planificación es la identificación de variables y su influencia, esto se propone como un pilar de planificación y guía base de simplificación de estrategias para el desarrollo turístico de un destino (Pérez Arquero & González Sánchez, 2013). Los autores argumentan que un modelo de gestión es necesario como herramienta de planificación de un territorio, y en turismo esto es indispensable para la realización de un turismo sostenible, porque dicha herramienta permite planificar de una manera participativa a todo el sistema turístico para lograr que la actividad turística sea sostenible en el territorio.

1.2 Marco legal

En el desarrollo del apartado se mencionan bases legales que sustentan el objeto de estudio y su incidencia en el mismo como se presenta a continuación.

Tabla 1

MARCO LEGAL

Base legal	Definición	Aporte
Constitución de la República del Ecuador 2008	La Constitución de la República del Ecuador es la normativa superior del Ecuador, esta entrega una norma que vincula la	En esta carta magna no existe normativa específica sobre turismo, pero existen dos artículos de la Constitución que se

	relación del Estado y la ciudadanía (Constitución de la Republica del Ecuador, 2008).	relaciona con el turismo y su definición, estos son los artículos 24 y 383 donde se hablan de los derechos a la recreación, esparcimiento, práctica de deportes y al tiempo libre.
Código Orgánico de Organización Territorial, Autónoma y Descentralizada	El código es declarado por la Constitución de la República del Ecuador como un documento de normativa legal aplicable para establecer la organización administrativa y política del país (Código Orgánico De Organización Territorial, COOTAD, 2015).	El documento es de interés para la investigación porque enfatiza en el territorio y faculta a los GAD competencias específicas de autonomía y descentralización frente al estado en relación con su administración financiera y política
Ley de Turismo	La ley de turismo vigente en Ecuador se creó en 1988 y tiene su última modificación en el 2014, es un cuerpo legal que norma la actividad turística dentro del territorio	En la ley existen artículos específicos según las competencias de los GAD y Municipios. Los artículos con mayor representatividad para la investigación en términos de gestión turística son los artículos 3, 4, 16 y 58 donde se reconoce el ejercicio de la actividad turística y las obligaciones que tienen las instituciones para legislar en dicha

		actividad dentro del territorio.
AME - Resolución 0001 – CNC - 2016	El documento oficial emitido en el año 2016 por parte de la Asociación de Municipalidades Ecuatorianas, trata de la regulación de las facultades y atribuciones de los GAD's con relación al desarrollo de las actividades de interés turístico dentro de sus jurisdicciones (RESOLUCIÓN-0001-CNC-2016, 2016).	El documento otorga para que los Gobiernos Autónomos Descentralizados puedan tomar decisiones directamente para el desarrollo de las actividades turísticas en sus jurisdicciones, autorizándolos como organizaciones gestoras del territorio turístico.

Nota. Elaboración propia.

1.3 Marco institucional

Existen planes estratégicos de planificación turística que ayudarán al desarrollo de la investigación y a proponer el modelo de gestión turística. Estos planes se presentan a continuación.

Tabla 2

BASES INSTITUCIONALES

Bases institucionales	Definición	Aporte
Plan Nacional de Turismo 2030	El Plan Nacional de Turismo 2030, es una herramienta que brindará lineamientos generales	El plan tiene cinco ejes centrales a enfocarse en esta década, que son destinos y calidad,

para la gestión turística a nivel nacional y orientará las acciones que se deben realizar para lograr un desarrollo turístico sostenible (Ministerio de Turismo, 2020).

conectividad, seguridad turística, mercado y promoción y fomento a la inversión, estos cinco ejes estratégicos servirán para la planificación turística en esta investigación, porque como plan nacional los GAD con sus diferentes departamentos de gestión turística se enfocarán en dicho plan para las diferentes gestiones de planificación de sus territorios (Ministerio de Turismo, 2020).

Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Cayambe 2015 - 2025

Es un documento de planificación utilizado como instrumento el desarrollo territorial en el Cantón Cayambe (GADIP del Municipio del Cantón Cayambe et al., 2018)

Dentro de dicho documento se trata al turismo como un eje para el desarrollo económico y propone al turismo comunitario como una actividad que se practica y abarca gran parte del cantón. Adicional cabe mencionar que dentro del plan de desarrollo del cantón se proponen políticas para el fomento de actividades turísticas promoviendo esta actividad para posicionarla

<p>Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sostenible e Innovación del Cantón Cayambe 2017 - 2022</p>	<p>Tiene como objetivo analizar la situación de la actividad turística en el cantón, para posterior desarrollar lineamientos a ejecutarse para colocar a Cayambe como destino turístico a nivel nacional</p>	<p>a nivel nacional e internacional (GADIP del Municipio del Cantón Cayambe et al., 2018).</p> <p>El plan estratégico servirá como base para el diseño del modelo de gestión porque, aunque se encuentra desactualizado a la realidad actual (2021) tiene datos importantes a tomar en cuenta.</p>
--	--	--

Nota. Elaboración propia.

1.4 Marco conceptual

A continuación, se presenta terminología específica que ayudarán al entendimiento y desarrollo de la investigación:

a. Atractivo turístico

El atractivo turístico es todo sitio, acontecimiento y objeto que sea atractivo y motive a un desplazamiento de una persona (turista) a presenciarlo, eso quiere decir que sea atractivo para las personas (Fondo Nacional de Turismo - Colombia, 2014).

b. Cadena de valor del turismo

Según la Organización Mundial del Turismo (2019, p. 20), la define como “una secuencia de actividades primarias y de apoyo que resultan fundamental a nivel estratégico para el rendimiento del sector turístico” adicional a esto la misma organización argumenta sobre el concepto y define que las actividades antes mencionadas de apoyo “incluyen el transporte y la infraestructura, desarrollo de recursos humanos, desarrollo de tecnologías y sistemas y otros

bienes y servicios complementarios que pueden no relacionarse con la esencia del turismo, pero repercuten de manera importante el valor del sector” (World Tourism Organization, 2019).

c. Comercialización turística

Según Acerenza (2006), la comercialización turística es la forma de vender al producto turístico, el mismo que se compone de atractivos, facilidades y accesibilidad, con el fin de satisfacer la expectativa de los turistas; por otra parte, el término es uno de los cuatro pilares del sistema turístico.

d. Competitividad de un destino turístico

Según la Organización Mundial del Turismo define que: “la capacidad del destino de utilizar sus recursos naturales, humanos, culturales, antrópicos y financiero de manera eficiente para desarrollar y ofrecer productos y servicios turísticos de calidad, innovadores, éticos y atractivos” (World Tourism Organization, 2019).

e. Corredor turístico

Según la *Guía metodológica para la identificación, formulación y evaluación social de proyectos de inversión pública del sector turismo* (2011), el corredor turístico son las actividades del viaje y su tiempo de estadía de un lugar a otro, sean iguales o diferentes los puntos de inicio o de fin, teniendo en cuenta que se debe en el recorrido turístico visitar uno o más atractivos o parte de la planta turística.

f. Demanda

Según la OMT, la demanda son turistas motivados a adquirir servicios o productos turísticos, para satisfacer sus expectativas y/o necesidades (UNEP. División Tecnológica & Organización Mundial de Turismo, 2005), el elemento del sistema turístico tiene como principio el consumo y la experiencia del destino o atractivo.

g. Desarrollo

El concepto de desarrollo según Varisco (2008, p. 16), se relaciona a temas como progreso, evolución social o crecimiento económico, el concepto se relaciona con el turismo ya que es un dinamizador de la economía de los destinos, por ende, se relaciona directamente con el desarrollo de la economía.

h. Diagnóstico turístico

El diagnóstico turístico según Ricaurte es “la etapa del proceso de planificación donde se establece y evalúa la situación de un destino en un momento determinado y constituye la fuente directa de información que nos permite tomar decisiones acerca de las futuras estrategias” (Ricaurte, 2009, p. 3).

i. Escala de Likert

Según su autor Likert (1932), propone una escala en base a una estructura definida, esta escala va desde una calificación desfavorable hasta una favorable, esta herramienta es utilizada para medir o categorizar las variables que se hayan cuantificado.

j. Espacio turístico

Según Boullón (2006a, pp. 17–24), el espacio turístico es un territorio determinado donde se evidencia la actividad turística, el espacio puede ser potencial o real y va depender en base a los atractivos y recursos turísticos que se encuentren en el área ya que sin la presencia de alguno de estos no fuera posible realizar la actividad turística.

k. Excursionista

La Organización Mundial del Turismo, ha definido al excursionista como “aquella persona que sale de su sitio habitual hacia otro y que no pernocta en el lugar visitado” (Organización Mundial de Turismo, 2019).

l. Gestión pública

Es una manera de gestionar una administración de organismos públicos en cualquier de sus jurisdicciones (locales, regionales, nacionales), la misma es enfocada en una correcta administración del recurso que posee el Estado con el fin de cumplir necesidades y aumentar el desarrollo del país (Turismo Práctico & Gestión Ambiental y Bonilla & Asociados S.A., 2018).

m. Indicadores turísticos

Según Sancho & García, los indicadores son “características que identifican criterios que permiten adoptar medidas de corrección y mejoría que pueden ser utilizadas en la gestión sostenible del destino” adicional los mismos autores indican que “la validez de los indicadores turísticos es condicionada por su correcta aplicación porque para ello es necesario conocer lo que se requiere evaluar” (Sancho & García, 2006, p. 72).

n. Infraestructura turística

Según Rubín, “la infraestructura turística se encuentra conformada por servicios básicos, sistema vial, transportes, alojamiento, gastronomía, servicios para actividades culturales, red de comercios, servicios de protección al turista y otros, y todas estas constituyen la base organizacional del turismo del territorio” (Rubín, 2018).

o. Innovación turística

Según la Organización Mundial del Turismo, “es la introducción de un componente nuevo o perfeccionado que aporte ventajas materiales e inmateriales a los agentes del turismo y a la comunidad local, que mejore el valor de la experiencia turística y las competencias clave del sector turístico” (World Tourism Organization, 2019, p. 25).

p. Oferta turística

La oferta turística es la facilidad de comercializar el producto turístico (unión de bienes y servicios) con el fin de satisfacer al comprador (turista) según lo que demande (Secretaría de Estado de Turismo España, 2016).

q. Planificación turística

La planificación turística se analiza desde diferentes visiones dependiendo de su alcance, estos pueden ser internacional, nacional o local y es importante para desarrollar y manejar cualquier actividad (Organización Mundial del Turismo, 1994).

r. Planta turística

Es todo el conjunto de empresas que ofrecen servicios de transporte, alimentación, hospedaje, entre otros en el destino (GADIP del Municipio del Cantón Cayambe et al., 2018), todos estos servicios conforman la planta turística y gracias a todo el conjunto de estas empresas se puede posicionar al producto por su nivel de atractividad turística que tiene el destino, aquí también se incluyen a las agencias de viajes, pero estas no suelen estar en el destino.

s. Promoción turística

En el libro de Sancho et al., *Introducción al estudio del turismo, apuntes de teoría general* se define a la promoción turística “como una actividad integrada por un conjunto de acciones e instrumentos que cumplen la función de favorecer los estímulos para el surgimiento y desarrollo del desplazamiento turístico, así como el crecimiento y mejoría de operación de la industria que lo aprovecha con fines de explotación económica” (Sancho et al., 2011, p. 57).

t. Producto turístico

Según la Organización Mundial del Turismo, define que “un producto turístico es una combinación de elementos materiales e inmateriales, como los recursos naturales, culturales y antrópicos, así como los atractivos turísticos, las instalaciones en torno a un elemento específico de interés” adicional en el mismo texto menciona que “Un producto turístico se

comercializa a través de los canales de distribución, que también fijan el precio, y tiene un ciclo vital” (World Tourism Organization, 2019, p. 19).

u. Sector turístico

Comprende la unión de empresas que ofrecen bienes y servicios ofertados y utilizados por actores del sector turístico para poder dinamizar el sistema turístico, esto es conocido como industria turística cuando se habla más de las empresas de alojamiento, restauración, transporte u operación turística (Muñoz, 2019).

v. Superestructura turística

Según Varisco (2008), la superestructura turística es un elemento del sistema turístico, la misma está integrada por organismos gestores del turismo, sean estos privados o públicos, y tienen como función coordinar toda la actividad turística según planificación del sistema turístico.

w. Turismo sostenible

Es una ramificación del turismo que tiene como pilar fundamental el desarrollar la actividad turística de manera respetuosa con su entorno social, natural y cultural (GADIP del Municipio del Cantón Cayambe et al., 2018), aquí existe una relación entre todo el entorno turístico y el turista con una visión equitativa donde se busca el beneficio mutuo de todos los involucrados.

x. Visitante

Es considerado visitante a la persona que realiza un desplazamiento a un destino fuera de su entorno cotidiano durante un determinado periodo de tiempo, esto puede ser por cualquier propósito, aquí se le da una categoría de turista si el visitante realiza pernocte en el destino de visita o su vez se le da el nombre de excursionista si solo lo visita por un día sin pernoctar (Organización de las Naciones Unidas, 2010).

1.5 Análisis territorial

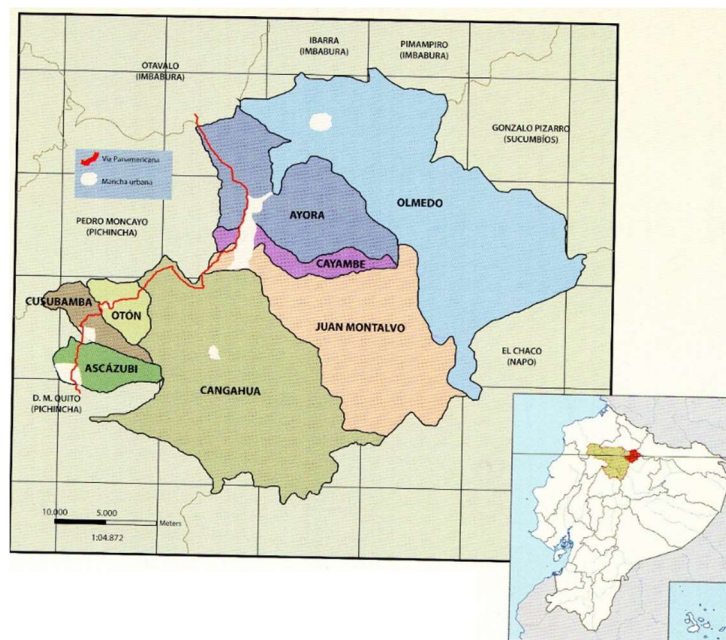
A continuación, se presenta un análisis general del Cantón Cayambe como sitio de estudio.

a. Aspectos generales

El Cantón Cayambe se fundó el 23 de julio de 1883 y se encuentra ubicada en la provincia de Pichincha con su cabecera cantonal la ciudad San Pedro de Cayambe. El Cantón Cayambe cuenta con una superficie de 1.350 Km² con un relieve irregular con una altura entre los 2.700 a los 5.790 m.s.n.m. Limita al norte con la provincia de Imbabura la provincia de Sucumbíos; al sur limita con el Cantón Quito de la provincia de Pichincha y la provincia del Napo; al este con la Provincia de Sucumbíos con el cantón Gonzalo Pizarro y la provincia del Napo con El Chaco; y al oeste con el Cantón Pedro Moncayo de la Provincia de Pichincha (GADIP del Municipio del Cantón Cayambe et al., 2018).

Figura 2

DIVISIÓN POLÍTICA DEL CANTÓN CAYAMBE



Nota: Tomado de *Somos Cayambe*, del GADIP del Municipio de Cayambe, 2005.

b. Población

Según la página del Instituto Nacional de Estadística y Censos, el Cantón Cayambe en el último censo realizado en el país (2010) obtuvo una población de 85.795 personas siendo 43.828 mujeres y 41.967 hombres, hasta la actualidad (2021) el cantón no cuenta con un registro oficial sobre una actualización de datos o de la proyección de la población por cantones (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2010). De la misma manera en el mismo registro se identificó que la población económicamente activa del territorio en estudio era de 39.380 de los cuales un 96,9% de toda la PEA se encontraban con un empleo (Gobierno Autónomo Descentralizado Intercultural y Plurinacional del Municipio de Cayambe, 2015).

En el Cantón Cayambe habita una población mestiza e indígena perteneciente al pueblo Kayambi, mayoritariamente en la parte rural del cantón, por tal motivo el idioma es español y kichwa. El pueblo Kayambi se lo ve presente mayoritariamente en las organizaciones de juntas de agua de la ruralidad y cuenta con representatividad dentro del comité de organización del GADIP del Municipio de Cayambe (GADIP del Municipio del Cantón Cayambe et al., 2018).

El Cantón Cayambe se caracteriza por ser inter y pluricultural, esto porque a lo largo de su historia ha sido cuna de varios personajes ilustres como por ejemplo Dolores Cacuango, Humberto Fierro, Jesús Gualavisí, Nasacota Puento, entre otros. Cabe mencionar que su nombre lo lleva por la población kayambi, quienes fueron uno de los principales pueblos del norte del país de la cultura Caranqui. Adicional destacar que el 2 de Octubre de 1995 se declara a su cabecera cantonal como “Cayambe Ciudad Patrimonial” por parte del Instituto Nacional de Patrimonio Cultural y el Ministerio de Educación (Cayambe Turismo, 2019a).

CAPÍTULO 2

2 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

La metodología que se aplicó en la presente investigación sobre la propuesta de modelo de gestión para el Cantón Cayambe, basado en la evaluación de potencialidad de su sistema turístico tuvo cuatro fases:

La primera fase fue una revisión literaria de investigaciones que anteceden a la presente indagación, las mismas que entregan un sustento científico. Posterior a esto se profundizaron referencias conceptuales, institucionales y legales que ayudaron a conceptualizar y desarrollar el presente tema.

La segunda fase empezó con la identificación de elementos con potencial del sistema turístico del territorio. Aquí se utilizaron técnicas de recolección de información como: revisión bibliográfica para identificar teóricamente los elementos de potencialidad turística del territorio; salidas de campo con fichas de observación (ver anexo 1), donde se registraron datos sobre los elementos identificados, que sirvieron para dar un criterio de evaluación cualitativa y cuantitativa a cada uno de ellos, y así poder dar un nivel de potencialidad turística en la siguiente parte de la investigación; entrevistas realizadas a servidores turísticos locales, comunidad y principalmente a funcionarios públicos; por último se realizaron encuestas (ver anexo 2) donde se identificó el perfil del potencial turista que tiene interés en visitar el cantón próximamente. Cabe comentar que toda esta segunda parte se realizó en base a los 12 componentes del sistema turístico propuesto por Cabanilla (2013) donde desglosa todo el sistema turístico del cantón de una manera específica.

En la tercera fase se procedió a evaluar la potencialidad turística de los elementos anteriormente identificados. Esto se realizó mediante una matriz de 100 indicadores de valoración (ver anexo 3) realizado por Cabanilla & Chico (2020). Los resultados que se obtuvieron dan una valoración de potencial a los 12 componentes del sistema turístico, y con esto se logró identificar el potencial en el que se encuentra el sistema turístico del Cantón Cayambe, adicional que se pudo reconocer elementos fuertes y débiles del sistema, que después en base a estos se pudo realizar la propuesta del modelo de gestión.

La última fase de la investigación consistió en diseñar la propuesta del modelo de gestión turístico, esto se diseñó en base a los resultados obtenidos en la evaluación de la potencialidad del sistema turístico del Cantón Cayambe realizado en la fase anterior. En esta última fase se tomaron referencias de modelos de gestión sostenible, donde se propone una

estructura funcional, diseño de propuestas con presupuestos a proponerse, una Organización Gestora del Destino, como organización neutral dentro del sistema turístico que puede cumplir con el rol de dar el seguimiento al modelo propuesto.

2.1 Enfoque de investigación

La investigación tiene un enfoque mixto, esto quiere decir que tiene enfoque cualitativo y cuantitativo. El enfoque cualitativo es un tipo de investigación que se enfoca en las cualidades del objeto de estudio (Ruiz Medina, 2011). El enfoque ayudó a la recolección de información sobre la identificación del potencial del sistema turístico del Cantón Cayambe, además que permitió gracias a los estudios de campo identificar las cualidades potenciales que tiene el territorio en estudio.

Por otro lado el enfoque cuantitativo según Blasco (2007, pp. 25–27), define que es un enfoque de investigación que cuantifica el estudio, esto relaciona en poner un valor de cantidad a una cualidad del objeto de estudio. En el estudio se dio un valor a cada elemento identificado en base a los 12 componentes del sistema turístico, esto ayudó a entender de forma numérica la potencialidad turística que tiene cada componente, por consecuente, esto ayudó al diseño de las directrices del modelo de gestión a proponerse.

2.2 Tipo de investigación

La investigación planteada es una investigación no experimental, según Montano (2018), el tipo de investigación es utilizada en investigación de áreas en relación a las ciencias sociales, donde se recopila la información en un solo momento determinado, también es conocido como un diseño de investigación transversal. La recolección de datos se lo realizó desde el mes de Mayo del año 2020 al mes de Marzo del año 2021, con una dificultad en desarrollarse por el confinamiento a nivel mundial causado por el Covid-19.

En el marco del diseño de investigación transversal se realizaron tres tipos de estudios: exploratorio, descriptivo y correlación. El estudio exploratorio es un estudio menor de la investigación a desarrollarse porque explora varios temas para su desarrollo (Muñoz Aguirre, 2011, p. 494). El estudio nos dio una visión del campo de estudio, donde se realizó visitas de campo a los diferentes atractivos y actores del turismo en el territorio. Posterior a esto se realizó un estudio descriptivo, según García (2004, p. 90), el estudio identifica y describe los diferentes

objetos de estudio. En el presente caso se seleccionó y se describió los elementos del sistema turístico que nos sirvieron para cumplir con el objetivo de investigación.

Finalmente, se realizó un estudio de correlación, dicho tipo de estudio tiene como objetivo determinar el nivel de relación entre dos o más variables (Cazau, 2014, p. 27). Aplicando el concepto en la investigación como último paso se colocó los componentes del sistema turístico frente a una valoración con los indicadores de potencialidad turística. Gracias a estos resultados se determinó el nivel de potencialidad del sistema turístico que tiene el Cantón Cayambe para posterior realizar el diseño de la propuesta de modelo de gestión.

2.3 Método de investigación

El método de investigación utilizado fue el método analítico. Dicho método se basa en la experiencia directa del objeto de estudio y se analiza con otros datos de información sobre el objeto para contrastar la información. Esto se lo realiza para descomponer sus elementos básicos y de esta forma poder dar un criterio final (Ávila, 2006), es un método que ayudó para realizar un análisis acertivo a todos los objetos encontrados de importancia del sistema turístico para lograr el objetivo de la investigación, realizando comparaciones de los elementos identificados de los 12 componentes del sistema turístico frente a elementos que presenten las mismas o similares características a nivel regional y nacional, para así obtener una valoración cualitativa de estos componentes.

2.4 Técnicas de investigación

Las técnicas utilizadas en la investigación fueron: observación de campo, encuestas virtuales, entrevistas (individuales y colectivas), y revisión literaria. Todas estas técnicas tuvieron el apoyo investigativo del GADIP del Municipio de Cayambe y de los actores directos del turismo en el territorio. Toda esta interacción se realizó con el objetivo de obtener una propuesta de modelo de gestión turística de manera participativa.

2.4.1 Observación de campo

La observación es la primera técnica fundamental para recoger información, según Ávila (2006, p. 12), la observación tiene dos puntos importantes: objetividad y certificación de veracidad, estos dos puntos son esenciales para los resultados finales. El método de

investigación sirvió para la recolección de datos de primera mano en las visitas de campo que se realizó al territorio, esto se acompañó de fichas de observación (ver anexo 1), que ayudaron con la recolección de la información y posterior su procesamiento.

2.4.2 Encuesta

Según Garza (1967), la encuesta es la recopilación de testimonios (orales o escritos), producto al seguimiento de preguntas que se le realicen al encuestado. Partiendo de esto, se aplicaron encuestas virtuales (ver anexo 2) entre los meses de noviembre 2020 a enero 2021, por diferentes plataformas digitales a potenciales turistas que deseen visitar el Cantón Cayambe, esto sirvió para obtener datos importantes de la demanda potencial del cantón. Las encuestas se realizaron de forma virtual y a una población de muestra aleatoria mayor a 16 años, se realizó de esta manera debido a las restricciones y prohibiciones provocadas en el territorio por la pandemia del Covid-19, dificultando de esta manera la interacción directa y presencial con las personas en el territorio.

La encuesta de demanda potencial aplicada en esta investigación sirvió para identificar el perfil del potencial consumidor que le interesa visitar el cantón. El tamaño de la muestra se realizó aplicando la fórmula de universo desconocido, porque el territorio en estudio no cuenta con un registro oficial de los visitantes que ingresan a realizar algún tipo de actividad turística. La fórmula por aplicarse se realizó con los siguientes datos:

D = probabilidad de error	D: 5%
Q = probabilidad de fracaso	Q: 0,5
P = probabilidad de éxito	P: 0,5
Z = confiabilidad	Z: 95% = 1,96

Fórmula para obtener la muestra

$$n = \frac{Z^2 * P * Q}{D^2}$$

$$n = \frac{(1,96)^2 * 0,5 * 0,5}{0,05^2}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,0025}$$

$$n = 384,16$$

El número de encuestas que se realizó de forma virtual fue de 384 las cuales se aplicaron por diferentes plataformas digitales. Para validar las encuestas se tomó en cuenta factores como por ejemplo la edad de los participantes, siendo un punto obligatorio ser mayor de 16 años, esto se consideró porque a partir de esta edad son personas jurídicas en el Ecuador.

2.4.3 Entrevistas

Según Ávila (2006, p. 16), la entrevista es un encuentro de interacción entre dos actores, el entrevistador y el entrevistado, donde el entrevistado responde varias preguntas sobre un tema en específico. Es un instrumento importante para poder obtener información de fuentes primarias, estas entrevistas fueron aplicadas de forma virtual por video llamada y llamadas telefónicas a gestores y actores del turismo en el Cantón Cayambe, estas entrevistas tuvieron una ficha de preguntas específicas en base a la función y rol de la persona a la que se le realizó la entrevista.

Se realizó entrevistas a personal del GADIP del Municipio como por ejemplo al Concejal Msc. Francisco Méndez, quien nos brindó la apertura para poder realizar la investigación junto al GADIP, adicional se realizó entrevistas al personal encargado de la planificación turística como fue el caso de entrevistas a la Ing. Gisela Ramírez, quien además nos brindó apoyo en la parte bibliográfica turística del cantón, y por parte del Ministerio del Ambiente y Agua al Director del Parque Nacional Cayambe Coca el Ing. Warner Barrera. Estas tres últimas personas fueron de apoyo técnico para el desarrollo de las estrategias del modelo de gestión planteado.

CAPÍTULO III

3 RESULTADOS

3.1 Diagnóstico situacional del Cantón Cayambe

Aquí se presenta un análisis de elementos importantes identificados en base a los 12 componentes del sistema turístico del cantón. Cada elemento responde a un componente en específico según su característica, donde posteriormente se presenta una valoración cualitativa de cada componente.

3.1.1 Sistema turístico

Dentro del diagnóstico situacional del Cantón Cayambe se realiza un análisis de los 12 componentes del sistema turístico del territorio donde se clasifica de la siguiente manera:

- 1) Oferta: 8 componentes desglosados de la siguiente manera:
 - a. 5 componentes dedicados para atractivos de interés turístico y clasificados en base a la Guía Metodológica para la Jerarquización de Atractivos y Generación de Espacios Turísticos del Ecuador del Ministerio de Turismo (2017).
 - b. 2 componentes dedicados para la infraestructura básica de uso turístico
 - c. 1 componente dedicado para el análisis de los servicios turísticos
- 2) Demanda: 1 componente para conocer el perfil del potencial consumidor
- 3) Comercialización: 1 componente para la promoción y comercialización del territorio
- 4) Superestructura: 2 componentes desglosados de la siguiente manera:
 - a. 1 para conocer las instituciones administrativas.
 - b. 1 para conocer la política turística.

3.1.1.1 Oferta turística

En la oferta turística encontramos los servicios y atractivos que en su conjunto permiten la actividad turística dentro de un territorio, que tiene interés para las personas que deseen visitarlo. En la oferta encontramos 8 componentes que desglosaremos a continuación con los respectivos elementos identificados que cuentan con potencial turístico.

3.1.1.1.1 Componente natural

El componente analiza la parte atractiva natural que no ha sido intervenido por el hombre. A continuación, se presenta una tabla resumen de las atracciones naturales de interés turístico que tiene el cantón.

Tabla 3

ATRATIVOS NATURALES DEL CANTÓN CAYAMBE

Categoría	Tipo	Atractivo o recurso natural
Atractivos Naturales	Bosques	Bosque Ugshapamba
	Ríos y cascadas	Cascada del Tingo
		Cascadas de Cariacu
	Montaña	Volcán Cayambe
	Flora y fauna	Flora y fauna

Nota. Elaboración propia

3.1.1.1.1.1 Bosques

a. Bosque Ugshapamba

El atractivo se encuentra en la parroquia San José de Ayora, en el sector de Paquistancia; tiene un clima templado frío con temperaturas entre 10° a 16°. Las vías de acceso a la entrada al bosque son de segundo y tercer orden. Las actividades que se pueden realizar son camping, senderismo y trekking, aquí también se puede encontrar arboles de polilepys, bromelias, mora silvestre, achupallas, sanshi entre otras (GADIP del Municipio del Cantón Cayambe, 2019b).

3.1.1.1.1.2 Ríos y cascadas

a. Cascada del Tingo

La cascada se encuentra en la parroquia Cangahua en la comunidad de San Luis de Guachalá, tiene un clima templado con temperaturas entre 8° a 28°. Para poder acceder al atractivo se puede tomar vías de primer y segundo orden. En el camino se encuentra escasa señalética para llegar al lugar o normativa que ayude con la seguridad turística de la zona. Aquí se pueden

encontrar 2 cascadas que desembocan en el río Pisque y varios ojos de agua natural (GADIP del Municipio del Cantón Cayambe, 2019e).

b. Cascadas de Cariacu

Las cascadas se encuentran en la parroquia San José de Ayora, es un complejo de cascadas dentro de varios senderos; tiene un clima templado frío con temperaturas entre 6° a 25°, su agua cristalina tiene una temperatura de 4° a 5°. Durante el recorrido en los senderos se puede encontrar vegetación variada utilizadas principalmente por los moradores de la zona para uso medicinal. Para llegar al punto de partida para visitar el complejo de cascadas se tiene vías de primer y segundo orden en muy buen estado. Existen alrededor de 16 cascadas dentro de todo el complejo (Go Raymi, 2018).

3.1.1.1.3 Montaña

a. Volcán Cayambe

El volcán-nevado Cayambe se encuentra en el Parque Nacional Cayambe – Coca a cargo del Ministerio del Ambiente y Agua, con una extensión de 404.103 hectáreas; cuenta con un clima frío por estar en el páramo, tiene una altura de 5790 m.s.n.m.; su acceso es por la parroquia Juan Montalvo y se lo debe realizar en vehículos tipo 4x4 porque sus vías de acceso son de segundo y tercer orden (GADIP del Municipio del Cantón Cayambe, 2019a).

3.1.1.1.4 Flora y fauna

a. Flora

El Cantón Cayambe tiene una superficie irregular con una altitud que va desde los 2.700 a los 5.790 m.s.n.m., por tal motivo la flora del territorio es variada con ecosistemas entre bosque seco montano bajo hasta páramo, por tal motivo se puede encontrar mortiño, bromelias, quishuar, quinua, valeriana, achupallas, sigse, helechos, entre otros, cabe recalcar que en el cantón se produce flores de diversas variedades de exportación, esto es gracias a su ubicación geográfica y sus clima (Go Raymi, 2018).

b. Fauna

La fauna del cantón podemos mencionar que se puede encontrar desde fauna de paramo como lobos de paramo, conejos silvestres, osos de anteojos, venados de cola blanca, lechuzas, pumas, zorrillos y otros animales más domésticos que los utilizan como alimento como cuyes o patos (EcuRed, 2010).

3.1.1.1.5 Comparación del componente a nivel local

El componente en comparación a otros cantones de la provincia de Pichicha tiene un punto a favor importante, como son los pisos climáticos, que van desde 2.700 hasta los 5.790 m.s.n.m., ofreciendo una biogeografía variada con diferentes ecosistemas frente a otros cantones que no sobresalen como es el caso del de paramo con el Nevado Cayambe como principal atractivo. De la misma manera cabe reconocer que dentro de esta provincia existen cantones con mayor biodiversidad natural como lo son Puerto Quito, Pedro Vicente Maldonado y San Miguel de los Bancos, quienes son los que llevan hasta reconocimientos a nivel local e internacional por su valor natural.

3.1.1.1.6 Comparación del componente a nivel regional

El cantón en el componente natural ofrece atributos propios de la región sierra del Ecuador, por tal motivo se realiza la comparación con localidades de las zonas cercanas con similares atributos, determinando que el Cantón Cayambe a nivel comparativo tiene similares características en comparación a cantones de Cotopaxi e Imbabura que tiene los mismos pisos altitudinales y donde se puede encontrar la mayoría de las características que también se ofrece en el cantón.

3.1.1.1.7 Evaluación del componente de forma cualitativa

Podemos determinar, según las comparaciones a nivel local y regional que el Cantón Cayambe presenta un nivel medio en base a los elementos identificados del componente natural, recolectados en las salidas de campo y revisión bibliográfica.

Figura 3*NIVEL CUALITATIVO DEL COMPONENTE NATURAL*

Nota. Elaboración propia.

3.1.1.1.2 Componente hechos culturales

En el componente se identifican atractivos turísticos creados por el hombre como manifestaciones culturales. A continuación, se presenta una tabla resumen de los elementos identificados con mayor representatividad en el territorio.

Tabla 4*MANIFESTACIONES CULTURALES DEL CANTÓN CAYAMBE*

Tipo	Subtipo	Atractivo
Arquitectura	Histórica	Casa hacienda Guachalá
		Castillo de Guachalá
	Museos	Centro Intercultural Transito Amaguaña
	Área patrimonial / arqueológica	Complejo Arqueológico Quito Loma
		Pucaras de Pambamarca
		Sitio Arqueológico de Puntiatzil
	Monumento	Monumento a la mitad del mundo
	Espacio público	Parque Central de Cayambe 23 de Julio
		Museo de la ciudad de Cayambe
		Infraestructura cultural
Iglesia Matriz de Cayambe		
Folklore	Pueblo etnográfico	Pueblo Kayambi
	Ferias y mercados	Mercado Dominical de Cayambe
	Música y danza	San Juanito

Realización técnicas y científicas	Obras de ingeniería Centros de exhibición de flora y fauna Explotaciones agropecuarias y pesqueras	Mirador de Otón Casa del venado Cuniburo - Fincas Agroecológicas - Jorafanga
------------------------------------	--	--

Nota. Elaboración propia

3.1.1.1.2.1 Arquitectura

a. Histórica

a.1 Casa hacienda Guachalá

Se encuentra en la parroquia de Cangahua, en el sector La Buena Esperanza vía a Guachalá; esta es una edificación patrimonial privada donde funcionaba una fábrica textil como obraje, que abastecía de tejidos a los países aledaños como Colombia y Perú. Actualmente la edificación funciona como una hostería donde se puede realizar cabalgatas, senderismo, trekking o visitas cortas a fincas agroecológicas cercanas con las que la hacienda tiene convenios, adicional cabe mencionar que la hacienda ofrece el servicio de alimentación, alojamiento y reserva para eventos privados (GADIP del Municipio del Cantón Cayambe, 2019d).

a.2 Castillo de Guachalá

El castillo es un conjunto arquitectónico bien conservado y de propiedad privada, tiene un estilo ecléctico y su construcción data que inicio en el año 1835. La edificación se encuentra en la Parroquia de Cangahua, en el sector de Guachalá. El acceso a la propiedad privada es restringido, pero es considerado patrimonio del cantón y eventualmente el GADIP del Municipio de Cayambe realiza recorridos a las instalaciones exteriores del castillo. Para llegar a la infraestructura se puede tomar la vía E35 saliendo de la Parroquia de Cayambe e ingresando al momento (Casa Real de Quito, 2014).

b. Museos

b.1 Centro Intercultural Tránsito Amaguaña

El centro intercultural se encuentra ubicado al Norte de la Cantón Cayambe en la parroquia Olmedo, en la comunidad La Chimba. Para llegar al lugar se puede tomar vías de primer y segundo orden. El centro rinde honores a Tránsito Amaguaña activista indígena que luchó por defender los derechos de su pueblo y del país, en dicho lugar funcionaba anteriormente la Hacienda de la Chimba. Actualmente en el sitio se encuentran los restos de Mama Tránsito dentro de un mausoleo dedicado a ella, también podemos encontrar salas de exposiciones entorno a la comunidad y al anterior ilustre personaje rindiéndole tributo. El lugar también es punto céntrico para realizar caminatas para practicar aviturismo o agroturismo (GADIP del Municipio del Cantón Cayambe, 2019f).

c. Área patrimonial / arqueológica

c.1 Complejo Arqueológico Quito Loma

El complejo está ubicado en la Parroquia Cangahua en el sector de Chumillos, las vías de acceso para llegar al lugar son de primer y tercer orden. En el lugar es un clima frío con temperaturas entre 8° a 10° Centígrados, en el atractivo solo existe un sendero que se encuentra en mal estado y no se ve reflejado alguna acción de mantenimiento por parte de las autoridades locales. Es un área arqueológica en forma de espiral, construida como una fortaleza para impedir la conquista del pueblo Inca frente al pueblo Kayambi (GADIP del Municipio del Cantón Cayambe, 2019m).

c.2 Pucarás de Pambamarca

Los pucarás se encuentran en la Parroquia Cangahua en el sector de Chumillos Alto, las vías de acceso al lugar son de primer, segundo y tercer orden. Tiene un clima frío con temperaturas entre 8° a 10° grados centígrados. El atractivo está considerado dentro del Patrimonio Mundial del Qhapac Ñan o Camino del Inca, que fue una fortaleza militar y suman alrededor de 16 estructuras creadas por el pueblo Kayambi como sistema de defensa frente a la conquista Inca y posteriormente ocupada también en la conquista española por parte de los Incas (GADIP del Municipio del Cantón Cayambe, 2019l).

c.3 Sitio Arqueológico de Puntiatzil

El sitio arqueológico se encuentra en la Parroquia de San Pedro de Cayambe a solo 5 minutos del Parque Central 23 de Julio, las vías para acceder al sitio son de primer y segundo orden. El lugar es considerado uno de los puntos ceremoniales más importantes para el pueblo Kayambi y es punto de celebración para el festejo de las fiestas de las cosechas en los meses de marzo y junio. Actualmente el sitio se encuentra en recuperación para convertirlo en un punto de encuentro familiar por su extensa área verde y como mirador del centro de la ciudad de Cayambe (GADIP del Municipio del Cantón Cayambe, 2019n).

d. Monumento

d.1 Monumento a la Mitad del mundo

El monumento también es conocido localmente como “Bola de Guachalá” por encontrarse en el sector que lleva dicho nombre, la vía para llegar a dicho lugar es de primer orden. La construcción es un monumento en honor a la Misión Geodésica Francesa que llegaron a Ecuador en 1736 y se encuentra ubicado pocos metros del verdadero grado cero que también se encuentra identificado frente al monumento pero de forma más pequeña en una plataforma de cemento (GADIP del Municipio del Cantón Cayambe, 2019j).

e. Espacio público

e.1 Parque Central de Cayambe 23 de Julio

Es el parque más importante de la ciudad que marca el centro de la ciudad de Cayambe, tiene un diseño clásico que en su centro se encuentra una pileta con una representación del mundo y en la cima se encuentra un Diablo Huma como personaje representativo de la cultura Kayambi. El parque para la cultura Kayambi hasta la actualidad es considerado punto importante para las celebraciones de San Pedro o las fiestas del Inti Raymi con la famosa toma de la plaza que inicia en dicho parque y posterior se traslada al centro ceremonial de Puntiatzil (Imbago, 2005).

e.2 Museo de la ciudad

El museo de la ciudad se encuentra en la Parroquia de Cayambe frente al Parque Central 23 de Julio donde funciona el Edificio Espinoza Jarrin perteneciente al GADIP del Municipio de Cayambe. Cuenta con 4 salas de exposición permanente con temáticas diferentes que explican la historia y la cultura del pueblo Kayambi, es un museo gratuito patrocinado por la municipalidad (GADIP del Municipio del Cantón Cayambe, 2019k).

f. Infraestructura cultural

f.1 Molino San Juan Hacienda

La hacienda se encuentra en la Parroquia San José de Ayora, en el sector de Santa Clara; las vías de acceso al sitio son de primer orden. La hacienda ubicada al norte del cantón actualmente es un establecimiento turístico que ofrece alojamiento, restaurant y recepción de eventos, el establecimiento se ha galardonado con varios reconocimientos a nivel mundial como Hotel Patrimonial World Travel Awards. La estructura del siglo XVI y que se encuentra bien conservada por sus actuales propietarios y administradores (GADIP del Municipio del Cantón Cayambe, 2019h).

f.2 Iglesia Matriz de Cayambe

La iglesia matriz se encuentra frente al Parque Central de Cayambe 23 de Julio, es la iglesia principal de cantón y donde se encuentra un Altar dedicado al patrono quien es San Pedro de Cayambe y al cual en sus fiestas patronales se le hacen grandes fiestas junto con las de la cantonización. Dicha iglesia tiene una arquitectura ecléctica y se terminó de construir en 1909 (Imbago, 2005).

3.1.1.1.2.2 Folklore

a. Pueblo etnográfico

a.1 Pueblo Kayambi

El pueblo Kayambi según la referencia histórica tiene un habla Kichwa, pero que actualmente también hablan el español, es un pueblo indígena guerrero el cual lucho frente a los incas para evitar su expansión y conquista dentro de los territorios del norte del actual Ecuador. Dentro

de estos enfrentamientos estuvo Nazacota Puento quien fue el último líder del fuerte para luchar frente al imperio Inca. Actualmente mantienen su vestimenta indígena colorida y muy detallada como el anaco, blusa bordada colorida y chal o fachalina junto con un sombrero con un cinta o una pluma de pavo real esto para las mujeres, en el caso de los hombres su vestimenta típica es el sombrero, poncho, camisa blanca bordada y alpargatas (Confederación de Nacionalidades Indígenas del Ecuador, 2014).

b. Ferias y mercados

b.1 Mercado Dominical de Cayambe

Si bien en todas las parroquias del cantón se realizan ferias dominicales donde los principales productores agrícolas salen a ofrecer sus productos, el Mercado Dominical de la Parroquia de Cayambe es el principal por tradición cultural y por considerarse el más grande donde se dan cita estos productores y también se puede realizar la compra de animales menores como gallinas, cuyes, pavos, borregos entre otros. Se encuentra en las calles 24 de Mayo y Pichincha donde se encuentran sus principales accesos, cabe mencionar que donde se instala el mercado también es utilizado por su extensión en las fiestas de la parroquia como una plaza de toros populares. La plaza fue construida por el año 1900 con casas antiguas que todavía algunas se mantienen en pie y otras han sido cambiadas con casas modernas alrededor de la plaza (Chico & Cabanilla, 2018).

c. Música y danza

c.1 San Juanito

El pueblo Kayambi tiene su ritmo propio para la música y la danza, aquí hablamos del San Juan o San Juanito, es un ritmo movido y su letra son coplas alegres y hasta un poco jocosas. El ritmo se canta y baila dentro de las festividades típicas del cantón y se ha expandido a varios pueblos aledaños, y se lo entona con guitarras y quenenas principalmente, mayoritariamente se forman grupos de familias y amigos para salir a entonar el ritmo con coplas en las calles en las fiestas parroquiales o cantonales (Confederación de Nacionalidades Indígenas del Ecuador, 2014).

3.1.1.1.2.3 Realización técnicas y científicas

a. Obras de ingeniería

a.1 Mirador de Otón

El mirador se encuentra en la Parroquia Otón formando parte de la “Ruta del Libertador”, las vías de acceso para llegar al sitio son de primer orden. El sitio es un estratégico turístico como para admirar la ciudad de Cayambe, en el punto existe puntos de alimentación y de información turístico que apoyan al atractivo turístico (GADIP del Municipio del Cantón Cayambe, 2019i).

b. Centros de exhibición de flora y fauna

b.1 Casa del venado

Es un centro de exhibición de fauna ubicado en la Parroquia Cangahua, en la comunidad San Luis de Guachalá. Las vías de acceso para el lugar son de primer y segundo orden con señalética para el acceso de los turistas. Es un emprendimiento turístico que lleva aproximadamente 11 años con el fin de perpetuar y cuidar de varios animales como alpacas, patos, vacas, borregos pero principalmente las especies de venados, estas últimas que se encuentran en estado vulnerable en la zona por la caza indiscriminada (GADIP del Municipio del Cantón Cayambe, 2019c).

c. Explotaciones agropecuarias y pesqueras

c.1 Cuniburo - Fincas Agroecológicas – Jorafanga

Las fincas agroecológicas se encuentran en la Parroquia Cangahua, en la Comunidad de Cuniburo. Esto es una conjunto de 6 fincas agroecológicas donde se prima la agricultura orgánica y la elaboración de productos deshidratados, en las fincas asociadas se puede encontrar también artesanías de la zona a más de los productos orgánicos que se expenden en el lugar. Adicional en las fincas se puede encontrar un intercambio cultural con las personas de la zona y sus visitantes con las diferentes actividades que se realizan, como por ejemplo: aviturismo, senderismo y turismo vivencial en la comunidad (GADIP del Municipio del Cantón Cayambe, 2019g).

3.1.1.1.2.4 Comparación del componente a nivel local

El componente hechos culturales de Cayambe a comparación de los cantones aledaños presente características importantes y especiales por su ubicación geográfica y su puesta en valor en la creación de puntos turísticos de interés. Adicional hay que mencionar que el pueblo Kayambi pone en valor sus tradiciones con estos hechos culturales con sus costumbres y tradiciones, marcando de esta manera su prevalencia a través del tiempo.

3.1.1.1.2.5 Comparación del componente a nivel regional

La ubicación geográfica, parte arqueológica y tradicional de los hechos culturales que ofrece el cantón frente a otros sitios de otras provincias es destacable, porque hechos culturales de provincias aledañas como Imbabura o Cotopaxi no han logrado explotar o turistificar de alguna manera como lo ha hecho el Cantón Cayambe. Adicional hay que mencionar que el pueblo Kayambi utiliza varios de estos hechos culturales en sus festividades dando un realce mayoritario a la oferta del territorio.

3.1.1.1.2.6 Evaluación del componente de forma cualitativa

Podemos determinar, según las comparaciones a nivel local y regional que el Cantón Cayambe presenta un nivel alto en base a los elementos identificados del componente hechos culturales, recolectados en las salidas de campo y revisión bibliográfica.

Figura 4

NIVEL CUALITATIVO DEL COMPONENTE HECHOS CULTURALES



Nota. Elaboración propia.

3.1.1.1.3 Componente gastronómico

Cayambe cuenta con una variada gastronomía principalmente mantenida por el pueblo Kayambi. A continuación, se presenta los elementos identificados con mayor representatividad en el territorio.

Tabla 5

GASTRONOMÍA DEL CANTÓN CAYAMBE

Tipo	Atractivo
Comidas locales y Recetas originales	Cariucho
	Harina de uchu jacu
	Colada de uchu jacu
	Chola mikuna
	Papa caldo
	Papa tanda
	Ceviche de hongos de pino
Bebidas especiales	Chicha
	Mishqui
	Trigo mishqui
	Guarango
Dulces o bocaditos tradicionales	Bizcochos
	Habas calpo
	Queso de hoja
	Tortillas de chuno
	Tortillas de tiesto
Condimentos	Ají en piedra
	Sarsa de quinua

Nota. Elaboración propia.

3.1.1.1.3.1 Comidas locales y Recetas originales

a. Cariucho

El plato es preparado principalmente para las fiestas indígenas como bautizos, matrimonios, bendiciones de casas, entre otras, y son entregadas para realizar el lazo del compadrazgo entre las personas en dichas celebraciones. Es también conocido como el “mediano” y su principal ingrediente es un cuy asado con guarniciones como papas pelas, huevos cocidos, mote con salsa de maní y ensalada con lechuga, aguacate y tomate (Cataña & Burneo, 2015).

b. Harina de uchu jacu

Su nombre viene de dos vocablos kichwa, uchu = ají y jacu = polvo, la harina es una mezcla de 6 a 8 granos tostados y molidos; existen diferentes preparaciones de dicha harina, esto depende de la disponibilidad de los granos que se puedan encontrar en la zona en la que se prepare (Cataña & Burneo, 2015).

c. Colada de uchu jacu

La preparación tiene su ingrediente principal que es la harina de uchu jacu, con carne de borrego o costillas del cerdo y se lo sirve con una pierna de cuy y guarniciones. Es una colada nutritiva que se prepara principalmente en la parroquia de Cangahua en la temporada de siembra de la papa (Cataña & Burneo, 2015).

d. Chola mikuna

Es una sopa de morocho y trigo molidas en una mama rumi (piedra de moler grande), para preparar esta plato también se utilizaba antiguamente una cabeza de chanco al momento de hervir la sopa, actualmente utilizan la costilla de un borrego o de chanco para dar el sabor especial de esta sopa (Cataña & Burneo, 2015).

e. Papa caldo

Es una sopa que tiene su principal ingrediente al nabo y su flor, esta última da un color amarillento a la sopa espesa preparada con papas, paico, habas y ocas (Cataña & Burneo, 2015).

f. Papa tanda

Es una receta de las más antiguas que tiene el cantón, su principal característica es que su envoltura se la realiza en hojas de vicundo amarradas con paja seca y dentro de la misma se encuentra una masa de harina de maíz, queso, huevos, panela y anís (Cataña & Burneo, 2015).

g. Ceviche de hongos de pino

Es una receta originalmente según los historiadores del Padre de Orden Salesiana Javier Herrán, quien enseñó la preparación del platillo de las comunidades de campo de Cayambe donde realizaba su misión. Esta preparación es la tradicional para la preparación de un ceviche con tomate, cebolla, limón, cilantro y aceite, pero a esta se le añade el ingrediente principal que son los hongos obtenidos en los bosques de pino de la zona; estos hongos deben estar secos por lo menos 3 días a la preparación previa del ceviche (Cataña & Burneo, 2015).

3.1.1.1.3.2 Bebidas especiales

a. Chicha

Es una bebida que se ha tomado por las comunidades indígenas para refrescarse y también ha formado parte de grandes celebraciones como ofrenda a los dioses andinos, por tal motivo preparar la chicha es un ritual. La chicha en base a la preparación y sus ingredientes lleva varios nombres, como chica de jora, chicha de oca o chicha huevona que son las que se preparan en el Cantón Cayambe (Cataña & Burneo, 2015).

b. Mishqui

Es una bebida tradicional obtenida de los pencos maduros del agave también es conocida como el chaguarmishqui. Su preparación inicial servía para endulzar las comidas a la falta de azúcar o panela. Esta bebida tradicional energizante y refrescante también sirve para preparar con arroz de cebada para obtener el arroz de mishqui o trigo mishqui (Cataña & Burneo, 2015).

c. Trigo mishqui

Es una bebida dulce a base del mishqui con leche y panela. Esta bebida es acompañada en las comidas de las comunidades indígenas principalmente en la población de La Chimba, la preparación de esta bebida es un punto de encuentro familiar porque se la pone a cocinar en la tulpa y alrededor de ella las familias se sientan a calentarse porque el clima de la zona frío (Cataña & Burneo, 2015).

d. Guarango

El guarango es una bebida tradicional alcohólica obtenida por la fermentación del mishqui, adicional de ser alcohólica es energizante y consumida principalmente en las mingas de las comunidades. Su preparación consiste en obtener el mishqui y hacerla fermentar por 4 a 5 días, todo depende del grado alcohólico que se desee obtener (Cataña & Burneo, 2015).

3.1.1.1.3.3 Dulces o bocaditos tradicionales

a. Bizcochos

Estos bocaditos son los tradicionales del Cantón Cayambe y son el icono de la gastronomía cayambeña. Estos bizcochos se preparan con harina de trigo, leche, azúcar, levadura, huevos, y mantequilla, existen varias recetas para preparar el bocadito pero el secreto para una buena preparación es el proceso de abizcochado en un horno preferiblemente de leña (Cataña & Burneo, 2015).

b. Habas calpo

Es una preparación culinaria de las comunidades de Cayambe, donde las habas se las tosta en la tulpa sobre un tiesto de barro para que se puedan secar y tostar con un sabor especial. Esta preparación también permite que dichas habas preparadas puedan conservarse por varios meses o años y para consumirlas se pueda cocinar en agua hirviendo para ablandarlas y servir las (Cataña & Burneo, 2015).

c. Queso de hoja

El bocadito es el acompañante tradicional del bizcocho junto con el manjar de leche. El queso tiene la textura de un queso mozzarella envuelta en una hoja de achira (Cataña & Burneo, 2015).

d. Tortillas de chuno

Las tortillas tienen un toque especial porque son hechas con el agua obtenida al exprimir la papa chola, esto porque esta agua tiene abundante almidón y al momento de secarlo se puede obtener una harina de dicho almidón; esta harina se la mezcla con manteca, huevos, anís y manteca de chancho para tener una sola masa y colocarla en el tiesto en el fogón (Cataña & Burneo, 2015).

e. Tortillas de tiesto

Las tortillas de tiesto se las puede encontrar en todo el Ecuador con diferentes formas de preparación, pero para el pueblo Kayambi es un acto histórico y cultural por su forma de elaboración porque son un alimento infaltable en la mesa de cada hogar. La preparación consiste en mezclar harina de trigo o maíz junto con levadura, mantequilla, agua y sal, esto se hace una sola masa y se la tuesta en un tiesto de barro de lado a lado (Cataña & Burneo, 2015).

3.1.1.1.3.4 Condimentos**a. Ají en piedra**

Es un acompañante de la gastronomía de los Andes. Su preparación consiste en moler el ají en la mama rumi con la guagua rumi (piedra de río pequeña que sirve para moler en la mama rumi), después de moler se coloca en un recipiente agua y cebolla larga picada al gusto, esta preparación da un sabor picante a las comidas (Cataña & Burneo, 2015).

b. Sarsa de quinua

Es una preparación para acompañar principalmente las papas con cascara, las comunidades indígenas de la zona norte del país históricamente preparaban esta sarsa en épocas de hambruna, siendo esta nutritiva por el aporte de la quinua (Cataña & Burneo, 2015).

3.1.1.1.3.5 Comparación del componente a nivel local

El componente gastronómico de Cayambe en comparación con cantones aledaños de la provincia de Pichincha cuenta con recetas únicas y reconocidas, añadiendo importancia al momento de selección de visita al lugar por su gastronomía.

3.1.1.1.3.6 Comparación del componente a nivel regional

A nivel regional y nacional Cayambe es reconocido por una receta y bocadito tradicional como son los bizcochos con los quesos de hoja, esto hace que el cantón sea reconocido a escala nacional y sea referente en la gastronomía ecuatoriana.

3.1.1.1.3.7 Evaluación del componente de forma cualitativa

Podemos determinar, según las comparaciones a nivel local y regional que el Cantón Cayambe presenta un nivel alto en base a los elementos identificados del componente gastronómico, recolectados en las salidas de campo y revisión bibliográfica donde se resalta las descripciones e ingredientes de las recetas originales.

Figura 5

NIVEL CUALITATIVO DEL COMPONENTE GASTRONÓMICO



Nota. Elaboración propia.

3.1.1.1.4 Componente festividades y eventos

El componente comprende todas las festividades del Cayambe dentro del año donde se encuentran fiestas y eventos programados sean de carácter religioso o étnico. A continuación, se presenta una tabla resumen, donde podemos encontrar las festividades más representativas del cantón.

Tabla 6

FESTIVIDADES Y EVENTOS DEL CANTÓN CAYAMBE

Tipo	Subtipo	Nombre	Fecha
Acontecimientos programados	Fiestas religiosas, tradicionales y creencias populares	Pase del Divino Niño	Desde Diciembre hasta el sábado de Carnaval
		Carnaval	Febrero
		Fiesta del Solsticio	21 de junio
		Fiestas de San Pedro	23 de junio
		Fiestas del Sol en la Mitad del Mundo	29 de junio
		Fiestas de Cantonización	29 de junio
		Octavas de Juan Montalvo	Julio, Agosto
		Las Oyanzas	21 de septiembre

Nota. Elaboración propia.

3.1.1.1.4.1 Acontecimientos programados

a. Fiestas religiosas, tradicionales y creencias populares

a.1 Pase del Divino Niño

Dentro de las festividades religiosas se encuentran los Pases del Niño por la devoción al Divino Niño, estas festividades se las realizan todos los sábados desde el mes de diciembre hasta el último sábado de carnaval, esta tradición ha sido punto de encuentro entre familiares y amigos

con las diferentes actividades que cada prioste realiza como la Misa del Niño, procesiones con banda de pueblo o disco móviles con bailarines que va desde la iglesia hasta la casa del nuevo prioste (Imbago, 2005).

a.2 Carnaval

Las festividades de carnaval son de movimiento turístico en todo el Ecuador y las poblaciones se preparan para recibir a propios y extraños con actividades o programas de atracción. En el caso del Cantón Cayambe se realizan ferias a nivel internacional como la Feria Internacional del Queso, Festivales gastronómicos y varios shows artísticos. Cabe recalcar que en esta fecha las familias se unen para la tradición familiar de preparar la colada de Uchu jacu (GADIP del Municipio del Cantón Cayambe, 2005).

a.3 Fiesta del Solsticio

Las fiestas del solsticio para la comunidad Kayambi son importantes y sobre todo mantienen su acervo cultural con todos sus rituales en agradecimiento con la Pacha Mama y sus dioses. Esta fiestas tienen como punto de encuentro y celebración el centro ceremonial de Puntiatzil, aquí realizan un ritual de agradecimiento que da inicio a medio día y terminan en un compartir llamado pambamesa; el último mencionado es un gran banquete productos de sus cosechas como papas, choclos y hablas cocinadas con chicha de jora (Confederación de Nacionalidades Indígenas del Ecuador, 2014).

a.4 Fiestas de San Pedro

La fiesta religiosa se realiza en honor al patrono de la cabecera cantonal de Cayambe, en honor al santo se organizan varios desfiles con bandas de pueblo y artistas nacionales, novenas en honor al santo con su eucaristía mayor el día 23 de Junio. Estas fiestas son famosas porque se juntan con las fiestas de cantonización que son en el mismo mes junto con las fiestas del Inti Raymi (Chico & Cabanilla, 2018, p. 44).

a.5 Fiestas del Sol en la Mitad del Mundo

Estas fiestas son conocidas también como el Inti Raymi y en el pueblo Kayambi es una celebración importante en agradecimiento al dios sol y se da lugar en dos lugares, la primera es con la toma de plaza en el Parque Central de la Parroquia de Cayambe y posterior a esto se dirigen con comparsas con quenás y guitarras al son del San Juanito hasta el centro ceremonial Puntiatzil para el ritual de agradecimiento (GADIP del Municipio del Cantón Cayambe, 2005).

a.6 Fiestas parroquiales y de cantonización

Las fiestas parroquiales tienen diferentes fechas con actividades similares frente a las de las otras parroquias, pero las fiestas de cantonización son las de mayor presencia dentro del territorio en estudio. La mayor parte de actividades programadas se realizan en la cabecera cantonal y se realizan días previos y posteriores al 29 de Junio que es la fecha oficial de cantonización. Se organizan diferentes actividades como la elección de la reina, pregón de inicio de fiestas con la quema de la chamiza en el mercado dominical, ferias gastronómicas y artísticas de talla nacional e internacional (GADIP del Municipio del Cantón Cayambe et al., 2018).

a.7 Octavas de Juan Montalvo

Esta festividad se celebra seguidas de las fiestas de las fiestas parroquiales de Cayambe, entre los meses de julio y agosto durante 6 fines de semana seguidos. Esta es una festividad considerada una de las más extensas en tiempo de celebración anual que originalmente las octavas se celebraban por 8 semanas que con el tiempo las recortaron a 6 fines de semana. Esta celebración tradicional reúne a familiares y amigos para realizar las comparsas cantando y bailando al ritmo de San Juanito con instrumentos musicales como quenás, guitarras, requintos y armónicas. Estas comparsas se dan cita desde varios puntos de la parroquia de Cayambe y se dirigen hacia la parroquia de Juan Montalvo y los participantes recorren aproximadamente 5 km desde su punto de origen hasta el final de la calle principal de Juan Montalvo. Aquí los pobladores se disfrazan de personajes iconos de Cayambe como son las chinucas, campanilleros, aruchicos, diablo huma y payasos que van de casa en casa cantando y bailando y los dueños de casa a estos danzantes les entregan a manera de agradecimiento un combo

cayambeño que consiste en una batea llena de chicha con habas (GADIP del Municipio del Cantón Cayambe et al., 2018).

a.8 Las Oyanzas

Las Oyanzas es una festividad propia del pueblo Kayambi que se lleva a cabo el 21 de septiembre y se lo lleva a cabo en agradecimiento por las cosechas obtenidas en el año, de igual manera esta actividad se la realiza en el centro ceremonial de Puntiatzil terminando con una pambamesa en agradecimiento a la Pachamama (Diario El Tiempo, 2017).

3.1.1.1.4.2 Comparación del componente a nivel local

El componente en comparación con festividades y eventos de cantones de la provincia de Pichincha, Cayambe eventos relacionados con las costumbres y tradiciones del pueblo Kayambi, dando un valor patrimonial de identidad no solo a dichas actividades sino también al lugar donde las llevan a cabo, haciéndolos únicas a las festividades.

3.1.1.1.4.3 Comparación del componente a nivel regional

Las festividades y eventos frente a otros cantones o provincias aledañas como por ejemplo: la provincia de Imbabura comparten varias tradiciones y costumbres con la del pueblo Kayambi, lo destacable de Cayambe a nivel nacional es en el tiempo de duración de sus festividades, tanto en las fiestas de las diferentes parroquias, como por ejemplo las fiestas de Juan Montalvo llegando a ser 2 meses aproximadamente de fiestas, por tal motivo llegando a ser esta última una de las fiestas más largas a nivel nacional.

3.1.1.1.4.4 Evaluación del componente de forma cualitativa

Podemos determinar, según las comparaciones a nivel local y regional que el Cantón Cayambe presenta un nivel alto en base a los elementos identificados del componente festividades y eventos, recolectados en las salidas de campo y revisión bibliográfica.

Figura 6*NIVEL CUALITATIVO DEL COMPONENTE FESTIVIDADES Y EVENTOS*

Nota. Elaboración propia.

3.1.1.1.5 Componente actividades recreacionales

EL componente comprende actividades de recreación que se pueden realizar dentro del cantón para residentes y turistas como, por ejemplo: ciclismo, cabalgatas, danza, montañismo, escalada entre otras. A continuación, podemos encontrar una tabla donde se resumen las actividades que se pueden realizar en el territorio y se detallan a continuación.

Tabla 7*ACTIVIDADES RECREACIONALES DEL CANTÓN CAYAMBE*

Categoría	Tipo	Actividad
Actividades recreacionales	Actividades al aire libre	Ciclismo
		Andinismo
		Trekking y montañismo
		Rapel
	Actividades varias	Talleres varios

Nota. Elaboración propia.

3.1.1.1.5.1 Actividades recreacionales**a. Actividades al aire libre****a.1 Ciclismo**

Esta actividad es una de las principales escogidas al momento de decidir por una actividad al aire libre aprovechando el paisaje de la ruralidad del cantón con senderos y vías que van desde

carreteras asfaltadas hasta vías de tercer orden. El GADIP del Municipio de Cayambe con la dirección de cultura y deporte realizan eventualmente salidas programadas que motivan a la población a realizar esta actividad y descubrir lugares cercanos a la ciudad de acceso libre (GADIP del Municipio de Cayambe, 2019).

a.2 Andinismo

Esta actividad se lo realiza en grupos organizados en el Parque Nacional Cayambe Coca realizando el ascenso hacia la cumbre del Nevado Cayambe. Esta actividad se lo realiza de forma más privada con agencias de viaje o tour operadoras que ofertan esta actividad turística en el lugar con las seguridades del caso que esta actividad exige (GADIP del Municipio de Cayambe, 2019).

a.3 Trekking y Montañismo

Esta actividad es otra de las preferidas al momento de seleccionar actividades al aire libre dentro del cantón por ser una de las más accesibles. Esta actividad se la puede realizar al momento de visitar los complejos arqueológicos que existe dentro del cantón con senderos señalados o también en las comunidades de Paquistancia, Cariacu o dentro del mismo Parque Nacional Cayambe Coca donde se puede realizar los diferentes tipos de actividades de forma libre y segura (GADIP del Municipio de Cayambe, 2019).

a.4 Rapel

Dentro del Cantón Cayambe existen cascadas y rutas donde se puede realizar esta actividad de forma segura y organizada. Uno de estos lugares para el desarrollo de esta actividad es en las Cascadas de Cariacu lugar donde se encuentran las facilidades para practicar rapel, otro de estos lugares es dentro de la comunidad de Cariacu que cuenta con senderos con accesos a diferentes cascadas muy poco conocidas (GADIP del Municipio de Cayambe, 2019).

b. Actividades varias**b.1 Talleres varios**

Existe instituciones que organizan talleres como actividades recreacionales para los pobladores de Cayambe y sus diferentes parroquias. Tal es el caso que la Casa de la Cultura del Ecuador tiene una extensión en Cayambe con instalaciones donde ofrecen talleres de danza, canto, bordado y música de forma gratuita. Según José Cevallos Director de la CCE extensión Cayambe “Los ciudadanía cayambeña asiste a estos cursos y talleres que se abren aquí de forma permanente en diferentes horarios, todos son gratuitos y son actividades de recreación donde las personas aprender nuevas cosas según sus destrezas e intereses”. Existen otras actividades recreacionales promocionadas por el GADIP del Municipio de Cayambe como bailo terapia, salidas de campo y otras actividades similares a las que ofrece la CCE, pero en cada parroquia o comunidad para que la ciudadanía se pueda encontrar en estas actividades fomentando la cultura e identidad cayambeña.

3.1.1.1.5.2 Comparación del componente a nivel local

A nivel local en comparación con otros cantones de la provincia, Cayambe no ofrece actividades diferentes que se puedan practicar en otros cantones, cabe mencionar que las actividades recreacionales más representativas son la del Andinismo y Montañismo porque se las pueden realizar en el Parque Nacional Cayambe Coca, siendo su principal atractivo con el Nevado Cayambe.

3.1.1.1.5.3 Comparación del componente a nivel regional

A nivel regional, comparando las actividades recreacionales con otros cantones de provincias podemos decir que, no se ofertan en Cayambe actividades diferentes o llamativas para los turistas que no se pueda realizar en otros sitios.

3.1.1.1.5.4 Evaluación del componente de forma cualitativa

Podemos determinar, según las comparaciones a nivel local y regional que el Cantón Cayambe presenta un nivel bajo en base a los elementos identificados del componente actividades recreacionales, recolectados en las salidas de campo y revisión bibliográfica.

Figura 7

NIVEL CUALITATIVO DEL COMPONENTE ACTIVIDADES RECREACIONALES



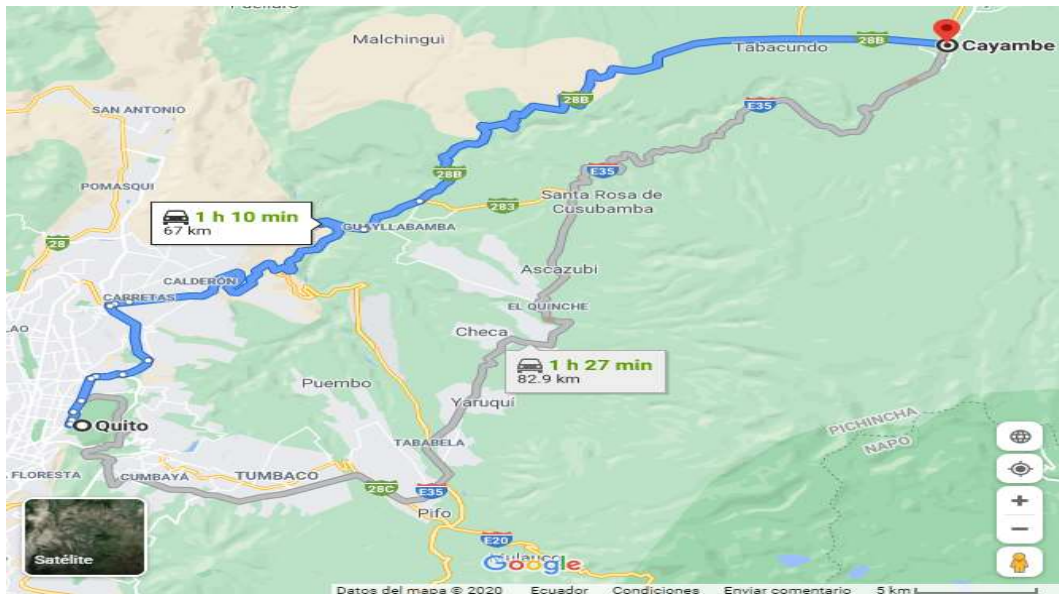
Nota. Elaboración propia.

3.1.1.1.6 Componente vías de acceso

El Cantón Cayambe se encuentra atravesado por la carretera estatal E35, esta es una carretera que conecta a todo el cantón con una vía de primer orden en buen estado. El área en estudio se encuentra a una distancia de 67 Km de la ciudad capital del Ecuador que es Quito por la vía E28B a 1h10m como tiempo aproximado hasta su cabecera cantonal; y otro punto de referente en distancia es el de 57 Km desde el Aeropuerto Internacional Mariscal Sucre con un tiempo aproximado de 58 minutos hasta la ciudad de Cayambe. A continuación, se muestran 2 ilustraciones de las vías de acceso con distancias y tiempos antes mencionados.

Figura 8

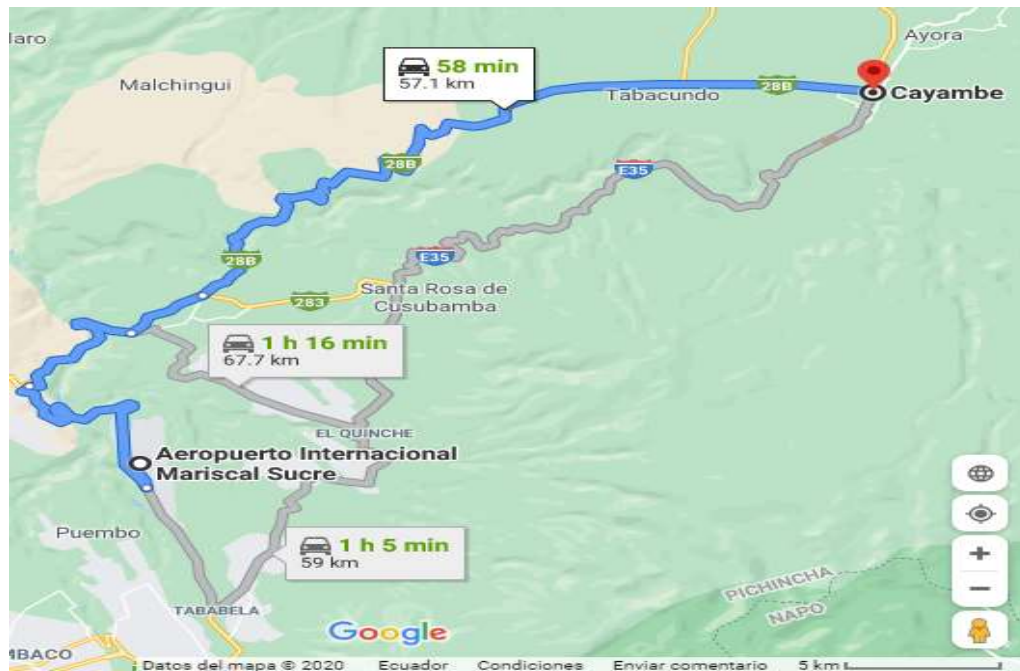
DISTANCIA ENTRE LA CIUDAD DE QUITO Y LA CABECERA CANTONAL DE CAYAMBE



Nota: Tomado de Google Maps 2020.

Figura 9

DISTANCIA ENTRE EL AEROPUERTO MARISCAL ANTONIO JOSÉ DE SUCRE Y LA CABECERA CANTONAL DE CAYAMBE



Nota: Tomado de Google Maps. 2020.

Dentro del Cantón Cayambe existe aproximadamente 2,215 Km de red vial, entre vías de primer y segundo orden. A continuación, podemos encontrar una tabla donde se describe la distancia de conectividad entre las parroquias urbanas y rurales partiendo desde su cabecera cantonal (GADIP del Municipio del Cantón Cayambe et al., 2018) donde se puede observar que en todo el cantón el estado de las vías de conectividad se encuentran en buen estado porque en el territorio para la Panamericana E35.

Tabla 8

DISTANCIAS DE CONECTIVIDAD ENTRE PARROQUIAS DEL CANTÓN CAYAMBE

Parroquia	Tiempo (minutos)	Distancia (Km)	Carretera	Estado (Bueno/ Regular/Malo)
Santa Rosa de Cusubamba	25 – 30	28	E35	Bueno
Olmedo	25 – 30	18	E35	Bueno
Otón	25 – 30	21	E35	Bueno
Ascázubi	7 - 15	2	E35	Bueno
Cangahua	7 – 15	2	E35	Bueno
Juan Montalvo	5 – 10	2	E35	Bueno
Ayora	10 - 20	6	E35	Bueno

Fuente: Tomado del *Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sostenible e Innovación del Cantón Cayambe*, (p.68), por GADIP del Municipio de Cayambe, 2018.

3.1.1.1.6.1 Comparación del componente a nivel local

Una ventaja del cantón es que por el territorio atraviesa la Panamericana Norte (E35) facilitando la conexión entre parroquias, convirtiéndola en un eje vial de primer orden. Cabe mencionar que las vías de conexión internas en gran parte se encuentran en buen estado generando una comunicación vial más rápida y segura.

3.1.1.1.6.2 Comparación del componente a nivel regional

A nivel regional el cantón por el eje vial de primer orden que conecta con ciudades principales como Quito, Otavalo e Ibarra o del mismo Aeropuerto Mariscal Sucre, convierte al cantón como un atractivo de fácil acceso al territorio con su distancia corta ante los sitios anteriormente mencionados.

3.1.1.1.6.3 Evaluación del componente de forma cualitativa

Podemos determinar, según las comparaciones a nivel local y regional que el Cantón Cayambe presenta un nivel alto en base a los elementos identificados del componente vías de acceso, recolectados en las salidas de campo y revisión bibliográfica.

Figura 10

NIVEL CUALITATIVO DEL COMPONENTE VÍAS DE ACCESO



Nota. Elaboración propia.

3.1.1.1.7 Componente seguridad, salud y servicios básicos

El componente analiza sus elementos de seguridad, salud y servicios básicos como parte esencial del territorio como imagen de la gestión de planificación territorial dentro del cantón. A continuación, se analiza cada elemento del componente.

a. Seguridad

La seguridad de la ciudadanía del cantón está a cargo de la Policía Nacional, esta institución es la que garantiza la convivencia pacífica dentro del territorio; dicha institución brinda apoyo en conjunto con la Policía Metropolitana que también es la encargada de colaborar en el mismo objetivo (GADIP del Municipio del Cantón Cayambe et al., 2018, p. 366). Existe solo 1 Unidad

de Policía Comunitaria ubicada en la cabecera cantonal que cuenta con 18 patrulleros y 21 motocicletas disponibles para realizar los controles de seguridad social. Adicional comentar que en cada parroquia se encuentran Tenencias Políticas donde la ciudadanía puede realizar sus denuncias o pedir auxilio y respuesta inmediata con monitoreo permanente, cabe mencionar que en el territorio laboran 111 uniformados distribuidos en las dependencias de la Policía Nacional los mismos que no son suficientes según la ciudadanía para poder realizar los controles respectivos de seguridad (Ministerio del Interior, 2018).

b. Salud

En el cantón existen 6 subcentros de salud pública con atención preventiva o de afectaciones menores, además un hospital general ubicado en la cabecera cantonal que brinda servicios de medicina general, odontología, pediatría, enfermería y otras especialidades básicas; el hospital no tiene la infraestructura y recursos necesarios para atender casos de gravedad, si fuera el caso la población es trasladada a casas de salud especializadas en las ciudades de Otavalo, Ibarra o Quito (Gobierno Autónomo Descentralizado Intercultural y Plurinacional del Municipio de Cayambe, 2015). Cabe mencionar que el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS) también tienen seis dispensarios del Seguro Campesino dentro del cantón donde la población también se acerca a atenderse. Esta cobertura de salud no es la suficiente para cubrir la demanda de la ciudadanía por lo que gran parte de ella decide dirigirse a hospitales de las ciudades cercanas para atenderse (Gobierno Autónomo Descentralizado Intercultural y Plurinacional del Municipio de Cayambe, 2015, pp. 111–112).

c. Servicios básicos

c.1 Agua

Cayambe tiene dentro de su territorio 3 subcuencas hidrográficas, estas dan abasto de agua para el poblado tanto agua potable, tratada o de riego para los diferentes sectores del territorio (Gobierno Autónomo Descentralizado Intercultural y Plurinacional del Municipio de Cayambe, 2015). A nivel histórico en la zona rural las juntas del agua son las responsables de cuidar y coordinar la administración de los canales de distribución de agua, a su vez cabe mencionar que la empresa pública responsable en garantizar la potabilización y distribución dentro del cantón es la Empresa Pública Municipal de Agua Potable, Alcantarillado y Aseo Cayambe (EMAPAAC EP). Según el reporte de Actualización del Plan de Desarrollo y

Ordenamiento Territorial del Cantón Cayambe 2015 – 2025, podemos observar en la siguiente tabla, la dotación de agua para el cantón está cubierta en un 73,80% a nivel cantonal por la red pública, seguido con un 23.36% por ríos, vertientes, acequias o canales de riego.

Tabla 9

DOTACIÓN DE AGUA EN EL CANTÓN CAYAMBE

Categoría del servicio de agua	Cantón	Zona Urbana	Zona Rural
Red pública	73,80%	93,44%	55,81%
Pozo	1,19%	0,74%	1,60%
Río, vertiente, acequia o canal	23,36%	5,32%	39,88%
Tanquero o carro repartidor	0,06%	0,03%	0,10%
Otro: (agua lluvia/albarrada)	1,59	0,46%	2,62%

Nota: Tomado de *Actualización del PDOT del Cantón Cayambe 2015 – 2025*, (p.201), por GADIP del Municipio de Cayambe, 2015.

c.2 Energía Eléctrica

La empresa EMEL-Norte es la que entrega al cantón del servicio eléctrico, tanto en las viviendas como en zonas públicas como carreteras, calles, espacios públicos, entre otros. Según el PDOT del cantón el abastecimiento del servicio al cantón es casi completo con un 96,41% de cobertura como se lo especifica en la siguiente tabla.

Tabla 10*ENERGÍA ELÉCTRICA EN LAS VIVIENDAS DEL CANTÓN CAYAMBE*

Energía eléctrica en la vivienda	Cantonal	Zona urbana	Zona rural
Si tiene	96,41%	98,68%	94,32%
No tiene	3,59%	1,32%	5,68%

Nota: Tomado de *Actualización del PDOT del Cantón Cayambe 2015 – 2025*, (p.201), por GADIP del Municipio de Cayambe, 2015.

c.3 Telecomunicaciones

Dentro del cantón la Corporación Nacional de Telecomunicaciones es la que ofrece la cobertura de telefonía fija en las viviendas. La cobertura según el PDOT del cantón 2015-2025 (GADIP, 2015, p. 202) indica que mayoritariamente los ciudadanos del cantón un 73% no tienen el servicio de telefonía fija dentro de sus hogares, pero que si tienen un servicio telefónico celular siendo a nivel cantonal un 76,78% de personas que tienen el servicio. Según el INEC (2010) en el territorio en estudio la preferencia del servicio telefónico celular en la población es de la Operadora CLARO. A continuación, se presentan dos tablas donde se identifica el nivel de alcance de servicio telefónico que tiene el Cantón Cayambe.

Tabla 11 Servicio telefónico fijo del Cantón Cayambe*SERVICIO TELEFÓNICO FIJO DEL CANTÓN CAYAMBE*

Servicio telefónico fijo	Cantonal	Zona urbana	Zona rural
Si tiene	26,68%	38,82%	15,47%
No tiene	73,32%	61,18%	84,53%

Nota: Tomado de *Actualización del PDOT del Cantón Cayambe 2015 – 2025*, (p.202), por GADIP del Municipio de Cayambe, 2015.

Tabla 12*SERVICIO TELEFONÍA MÓVIL DEL CANTÓN CAYAMBE*

Servicio telefónico móvil	Cantonal	Zona urbana	Zona rural
Si tiene	76,78%	84,62%	69,54%
No tiene	23,22%	15,38%	30,46%

Nota: Tomado de *Actualización del PDOT del Cantón Cayambe 2015 – 2025*, (p.202), por GADIP del Municipio de Cayambe, 2015.

c.4 Manejo de desechos y alcantarillado

Dentro de los programas de manejo de desechos se tiene en cuenta que la zona urbana cuenta con una cobertura alta con relación a la recolección de llegando a un 70% de toda la zona; mientras que la zona rural tiene una medida de recolección del 50% lo que una práctica que se mantiene por esta razón es la quema de basura en las zonas que no cuentan con dicho servicio (Gobierno Autónomo Descentralizado Intercultural y Plurinacional del Municipio de Cayambe, 2015). A continuación, podemos encontrar de forma más detallada una tabla de porcentaje del modo de eliminación de basura del territorio, y en el Anexo 12 donde se encuentra otra tabla del porcentaje de la eliminación de las excretas en el territorio, todo esto en el reporte de Actualización del PDOT del Cantón Cayambe 2015 – 2025.

Tabla 13*PORCENTAJE DEL MODO DE ELIMINACIÓN DE BASURA EN EL TERRITORIO*

Eliminación de basura	Cantonal	Zona Urbana	Zona Rural
Carro recolector	73,57%	97,64%	51,52%
Arrojan a un terreno baldío o quebrada	3,76%	0,66%	6,59%
Queman basura	19,48%	1,42%	36,02%

Entierran basura	2,48%	0,14%	4,64%
La arrojan a una fuente de agua como río, acequia o canal	0,25%	0,04%	0,43%
Otros	0,46%	0,11%	0,79%

Nota: Tomado de *Actualización del PDOT del Cantón Cayambe 2015 – 2025*, (p.201), por GADIP del Municipio de Cayambe, 2015.

Tabla 14

PORCENTAJE DE LA ELIMINACIÓN DE EXCRETAS EN EL TERRITORIO

Eliminación de excretas	Cantonal	Zona Urbana	Zona Rural
Red de alcantarillado	60,45%	93,24%	30,42%
Pozo séptico	14,80%	3,12%	25,50%
Pozo ciego	8,47%	0,58%	15,69%
Descarga directa al mar, río, lago o quebrada	1,53%	1,69%	1,38%
Letrina	2,75%	0,10%	5,19%
No tiene	12%	1,28%	21,82%

Nota: Tomado de *Actualización del PDOT del Cantón Cayambe 2015 – 2025*, (p.201), por GADIP del Municipio de Cayambe, 2015.

3.1.1.1.7.1 Comparación del componente a nivel local

El componente en comparación con cantones aledaños cubre los servicios básicos a gran parte de la población en el territorio, cabe mencionar que en los últimos años se han venido trabajando con grandes avances en obras para mejorar la calidad de vida de los cayambeños en temas de seguridad, salud, servicios básicos y manejo de desechos.

3.1.1.1.7.2 Comparación del componente a nivel regional

El cantón en comparación a otros cantones a nivel regional podemos decir que las autoridades competentes se preocupan por ofrecer servicios básicos, seguridad y salud de calidad para el beneficio de la ciudadanía, y que en muchos cantones actualmente dentro de la región sierra todavía falta desarrollar.

3.1.1.1.7.3 Evaluación del componente de forma cualitativa

Podemos determinar, según las comparaciones a nivel local y regional que el Cantón Cayambe presenta un nivel medio en base a los elementos identificados del componente seguridad, salud y servicios básicos, recolectados en las salidas de campo y revisión bibliográfica.

Figura 11

NIVEL CUALITATIVO DEL COMPONENTE SEGURIDAD, SALUD Y SERVICIOS BÁSICOS



Nota. Elaboración propia.

3.1.1.1.8 Componente servicios turísticos

Aquí se realiza un análisis de los servidores turísticos del Cantón Cayambe por su tipo de actividad según la Ley de Turismo del Ecuador (2018) donde tenemos: alimentos y bebidas, alojamiento, intermediación, operación turística, parques de atracción estables y transporte.

Cabe mencionar que la mayor parte de establecimientos se encuentran dentro de la parroquia urbana Cayambe.

- a. Alimentos y bebidas.-** Dentro de esta actividad turística se encuentran bares, restaurantes, entre otros similares, que se encuentren relacionado con la producción y comercialización de alimentos y bebidas (Reglamento general a la Ley de Turismo, 2015). Según el Catastro Turístico (2020) de la Dirección de Turismo se encuentran registrados 109 establecimientos en esta actividad económica y se categorizan en: Bar (6), Cafetería (16), Discoteca (1), Fuente de soda (15) y Restaurant (71).
- b. Alojamiento.-** Se comprende en esta actividad a toda infraestructura que brinda el servicio de hospedaje por un tiempo determinado no permanente, que cuente con los servicios básicos o complementarios (Reglamento general a la Ley de Turismo, 2015). Según el Catastro Turístico (2020) de la Dirección de Turismo se encuentran registrados 24 establecimientos en esta actividad económica y se categorizan en: Hacienda (1), Hostal (17), Hostería (4), Hotel (1) y Refugio (1).
- c. Intermediación.-** A esta actividad se dedican las agencias de viajes internacionales, mayoristas o duales, que cumplen de manera profesional la función de intermediación entre el viaje y el proveedor de servicios (Reglamento general a la Ley de Turismo, 2015). Según el Catastro Turístico (2020) de la Dirección de Turismo se encuentran registrados 3 establecimientos en esta actividad económica registradas como: Sala de recepción y banquetes (3).
- d. Operación.-** Dentro de esta actividad se encuentran las operadores de turismo como organizadoras de viaje que tengan como objetivo profesional la organización y prestación de servicios directamente o con convenios con otros proveedores turísticos (Reglamento general a la Ley de Turismo, 2015). Según el Catastro Turístico (2020) de la Dirección de Turismo se encuentran registrados tres establecimientos en esta actividad económica y se categorización de la siguiente manera: Operador turístico (3) y Agencia de viajes – dualidad (1).
- e. Parques de atracción estables.-** Dentro de esta actividad turística se toma en cuenta a parques temáticos de interés turístico, como termas, balnearios, entre otros (Reglamento

general a la Ley de Turismo, 2015). Según el Catastro Turístico (2020) de la Dirección de Turismo se encuentran registrados 4 establecimientos en esta actividad económica y según su categorización se registran como: Termas y balnearios (4).

- f. Transporte.-** Esta actividad comprende el servicio de movilización de turistas de un punto a otro sea por vía terrestre, aérea o marítima (Reglamento general a la Ley de Turismo, 2015). Según el Catastro Turístico (2020) de la Dirección de Turismo se encuentran registrados dos establecimientos en esta actividad económica y según su categorización se registran como: Transporte terrestre (2).

3.1.1.1.8.1 Comparación del componente a nivel local

A nivel local presenta una mejor oferta de servicios turísticos a comparación de cantones aledaños como es el caso del Cantón Pedro Moncayo, adicional es válido mencionar que los establecimientos son mayoritariamente de 2º y 3º categoría, dando un realce también al nivel de servicio que ofrece en la misma comparación.

3.1.1.1.8.2 Comparación del componente a nivel regional

En nivel regional el presente componente si presente un nivel bajo a comparación de otros cantones en la región como en el caso de Otavalo, que está ubicado muy cerca a Cayambe y presenta similares características turísticas. Cabe también mencionar que ha existido una evolución en la prestación de servicios turísticos en los últimos cinco años y estos se ha visto reflejado en una comparación del catastro turístico del año 2015 con el más reciente del año 2020, incrementando su oferta y nivel de categoría de los mismos establecimientos.

3.1.1.1.8.3 Evaluación del componente de forma cualitativa

Podemos determinar, según las comparaciones a nivel local y regional que el Cantón Cayambe presenta un nivel medio en base a los elementos identificados del componente servicios turísticos, recolectados en las salidas de campo y revisión bibliográfica.

Figura 12

NIVEL CUALITATIVO DEL COMPONENTE SERVICIOS TURÍSTICOS



Nota. Elaboración propia.

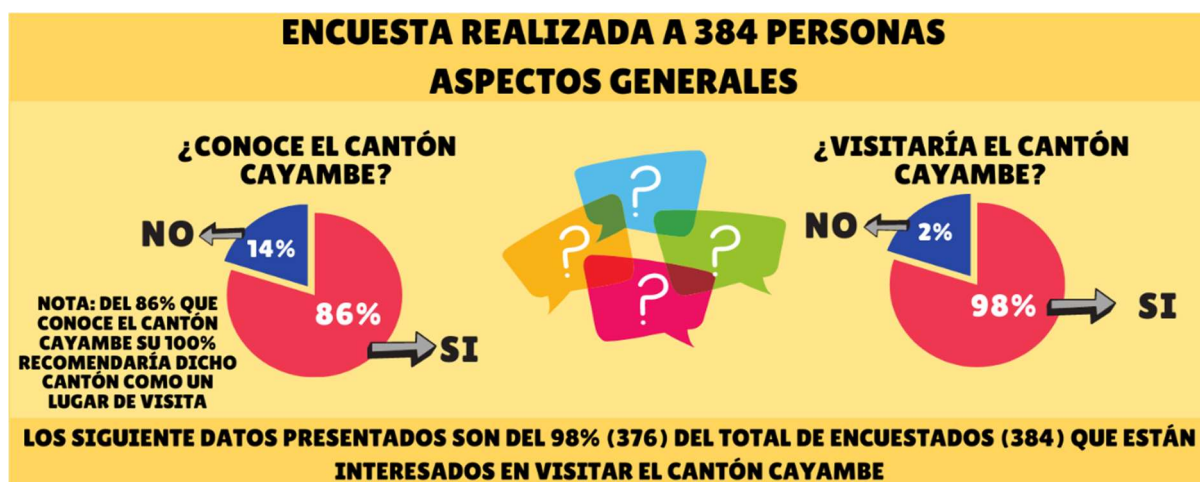
3.1.1.2 Demanda turística

3.1.1.2.1 Componente consumidor

El componente analiza el perfil del turista que visita el territorio en estudio, en el caso se realizó un sondeo a 384 personas (aplicación de fórmula de muestreo infinita) para conocer la demanda potencial del Cantón Cayambe. A continuación, se presenta las gráficas de los datos arrojados por la encuesta de sondeo realizado.

Figura 13

SONDEO DEMANDA POTENCIAL DEL CANTÓN CAYAMBE - ASPECTOS GENERALES

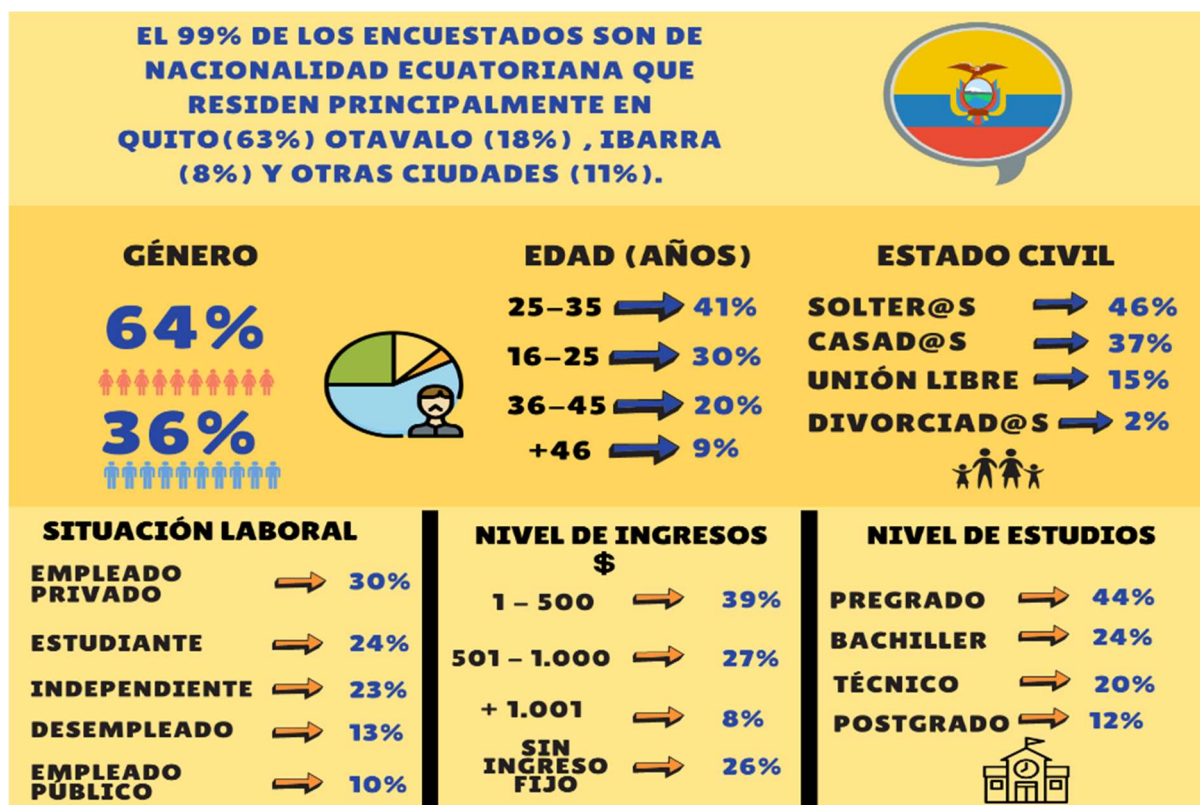


Nota. Elaboración propia.

En la encuesta de sondeo realizada a nuestra muestra de 384 personas se realizaron dos preguntas consideradas como aspectos generales; por un lado, tenemos un dato a tomar en cuenta para la propuesta del modelo de gestión que del total de los encuestados un 86% conoce el territorio y lo recomendaría como un lugar de visita. Por otro lado, se planteó una pregunta que sirvió para seleccionar y validar respuestas del 98% de personas que realizaron la encuesta, dando un total de 376 encuestas de personas que respondieron que, si estarían dispuestas a visitar el Cantón Cayambe, considerándolas como turistas potenciales. A continuación, se presenta los aspectos demográficos del 98% del perfil del turista potencial.

Figura 14

SONDEO DEMANDA POTENCIAL DEL CANTÓN CAYAMBE - ASPECTOS DEMOGRÁFICOS



Nota. Elaboración propia.

Los aspectos demográficos del 98% de las personas que visitarían el Cantón Cayambe el 99% es población de nacionalidad ecuatoriana, denotado que el cantón es un sitio de visita por un turista nacional y sus principales visitantes son de las ciudades aledañas de Quito y

Otavalo. Por otro lado, también podemos observar en los resultados que el 64% son mujeres las que visitarían el territorio; para las edades tenemos un nicho de 25 a 35 años, determinando que son personas jóvenes que pueden hacer diferentes actividades; adicional tenemos el dato que el 46% del perfil del potencial visitante es soltero.

Dentro de esta sección también se tomó en cuenta la situación laboral donde se obtuvo el 30% para empleados privados, niveles de ingresos de \$1 a \$500 y con un nivel de estudios principalmente de pregrado.

Figura 15

SONDEO DEMANDA POTENCIAL DEL CANTÓN CAYAMBE - ORGANIZACIÓN DE VIAJE

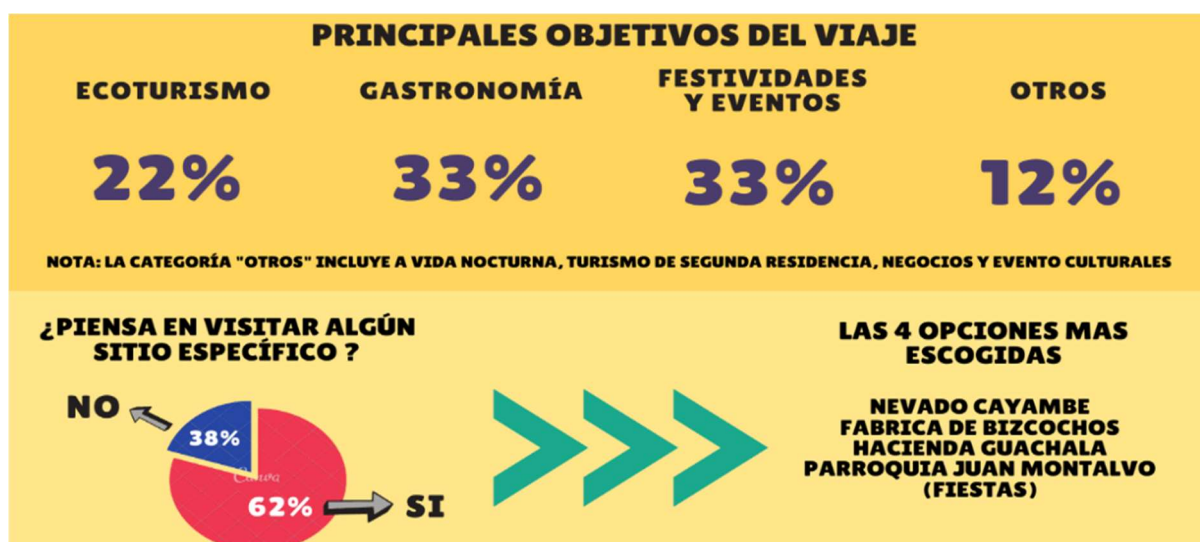


Nota. Elaboración propia.

El 98% de los encuestados que estarían dispuestos a visitar el cantón contestó que el 66% lo haría viajando de forma independiente, escogiendo principalmente los fines de semana para visitar el territorio y seguidamente de la preferencia de feriados y festividades. Por otro lado, tenemos el tiempo de visita que de preferencia es de un día principalmente; para las personas que escogieron más de dos días escogieron la opción de preferencia de alojamiento a hoteles, seguido de casas particulares; adicional como medio de movilización principal el 52% escogió la opción de transporte propio para poder llegar hacia el cantón; y por último tenemos la pregunta de con quien viajaría, donde se obtuvo como resultado que el potencial turista visitaría el territorio con su familia.

Figura 16

SONDEO DEMANDA POTENCIAL DEL CANTÓN CAYAMBE - MOTIVACIÓN DE VIAJE



Nota. Elaboración propia.

Las motivaciones de viaje de las personas que visitarían el cantón tienen dentro de sus principales objetivos visitar el territorio por su gastronomía y por las festividades y eventos como principal, adicional cabe mencionar que una motivación para la visita al territorio son los principales atractivos donde un 62% piensan en visitar un sitio específico durante su visita, donde las 4 opciones mayoritariamente escogidas son la visita al nevado Cayambe, Fabrica de bizcochos, Hacienda Guachalá y la parroquia de Juan Montalvo en sus fiestas.

3.1.1.2.1.1 Comparación del componente a nivel local

El componente a nivel local si presenta una gran diferencia en el tipo de demanda turística porque si bien el cantón es conocido a nivel local, no tiene una representatividad fuerte frente a las localidades cercanas como Otavalo que presenta similares características geográficas o a su vez con Quito que tiene un posicionamiento a nivel mundial.

3.1.1.2.1.2 Comparación del componente a nivel regional

A nivel regional el cantón es considerado como un cantón de paso, que ofrece una determinada oferta turística y que lo ha llevado a ser considerada de esta manera, a diferencia de otras localidades que presentan las mismas características y que consiguen con su oferta lograr que sus visitantes pernocten una noche en la localidad y por tal motivo generando más gasto turístico dentro del territorio.

3.1.1.2.1.3 Evaluación del componente de forma cualitativa

Podemos determinar, según las comparaciones a nivel local y regional que el Cantón Cayambe presenta un nivel bajo en base a los elementos identificados del componente consumidor, recolectados en las salidas de campo y revisión bibliográfica.

Figura 17

NIVEL CUALITATIVO DEL COMPONENTE CONSUMIDOR



Nota. Elaboración propia.

3.1.1.3 Comercialización turística

3.1.1.3.1 Componente promoción y comercialización

En el componente se realiza un análisis de la promoción y comercialización turística que tiene el territorio en estudio.

a. Promoción turística

a.1 Marca turística. - El Cantón Cayambe cuenta con un logotipo como marca de promoción turística, que lo coloca como centro la imagen del Nevado Cayambe y dentro de la letra colorida indicando la intercultural y plurinacional que tienen como identidad el GADIP, como institución que administra el territorio. Cabe mencionar que el logotipo como marca, lo colocan en la publicidad de eventos y actividades en las que se promociona al cantón. A continuación, el logotipo.

Figura 18

LOGOTIPO CAYAMBE TURISMO



Elaborado por: GADIP de Cayambe (2018).

a.2 Páginas Web y Redes Sociales. - El GADIP de Cayambe a través de la Dirección de Desarrollo Económico tiene una página web exclusiva para la promoción y difusión de las actividades turísticas que ofrece el cantón (<https://cayambeturismo.gob.ec/>). La página web “Cayambe Turismo” presente información actualizada de los eventos programados a realizarse, información de los principales atractivos de territorio, adicional que incluye una opción de chat con un asistente turístico para resolver dudas o inquietudes al respecto de Cayambe. Adicional que maneja varias opciones y recomendaciones de visita con un interfaz agradable al turista.

Figura 19

PÁGINA WEB CAYAMBE TURISMO



Nota: Tomado de www.cayambeturismo.gob.ec, 2019.

a.3 Redes Sociales. - De la misma manera se puede encontrar información del territorio en la red social Facebook en la Fan Page “Cayambe turismo”, donde constantemente se difunde material de promoción turística del cantón y de los eventos que se encuentran próximos a realizarse. Dicha página al igual que la página web, son manejadas por la Dirección de Desarrollo Económico del área de turismo con una interacción inmediata a través del chat en horarios de oficina; además se puede mencionar que dicha página también tiene conexión directa con la aplicación móvil turística del cantón. Por otro lado, para una promoción de carácter audiovisual, el área de turismo creó un canal en la plataforma YouTube, donde se encuentran videos con información de diferentes atractivos de Cayambe.

Figura 20

*CANAL DE YOUTUBE CAYAMBE
TURISMO*



Nota: Capturado de YouTube “Cayambe Turismo”, 2021.

Figura 21

FAN PAGE CAYAMBE TURISMO



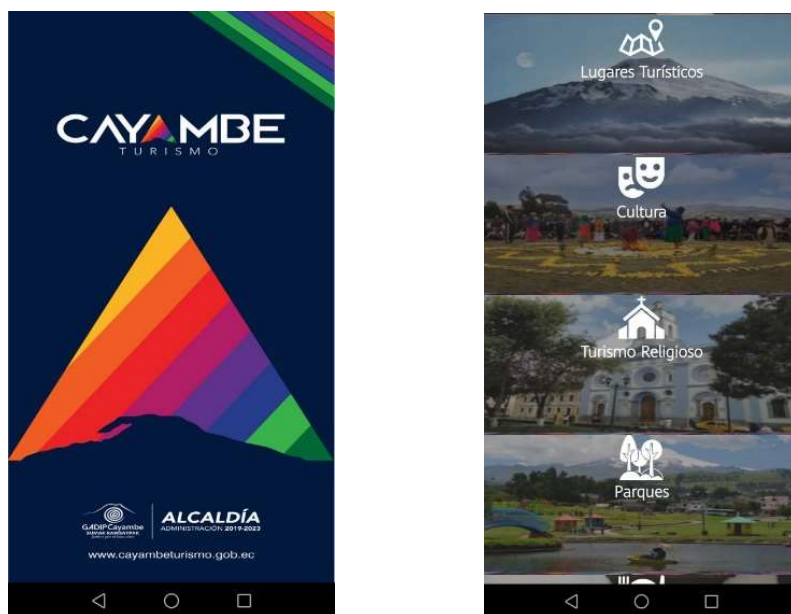
Nota: Capturado de Facebook “Cayambe Turismo”, 2021.

a.4 Aplicación móvil. - De la misma manera como la página web, el GADIP de Cayambe con el afán de conectar la tecnología y la promoción turística del cantón, desarrolló una app para dispositivos móviles con sistema Android, en el que de manera interactiva entrega opciones de actividades, lugares de visita, servicios de alimentación, alojamiento, entretenimiento entre

otros, que se encuentran dentro del territorio. Cada una de las opciones que ofrece cuenta con información del sitio, atractivo o servicio, con su número contacto y mapa de ubicación, facilitando de esta manera al turista una conexión de inmediata con la variada oferta de turismo que tiene Cayambe.

Figura 22

APLICACIÓN MÓVIL CAYAMBE TURISMO



Nota: Tomado de Aplicación móvil Cayambe Turismo, 2021.

b. Comercialización turística

En esta parte del componente se realiza un análisis de cómo se comercializa el Cantón Cayambe en el ámbito turístico. En el cantón existen cuatro empresas de operación e intermediación que promocionan los atractivos del territorio y de sus alrededores, facilitando las operaciones directas con entre el turista y los servicios turísticos que ofrecer el cantón. Dichas empresas se encuentran establecidas dos en las parroquias de Cayambe y Ayora. Adicional cabe mencionar que Cayambe es un cantón de paso para dirigirse a los atractivos que ofrecen ciudades cercanas como Ibarra, Otavalo, entre otras cercanas, y varias de las operadoras de turismo ofertan al cantón Cayambe y a su gastronomía como una parada dentro de su trayecto; además de tener dentro del cantón al Nevado Cayambe hace que el cantón sea promocionado y comercializado a nivel mundial por los amantes al turismo de aventura especialmente de montaña.

3.1.1.3.1.1 Comparación del componente a nivel local

La promoción y comercialización turística del cantón Cayambe ha ido creciendo en estos últimos tiempos a diferencia de cantones aledaños, que presentan similares características, colocando como atractivo principal el Nevado Cayambe atravesado por la línea equinoccial, adicional que también tienen un reconocimiento gastronómico importante con los bizcochos, quesos de hoja y el manjar de leche. Todo el conjunto ha logrado que el cantón se posicione a nivel local y se lo siga comercializando cada vez más con la visita de más atractivos que ofrece el territorio.

3.1.1.3.1.2 Comparación del componente a nivel regional

El cantón se promociona a nivel nacional con su atractivo principal el Nevado Cayambe como uno de los lugares más cercanos al sol, adicional cabe mencionar que su gastronomía típica lo ha llevado a reconocerse de la misma manera. Pero a pesar de su fuerte posicionamiento y promoción a nivel nacional e incluso de manera internacional en algunas ocasiones, la forma de comercialización del cantón no es la deseada, porque se sigue considerando como un sitio de paso porque no se comercializa otros atractivos del cantón con la misma intensidad como se lo hace con los atractivos principales anteriormente mencionados.

3.1.1.3.1.3 Evaluación del componente de forma cualitativa

Podemos determinar, según las comparaciones a nivel local y regional que el Cantón Cayambe presenta un nivel medio en base a los elementos identificados del componente promoción y comercialización, recolectados en las salidas de campo y revisión bibliográfica.

Figura 23

NIVEL CUALITATIVO DEL COMPONENTE PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN



Nota. Elaboración propia.

3.1.1.4 Superestructura turística

3.1.1.4.1 Componente instituciones administrativas

El componente instituciones administrativas analiza los entes reguladores del turismo en del territorio, en el presente caso se presenta 3 instituciones que tienen incidencia directa en la administración turística del Cantón Cayambe, los cuales se hace un breve análisis a continuación:

- a. **Ministerio de turismo.-** Es la máxima institución pública a nivel nacional, encargada de administrar la industria turística del Ecuador, dentro del territorio en estudio la institución a más de emitir y velar la vigencia de leyes y reglamento turístico, ha realizado la promoción de los diferentes atractivos que ofrece Cayambe, así también como consultorías, en conjunto con el departamento encargado de turismo del GADIP del Municipio de Cayambe, para que se logre una mejor promoción y comercialización como destino a nivel nacional e internacional.
- b. **Ministerio del ambiente y agua.-** La institución pública es la encargada de la administración y protección de los recursos naturales que cuenta el Ecuador, dentro de una de sus funciones es la de administrar el Sistema Nacional de Áreas Protegidas del Ecuador (SNAP); dentro del Cantón Cayambe se encuentra el Parque Nacional Cayambe Coca que es parte del SNAP, por tal motivo, se toma en cuenta a esta institución en la administración turística, porque es la que administra un atractivo de importancia para el cantón, como es el Nevado Cayambe que se encuentra dentro del parque nacional.
- c. **Asociación de Municipalidades Ecuatorianas.-** Es una institución que tiene como objetivo la representatividad de los GAD's a nivel nacional e internacional, donde los fortalece y vela por sus derechos, trabajado de forma continua con el gobierno central. Por tales motivos la AME es una institución importante para la gestión y administración del territorio a nivel nacional, porque gracias a la institución se tienen un respaldo en las actividades del GADIP del Municipio de Cayambe, y por la cual también se ven relacionados las propuestas y ejecuciones de las estrategias locales que la Municipalidad plantee a la comunidad para el desarrollo local.
- d. **GADIP del Municipio de Cayambe. -** La institución reguladora del destino, que por sus competencias es la encargada de la administración del cantón, dentro de esta institución

existe un departamento encargado para la administración turística, la cual regula mediante ordenanzas creadas por el GADIP del Municipio de Cayambe.

3.1.1.4.1.1 Comparación del componente a nivel local

Las instituciones antes mencionadas dentro del cantón han venido realizando diferentes acciones para el desarrollo del turismo del cantón, y con mayor presencia dentro del cantón en comparación a las acciones realizadas en cantones aledaños, pero lamentablemente la imagen del cantón no ha variado para un posicionamiento o un mayor reconocimiento a nivel nacional o internacional. Esto puede ser a las acciones no vinculadas entre todos los actores del turismo que intervienen en el territorio y por la falta de continuidad en los proyectos programados dentro de cada una de las administraciones de estas instituciones.

3.1.1.4.1.2 Comparación del componente a nivel regional

A nivel regional las acciones que han realizado las instituciones que regulan el turismo en el cantón si bien han ido avanzando, pero no han logrado todavía conseguir el objetivo de posicionar a Cayambe a nivel nacional e internacional, para poder captar más visitantes que lleguen y puedan generar mayor gasto turístico en el territorio, a diferencia como en otros cantones cercanos como Otavalo, Ibarra o Quito.

3.1.1.4.1.3 Evaluación del componente de forma cualitativa

Podemos determinar, según las comparaciones a nivel local y regional que el Cantón Cayambe presenta un nivel medio en base a los elementos identificados del componente instituciones administrativas, recolectados en las salidas de campo y revisión bibliográfica.

Figura 24



Nota. Elaboración propia.

3.1.1.4.2 Componente política turística

El componente analiza las políticas turísticas que rigen en el territorio de estudio. Como primera base legislativa tenemos a la Constitución de la República del Ecuador (2008), como carta magna donde se manifiestan la ley principal del país. Para una organización y base legislativa para las municipalidades tenemos el COOTAD (2015) la cual otorga autonomía a los Gobiernos Autónomos Descentralizados en decisiones administrativas frente al estado y entrega competencias específicas para la determinación de sus funciones. Adicional cabe mencionar que existe un Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial 2020 – 2030 para el Cantón Cayambe, el cual se lo considera como guía de planificación del territorio de forma integral. El régimen turístico tenemos a la ley de turismo la cual es entregada por parte del estado para normal las actividades turísticas junto con el reglamento de actividades turísticas entregadas por la misma institución y regulada por el Ministerio de Turismo.

Teniendo en cuenta las anteriores leyes mencionadas, que también podemos ver su importancia en el marco legal de la presente investigación, se nombrará a dos ordenanzas que se encuentran vigentes para la organización y desarrollo de las actividades turísticas dentro del territorio en estudio que se presenta a continuación:

- a. **AME: Resolución 0001 – CNC – 2016.-** La resolución indica la regularización de las facultades y atribuciones de los GAD's (en cualquier de sus categorías), sobre el desarrollo de las actividades turísticas en sus territorios de jurisdicción (RESOLUCIÓN-0001-CNC-2016, 2016). Esta resolución faculta a los GAD's a realizar una planificación turística en sus territorios de forma obligatoria, según la ley y normativa nacional vigente. Adicional se le entrega la atribución de hacerse cargo de la regulación de todas las actividades turísticas y su respectiva gestión para la administración general del turismo en sus jurisdicciones.
- b. **Reforma de la ordenanza de regulación del horario de funcionamiento de los establecimientos turísticos del Cantón Cayambe.** - Esta reforma está vigente desde el 2005 y la cual establece el horario de funcionamiento de los establecimientos turísticos que funcionan dentro del cantón. En dicha reforma se toman en cuenta varios aspectos que van de la mano con la obtención de la Licencia Anual de Funcionamiento, como por ejemplo el tipo de categoría del establecimiento, horarios de atención, entre otro. Dicho documento se encuentra desactualizado, porque no corresponden a la realidad turística del cantón y,

por otro lado, la categorización de servicios turísticos que se encuentra en dicha reforma no corresponde a la que se maneja actualmente en la ley de turismo y reglamento turístico.

- c. Reforma de la ordenanza de establecimiento de la tasa para la obtención de la Licencia Anual de Funcionamiento (LUAF) de los establecimientos turísticos en el Cantón Cayambe.** - Esta reforma establece una ordenanza para la obtención de la LUAF, vigente desde el 2006, y es otorgada por el GADIP del Municipio de Cayambe según su categoría a los diferentes establecimientos que funcionen en el cantón. Esta licencia tiene un año de funcionamiento y para entregarse debe solicitarse con una serie de documentos que califiquen al establecimiento como funcional en las diferentes categorías. Ahora, por ser una reforma desactualizada frente a las nuevas categorías de servicios turísticos y porque la realidad de los establecimientos ha cambiado, dichos requisitos y términos para obtener dicha licencia deberían cambiarse, acoplándose de esta manera a las nuevas reformas y leyes que están vigentes por parte de los entes reguladores de la normativa turística en el territorio.

3.1.1.4.2.1 Comparación del componente a nivel local

Las políticas administrativas en turismo a nivel local son pocas a comparación de poblaciones cercanas que tienen políticas de turismo específicas para el desarrollo de las actividades turísticas como por ejemplo el caso de Otavalo o Quito, donde presentan leyes que van más allá de coordinar el horario o permisos de funcionamiento.

3.1.1.4.2.2 Comparación del componente a nivel regional

A nivel regional, el componente en el territorio presenta una baja legislación turística porque no existen leyes u ordenanzas actuales para normar las actividades turísticas que se manejan en el territorio. Se necesitará ordenanzas exclusivas para turismo para mejorar el manejo del sistema turístico del cantón como lo tienen otros territorios en el Ecuador, que se articulan con otros actores del turismo dentro del cantón.

3.1.1.4.2.3 Evaluación del componente de forma cualitativa

Podemos determinar, según las comparaciones a nivel local y regional que el Cantón Cayambe presenta un nivel bajo en base a los elementos identificados del componente política turística, recolectados en las salidas de campo y revisión bibliográfica.

Figura 25

NIVEL CUALITATIVO DEL COMPONENTE POLÍTICA TURÍSTICA



Nota. Elaboración propia.

3.2 Evaluación de los componentes del sistema turístico del Cantón Cayambe

3.2.1 Evaluación global cualitativa de los componentes del sistema turístico

En esta parte, se realiza un compendio de los resultados obtenidos de la evaluación cualitativa de cada uno de los componentes, con el fin de determinar el nivel cualitativo que tiene el cantón. A continuación, se presenta una tabla donde se puede identificar que el nivel cualitativo del Cantón Cayambe se encuentra en nivel Medio.

Tabla 15

EVALUACIÓN CUALITATIVA DE LOS 12 COMPONENTES DEL SISTEMA TURÍSTICO DEL CANTÓN CAYAMBE

Componente	Nivel cualitativo
Natural	Medio
Hechos culturales	Alto
Gastronómico	Alto
Festividades y eventos	Alto
Actividades recreacionales	Bajo
Vías de acceso	Alto
Seguridad, salud y servicios básicos	Medio

Servicios turísticos	Medio
Consumidor	Bajo
Promoción y comercialización	Medio
Instituciones administrativas	Medio
Política turística	Medio
Evaluación general Cualitativa	Medio

Nota. Elaboración propia.

La evaluación cualitativa de los doce componentes del sistema turístico del cantón Cayambe dio como resultado que: cuatro componentes pertenecientes a la Oferta tienen un nivel alto, seguidos de los elementos de Comercialización turística y Superestructura con sus tres componentes con nivel medio; y, por último, el elemento demanda con su componente consumidor con un nivel bajo. Estos resultados nos ayudarán a entregar una propuesta con una mayor especificación del modelo de gestión, donde se trabajará para fortalecer los componentes con nivel bajo principalmente.

3.2.2 Evaluación global cuantitativa de los componentes del sistema turístico

- a. **Descripción general.** - La evaluación cuantitativa de los doce componentes del sistema turístico previamente identificados, se lo realiza con un formato de evaluación donde se evalúa cada componente frente a cien indicadores de potencialidad turística (ver Anexo 15), donde se determina el nivel cuantitativo de potencialidad turística que tiene el componente y poder al final determinar un nivel global cuantitativo.
- b. **Formato de evaluación.** - El modelo de evaluación cuantitativa de los componentes del sistema turístico es de forma matricial, esto quiere decir que se presentará por una parte al componente con todos los elementos identificados en la sección anterior frente a indicadores de potencialidad turística, cada indicador tiene varios aspectos a considerarse para poder dar un puntaje acorde a la evaluación que se indican a continuación:
 - b.1 **Indicadores de evaluación.** - Los indicadores de evaluación es una recolección de investigaciones previas de evaluación de potencialidad turística del sistema turístico de

un territorio determinado. Estos indicadores agrupan características generales para que puedan aplicarse a cualquier de los doce componentes analizados previamente.

- b.2 Periodo de evaluación.** - Es un periodo de vigencia de los datos recolectados en la salida de campo. En la presente investigación se ha recolectado datos de los últimos 4 meses para tener una información válida y actualizada de la realidad del territorio y así poder aplicar una valoración al indicador frente al elemento del componente.
- b.3 Forma de cálculo.** - Se la presenta de forma numérica calificando al elemento del componente con una valoración de 2, 1 o 0 puntos, dependiendo las características manifestadas de cada indicador y su estándar. Esto servirá para poder realizar un promedio general y colocarlo en una escala de Likert para valorar el nivel de potencialidad turística de cada componente en base a un rango que va desde el Muy Bajo al Muy Alto como se presenta a continuación:

Tabla 16

VALORACIÓN EN RANGOS DE LA POTENCIALIDAD TURÍSTICA

Valoración de potencialidad turística	Porcentaje
Muy alto	81 - 100%
Alto	61- 80,99%
Medio	41- 60,99%
Bajo	21- 40,99%
Muy bajo	0 - 20,99%

Nota. Elaboración propia.

- b.4 Estándar.** - Se lo considera una medida intermedia del indicador de potencialidad turística, que ayuda a la fórmula de cálculo para determinar un nivel bajo (0 puntos) , medio (1 punto) o alto (2 puntos).

b.5 Descripción. - En el apartado se coloca la base científica de cada indicador, esto permite validar al indicador de manera conceptual y entregar un significado del porqué del indicador.

b.6 Evidencia. - En esta parte se define el modo de recolección de la información para poder evaluar o medir el indicador, y de esta manera tener la evidencia para poder sustentar la valoración obtenida.

3.2.2.1 Identificación de indicadores de evaluación por componentes

En esta parte se realiza una tabla de identificación entre indicadores a evaluarse frente a componente. Estos indicadores se evaluarán de la misma manera con cada atractivo o elemento de cada componente, para poder determinar el nivel de cada componente según el porcentaje en la escala de Likert anteriormente citada. En el Anexo 4 se encuentra una matriz donde se identifica cada indicador con el componente en evaluación.

3.2.2.2 Evaluación por componente del sistema turístico del Cantón Cayambe

3.2.2.2.1 Componente natural

En el anexo 5 encontramos una matriz de evaluación, se evaluaron 21 indicadores de potencialidad turística frente a 5 elementos del componente. Los resultados indican que el componente natural posee un alto potencial turístico, con un 68% en la evaluación general. Adicional hay que mencionar que el atractivo con mayor puntaje fue el Volcán Cayambe (76%) seguido de las Cascadas del Tingo (71%), indicando un alto potencial que puede mejorar en indicadores como el de accesibilidad; por otro lado, se obtuvo en el elemento flora y fauna del cantón una potencialidad turística media (57%) con indicadores a mejorar en estudios de capacidad de carga o programas de buenas prácticas ambientales para la conservación de la flora y fauna del cantón.

3.2.2.2.2 Componente hechos culturales

En el anexo 6 encontramos una matriz de evaluación, se evaluaron 19 indicadores de potencialidad turística frente a 17 elementos del componente. Los resultados indican que el componente hechos culturales posee alta potencialidad turística, con un 64% en la evaluación

general. Adicional mencionar que los sitios identificados con potencial Muy Alto fueron las fincas agroecológicas de la comunidad de Cuniburo (89%) seguido de la Casa del Venado (87%), Molino San Juan Hacienda (84%) y el mirador de Otón (82%), en los que se identificó indicadores a mejorar como: señalética, movilidad y accesibilidad; por otro lado, los elementos identificados con nivel bajo fue: el Pueblo Kayambi (21%) y con muy bajo el San Juanito (5%) estos resultados son reflejo del estado de funcionalidad del patrimonio, en dicho caso por un lado el pueblo Kayambi ha perdido su identidad territorial dentro del cantón, por varios factores como la modernización o las migraciones campo – ciudad, por otro lado tenemos el ritmo San Juanito que es propio de pueblo Kayambi, pero solo se lo entona en festividades y eventos de forma pública, en busca de promoción para el cantón como un atractivo.

3.2.2.2.3 Componente gastronómico

En el anexo 7 encontramos una matriz de evaluación, donde se evaluaron 6 indicadores de potencialidad turística frente a 18 elementos del componente. Los resultados indican que el componente gastronómico posee muy alta potencialidad turística, con un 85% en la evaluación general. Adicional hay que mencionar que los elementos identificados con potencial Muy Alto con un puntaje del 100% fueron los bizcochos, habas calpo, queso de hoja y tortillas de tiesto, esto se debe también a su nivel de posicionamiento a nivel local, porque son los productos estrellas del cantón, considerados así también como un punto de interés turístico gastronómico a nivel nacional; por otro lado, otros elementos gastronómicos del componente obtuvieron un 75% de potencialidad, esto por haber obtenido puntajes altos en indicadores como etnicidad gastronómica o productos para la preparación gastronómica, pero por otro lado, para mejorar su potencialidad se debe trabajar en indicadores de promoción gastronómica e infraestructura de apoyo para el componente, donde se pueda conseguir con mayor facilidad la oferta gastronómica del cantón.

3.2.2.2.4 Componente festividades y eventos

En el anexo 8 encontramos una matriz de evaluación, donde se evaluaron 21 indicadores de potencialidad turística frente a 8 elementos del componente. Los resultados indican que el componente festividades y eventos posee alto potencial turístico, con un 76% en la evaluación general. Adicional mencionar que los elementos identificados con potencial Muy Alto con 81%

son las Fiestas de San Pedro, Fiestas de Cantonización y Fiestas del Solsticio, esto se debe al nivel de interés por parte de las autoridades comunitarias y municipales para la organización de estos eventos; por otro lado, tenemos a la festividad del Pase del Divino Niño con un potencial medio del 60%, esto por obtener bajas puntuaciones en indicadores como ambiente limpio, señalética y movilidad, que si bien es una festividad modernizada y familiar, se puede potencializarla para que se pueda considerar un atractivo estacional, por las actividades que se realiza dentro de estos Pases del Divino Niño.

3.2.2.2.5 Componente actividades recreacionales

En el anexo 9 encontramos una matriz de evaluación, donde se evaluaron 19 indicadores de potencialidad turística frente a 5 elementos del componente. Los resultados indican que el componente actividades recreacionales posee un alto potencial turístico, con un 70% en la evaluación general. Adicional mencionar que los elementos identificados con potencial alto fueron las actividades de talleres varios con 74% seguido de Andinismo, Trekking y Montañismo con un 71%; por otro lado, tenemos las actividades de igual nivel de potencialidad como es el Ciclismo (68%) y Rapel (66%), indicando de esta manera que el territorio tiene potencialidad para el tipo de actividades recreacionales de aventura, y que podrían mejorar con la implementación de señalética y movilidad, accesibilidad a los lugares especializados para el desarrollo de las actividades de aventura y la implementación de servicios de guianza especializada para estas actividades.

3.2.2.2.6 Componente vías de acceso

En el anexo 10 encontramos una matriz de evaluación, donde se evaluaron 17 indicadores de potencialidad turística frente al elemento del componente vías de acceso. Los resultados indican que el componente posee un alto potencial turístico con un 91% en la evaluación general. Podemos considerar que el puntaje obtenido es por la red vial estatal que atraviesa el cantón, adicional mencionar que las vías de conexión entre cantones de igual manera se encuentran en buen estado. Los indicadores para mejorar serian el nivel de vigilancia vial permanente y la conectividad de voz y datos en carretera.

3.2.2.2.7 Componente seguridad, salud y servicios básicos

En el anexo 11 podemos encontrar una matriz de evaluación, donde se evaluaron 14 indicadores de potencialidad turística frente a los 3 elementos del componente. Los resultados indican que el componente seguridad, salud y servicios básicos posee un bajo potencial turístico, con un 38% en la evaluación general. Hay que mencionar que el elemento con potencial medio es el de salud (46%) y niveles bajo en servicios básicos (29%) y seguridad (39%), esto por los bajos puntajes en indicadores como vigilancia permanente, seguridad, servicios de salud pública, servicios básicos y servicios higiénicos, estos indicadores se tendrá que trabajar de mejor manera para el modelo de gestión a proponerse, para poder elevar el potencial turístico del cantón, el componente es importante no solo para asegurar la seguridad y disfrute de las actividades de los turistas sino también por el bienestar de la población cayambeña.

3.2.2.2.8 Componente servicios turísticos

En el anexo 12 encontramos una matriz de evaluación, donde se evaluaron 49 indicadores de potencialidad turística frente a 6 elementos del componente servicios turísticos. Los resultados indican que el componente posee un potencial turístico de nivel medio, con un 41% en la evaluación general. Los elementos con nivel medio fueron Alimentos y bebidas (43%), Alojamiento (42%), Operación (50%) y Parques de atracción (48%), esto por haber obtenido puntajes bajos en indicadores como: calificación de visitantes al servicio turístico y alianzas estratégicas entre los actores del turismo del cantón; por otro lado, tenemos a los elementos de intermediación (32%) y transporte (33%) que tienen un nivel bajo en potencialidad turística, esto se debe a la baja oferta de servidores turísticos que se encuentran registrados dentro del cantón, y sobre todo la falta de ocupación de dichos servicios, porque estos son ofertados por servidores turísticos que tienen su locación comercial en ciudades principales aledañas como Quito, Otavalo o Ibarra.

3.2.2.2.9 Componente consumidor

En el anexo 13 encontramos una matriz de evaluación, donde se evaluaron 18 indicadores de potencialidad turística frente al elemento del componente consumidor. Los resultados indican que el nivel del potencial turista en el territorio es de nivel medio con 53%, esto se debe a que

no se encuentran datos actualizados del perfil del visitante del cantón, por otro lado, por parte de los indicadores podemos ver que en la duración de estadía del visitante es mayoritariamente de 1 día, considerando dicho aspecto como un limitante para que el visitante pueda disfrutar de mejor manera la oferta del cantón.

3.2.2.2.10 Componente promoción y comercialización

En el anexo 14 encontramos una matriz de evaluación, donde se evaluaron 19 indicadores de potencialidad turística frente a 2 elementos del componente promoción y comercialización. Los resultados indican que el componente posee un potencial turístico de nivel medio, con un 51% en la evaluación general. Los dos elementos identificados de promoción (50%) y comercialización (53%) con nivel medio obtuvieron bajos puntajes en indicadores como: atención al cliente, procedencia de los visitantes y duración de estadía, esto es por falta de investigación sobre el perfil de turista que llega al territorio, esta información es fundamental para una planificación de gestión y promoción enfocado a un nicho de mercado específico.

3.2.2.2.11 Componente instituciones administrativas

En el anexo 15 encontramos una matriz de evaluación, donde se evaluaron 28 indicadores de potencialidad turística frente al componente instituciones administrativas. Estos resultados indican que el componente posee un potencial turístico de nivel alto, con un 73% en la evaluación general. El puntaje se debe a que las instituciones ligadas al turismo como entes reguladores han incrementado su interés en la administración turística, y esto se ha visto reflejado en los altos puntajes de los indicadores como por ejemplo: entregas de licencias de funcionamiento, trabajo conjunto entre diferentes prestadores del servicio turístico y que exista un departamento dentro del GADIP del Municipio de Cayambe que sea exclusivamente para la administración del destino turístico; en otros aspectos para mejorar el puntaje de nivel obtenido se debe realizar mayor investigación turística sobre la afluencia de visitantes al cantón, para con estos datos poder obtener mejores planificaciones y determinar el impacto económico del turismo en el territorio.

3.2.2.2.12 Componente política turística

En el anexo 16 encontramos una matriz de evaluación, donde se evaluaron 16 indicadores de potencialidad turística frente al componente política turística. Estos resultados indican que el componente posee un potencial turístico de nivel Alto, con un 75% en la evaluación general. El puntaje se debe a que obtuvo altos puntajes en indicadores como políticas para cumplimiento de obtención de licencias de funcionamiento, porque dentro de la política del GADIP existe planes de desarrollo turístico, dando a notar que la actual administración tiene interés en fomentar el turismo dentro del cantón; por otro lado, para que exista una mejora en la política turística, se debe crear políticas actualizadas, esto quiere decir que va acorde a la realidad del territorio, que exista normativas de comportamiento para visitantes y que estén traducidas en dos o más idiomas, esto ayudará a fomentar una nueva cultura de turismo entre los pobladores y visitantes del cantón.

3.2.3 Evaluación cuantitativa general del sistema turístico del Cantón Cayambe

A continuación, encontramos una tabla resumen donde se encuentra la evaluación general cuantitativa obtenida.

Tabla 17

EVALUACIÓN CUANTITATIVA GENERAL DEL SISTEMA TURÍSTICO DEL CANTÓN CAYAMBE

Elemento del sistema turístico	Componente	Nivel de potencialidad turística Cualitativa
Oferta turística	Natural	68%
	Hechos culturales	64%
	Gastronómico	85%
	Festividades y eventos	76%
	Actividades recreacionales	70%
	Vías de acceso	91%
	Seguridad, salud y servicios básicos	38%
Demanda turística	Servicios turísticos	41%
	Consumidor	53%

Comercialización	Promoción y comercialización	51%
Superestructura	Instituciones administrativas	73%
	Políticas turísticas	75%
Evaluación general cuantitativa del sistema turístico del Cantón Cayambe		65%

Nota. Elaboración propia.

El sistema turístico del Cantón Cayambe en la evaluación cuantitativa obtuvo un nivel alto con un 65%. Esto puede incrementar para posicionar al cantón a una mayor escala, trabajando en los componentes con bajo y medio potencial, mejorando y potenciando los de nivel alto y manteniendo los de nivel muy alto con procesos de innovación y mejora continua. El territorio cuenta con una alta potencialidad, pero debe realizar una nueva planificación, acorde al territorio, donde incluya nuevas tendencias de turismo y adapte recursos y atractivos con los que cuenta el cantón.

El componente gastronómico por su variada oferta y etnicidad es un importante elemento de promoción para posicionar al territorio. Las vías de acceso se encuentran en buen estado para una mejor movilidad dentro del cantón, lo que si se deberá es mejorar en la vigilancia y control dentro de la vías para evitar accidentes de tránsito. Los componentes de nivel alto están en un estándar que pueden mejorar, los cuales entregan potencial a nivel nacional, con ofertas únicas a nivel local, por otra parte, las instituciones administrativas deberán refrescar los alianzas estratégicas entre los diferentes actores del turismo de Cayambe, con políticas administrativas obtenidas desde la investigación en campo y participación de la comunidad, y con esto obtener un mejor vinculación entre la población local, los visitantes y el territorio para el desarrollo de las actividades turísticas.

Componentes que se identificaron con nivel medio como son servicios turísticos, consumidor, promoción y comercialización, son de suma importancia al igual que el resto de componentes, estos tres tienen un vínculo directo con los visitantes, porque gracias a la promoción que se brinde al consumidor se puede comercializar el cantón, generando fuentes de empleo y dinamizando la economía del territorio; por tal motivo, es necesario realizar nuevas propuestas de promoción y comercialización para captar nuevos nichos de mercado que puedan consumir la oferta de Cayambe. Por último, tenemos al componente salud, seguridad y servicios básicos que obtuvo un bajo nivel de potencialidad, el componente es importante no solo para la seguridad del visitante, sino también de la población cayambeña, aspectos como

seguridad se deben mejorar constantemente, al igual que los servicios de salud, con implementación de nuevas instalaciones para cubrir la demanda que presenta el cantón.

3.3 Propuesta del Modelo de Gestión en base a la evaluación del potencial turístico del Cantón Cayambe

Para iniciar la propuesta en mención, empezaremos con la creación de la misión y visión del modelo de gestión propuesto, esto dará un norte al modelo que se propone a un plazo de cinco años; posterior se realiza la creación de una Organización de Gestión para el destino turístico, considerando que se constituye como una estructura de planificación formal, que funciona en base a sistemas de cooperación para impulsar estrategias que beneficie al desarrollo, en el presente caso, local (Cadena, 2015). La OGD estará integrada por representantes de cuatro sectores que trabajan en el territorio, como son: Estado Ecuatoriano, servidores turísticos, servidores públicos y la academia, esta última como una representatividad neutral en la OGD. En dicha organización se propondrá un organigrama de funciones estructuradas, para que esta institución pueda gestionar los planes y acciones que se propondrán para el desarrollo del modelo y la gestión turística en el Cantón Cayambe.

Consecuentemente, se estructurará la propuesta de Plan estratégico en base a la evaluación cualitativa y cuantitativa de potencial turístico, como parte del diagnóstico situacional, enfatizando en fortalecer aquellos componentes cuyo potencial resulta bajo, mejorando aquellos con resultado medio y manteniendo los estándares de los valorados con nivel alto; esto irá de la mano con procesos de innovación y mejora continua. Posterior a esto, se incorpora un análisis financiero, que permitirá poner en marcha las diferentes acciones planificadas, donde se especificará las fuentes de financiamiento para cada uno de ellos.

Finalmente se propondrá procesos de seguimiento y control, que estarían a cargo de la OGD para cada propuesta planteada, esto con el fin de cumplir las estrategias propuestas y de esta manera generar un mejor desarrollo del turismo en Cayambe.

3.3.1 Misión y visión del modelo de gestión

3.3.1.1 Misión

Orientar un trabajo coordinado entre los actores directos e indirectos de interés turístico que trabajan en el Cantón Cayambe, siguiendo una serie de estrategias coherentes a la realidad del territorio, provisionando de información a todo el sistema turístico, fortaleciendo la marca turística del cantón, facilitando las interacciones de las actividades turísticas, defendiendo los

intereses de los prestadores turísticos de forma neutral, fortaleciendo el trabajo en equipo, desarrollando de esta manera un turismo sostenible para el beneficio de la población local.

3.3.1.2 Visión

El modelo de gestión turística para el Cantón Cayambe buscará que el territorio se convierta dentro de cinco años en un cantón modelo a seguir en planificación turística sostenible, que integre a todos los actores directos e indirectos del sistema turístico, teniendo como eje central la sostenibilidad y el beneficio a la población cayambeña.

3.3.2 Organización de Gestión de Destinos local

Es aquella entidad responsable de la gestión turística en un área geográfica reducida, en este caso, será la encargada de gestionar los intereses turísticos de Cayambe. Existen componentes básicos para que esta organización pueda establecerse correctamente y, tras la realización del diagnóstico previo realizado, se pudo determinar que es posible apreciar que el cantón necesita una OGD para incrementar el potencial turístico que actualmente posee y regularlo; considerando los altibajos de la evaluación que pueden ser fortalecidos y mejorados con futuras iniciativas.

3.3.2.1 Funciones de la Organización Gestora del Destino

En palabras de Wang (2011), hay funciones que una OGD debería desempeñar en su accionar; mismas que se modifican en función de las necesidades territoriales, como es el caso del Cantón Cayambe que a continuación, se define las funciones generales que tendrá dicha OGD:

- **Provisión de información:** Conocer el mercado potencial del destino, su visitante; obteniendo datos relevantes para planificarlo acertadamente. Esta información se transmite a los prestadores de servicios turísticos para la toma de decisiones y se contempla también aquella proporcionada a los turistas, respecto el sitio.
- **Fortalecer la marca turística del destino:** Unificando el marketing en esta sola entidad con el apoyo de los actores locales, transmitiendo el mensaje que quiere proyectarse a la demanda identificada para generar el posicionamiento deseado; pudiendo lograrse a través de la organización de campañas de marketing que puedan atraer a nuevos visitantes.

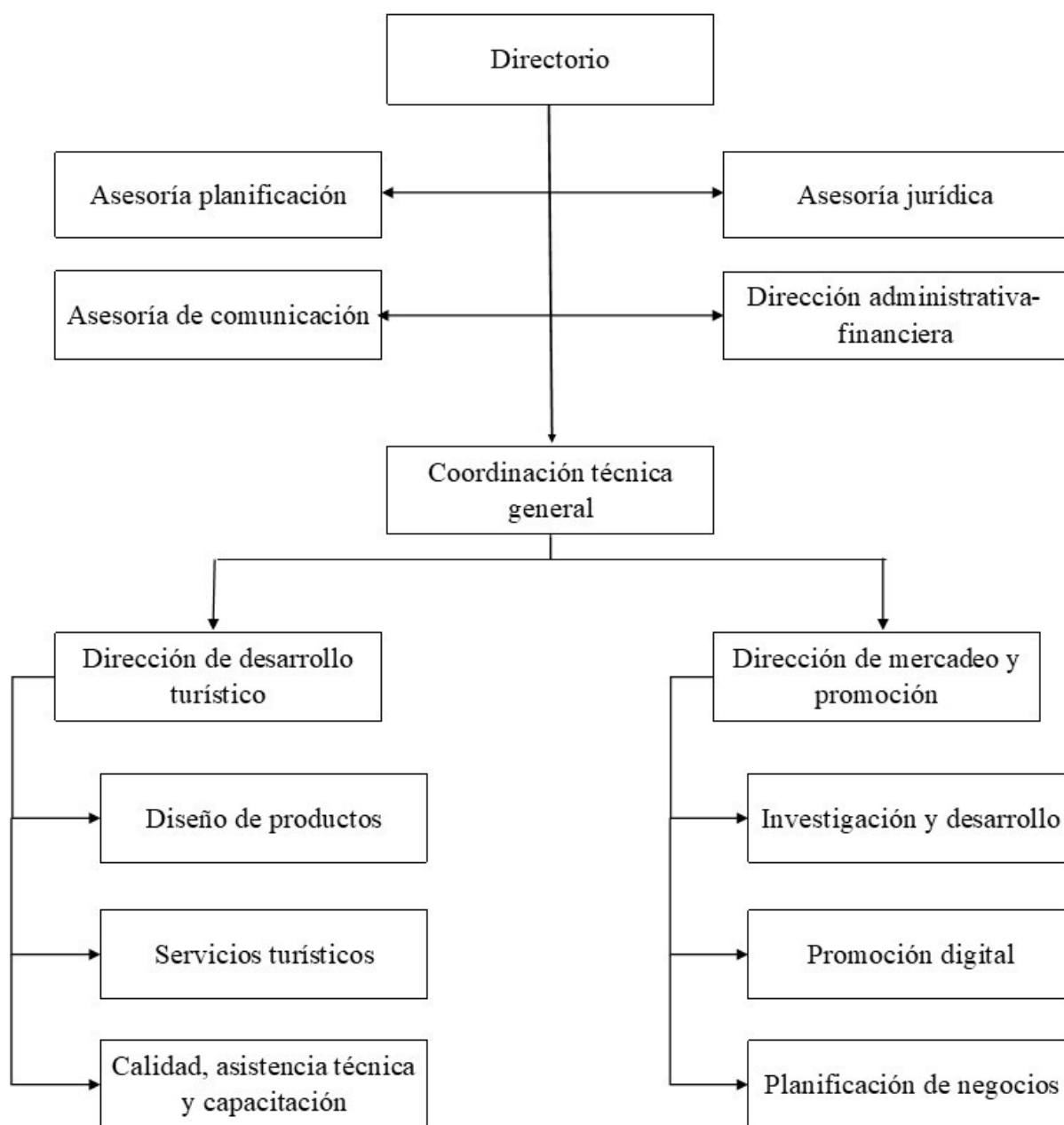
- **Convocar, facilitar e intermediar en las actividades turísticas locales:** Dando la iniciativa para debates y socialización de temas propios de la localidad, adquiriendo opiniones diversas que permitan solventar inquietudes en el mismo momento. Adicionalmente, facilita la generación de alianzas en varios niveles entorno al marketing del sitio, lo que lo convierte en intermediario entre los actores, facilitando la comunicación entre ellos.
- **Armonizar y fortalecer el trabajo en equipo:** Creando relaciones de confianza con los diferentes actores, sin mirar individualidades, entendiendo sus diferentes posturas y opiniones. Asimismo, estimulando discusiones que permitan crear nuevas estrategias participativas para mejorar, fortalecer o mejorar situaciones en los diferentes ámbitos que puedan presentarse.

3.3.2.2 Estructura orgánica de la Organización Gestora del Destino

Para definir el organigrama funcional de la OGD en propuesta, se tomó como referencia varias de las etapas por las que Quito Turismo ha ido atravesando hasta conseguir un modelo alineado a la sostenibilidad, siendo replicado en localidades de menores dimensiones, pero con igual aspiración (Quito Turismo, 2013).

Figura 26

ORGANIGRAMA DE FUNCIONAMIENTO DE LA OGD CAYAMBE



Nota. Elaboración propia en base a *Memoria de sostenibilidad*, por Quito Turismo, 2013.

El organigrama cuenta con tres niveles para su funcionamiento, donde se inmiscuyen unidades, cuya sinergia permitirá el correcto funcionamiento en cada uno de ellos. Como se detalla a continuación, la respectiva descripción en cada componente.

Tabla 18**DESCRIPCIÓN FUNCIONAL DE UNIDADES EN EL ORGANIGRAMA PROPUESTO (NIVEL DIRECTIVO)**

Nivel directivo		
Cargo	Función	Personal a ocupar el cargo
Directorio	Orientar de manera general la gestión del modelo de gestión, de conformidad con sus atribuciones establecidas en la ley y las demás normas jurídicas aplicables.	Seleccionado por votación en asamblea, donde se encuentren los diferentes actores del turismo del territorio, el directorio deberá estar establecido por una comisión de tres personas donde la máxima dignidad de preferencia sea de representatividad de parte de la academia, por su imparcialidad en la toma de decisiones.
Coordinación técnica general	Coordinar de manera armónica y eficiente los procesos de desarrollo y mercadeo que permitan posicionar y desarrollar a Cayambe como un destino turístico a nivel nacional e internacional. Gestionar la ejecución de proyectos turísticos emblemáticos de ciudad, alianzas estratégicas; público, privadas y comunitarias; con orientación al plan estratégico de turismo de la ciudad.	Seleccionado por votación en asamblea, donde se encuentren los diferentes actores del turismo del territorio, el directorio deberá estar establecido por una comisión de 3 personas donde la máxima dignidad de preferencia sea de representatividad de parte de la academia, por su imparcialidad en la toma de decisiones.

Nota. Elaboración propia en base a *Memoria de sostenibilidad*, por Quito Turismo, 2013.

Tabla 19*DESCRIPCIÓN FUNCIONAL DE UNIDADES EN EL ORGANIGRAMA PROPUESTO (NIVEL ASESOR)*

Nivel asesor		
Cargo	Función	Personal a ocupar el cargo
Asesoría de planificación	Realizar el seguimiento y evaluación de la gestión y desarrollo a mediano y largo plazo de las acciones del modelo de gestión, de acuerdo con su visión.	Seleccionado por votación en asamblea, donde se encuentren los diferentes actores del turismo del territorio, de preferencia de representatividad de parte del GADIP de Cayambe, del departamento de Turismo principalmente, como principal encargado de la planificación territorial.
Asesoría de comunicación	Definir y recomendar estrategias de comunicación y relaciones públicas, que permitan posicionar la gestión institucional; socializar su ejecución mediante productos digitales, impresos; así como difundir y promocionar la imagen a nivel local, nacional e internacional.	Seleccionado por votación en asamblea, donde se encuentren los diferentes actores del turismo del territorio, de preferencia de representatividad de parte del GADIP de Cayambe, por un representante del departamento de comunicación.
Asesoría jurídica	Ejercer el patrocinio legal y brindar el apoyo legal y normativo a todas las áreas de la Empresa, creando valor y pertinencia a las actividades conducentes al cumplimiento de los objetivos institucionales.	Seleccionado por votación en asamblea, donde se encuentren los diferentes actores del turismo del territorio, de preferencia de representatividad de parte del departamento jurídico del Ministerio de Turismo.
Dirección administrativa financiera	Brindar el apoyo administrativo económico a los diferentes programas del modelo de gestión	Seleccionado por votación en asamblea, donde se encuentren los diferentes actores del turismo del territorio, de

a fin de que puedan cumplir sus objetivos a cabalidad. preferencia de representatividad de parte de los prestadores de servicio turístico, como veedores de la administración turística en pro de mejorar el sistema turístico del cantón.

Nota. Elaboración propia en base a *Memoria de sostenibilidad*, por Quito Turismo, 2013.

Tabla 20

DESCRIPCIÓN FUNCIONAL DE UNIDADES EN EL ORGANIGRAMA PROPUESTO (NIVEL TÉCNICO)

Nivel operativo - técnico		
Cargo	Función	Personal a ocupar el cargo
Dirección de desarrollo turístico	Gestionar el desarrollo de productos/servicios turísticos de manera sostenible para garantizar la experiencia positiva del visitante en el destino	Seleccionado por votación en asamblea, donde se encuentren los diferentes actores del turismo del territorio, de preferencia de representatividad de parte del GADIP de Cayambe, del departamento de Turismo principalmente, como principal encargado de la planificación territorial.
Dirección de mercadeo y promoción	Gestionar el posicionamiento y la promoción del destino a nivel local, nacional e internacional; Impulsar la comercialización de la oferta turística, de productos y servicios.	Seleccionado por votación en asamblea, donde se encuentren los diferentes actores del turismo del territorio, de preferencia de representatividad de parte del departamento de mercadeo del Ministerio de Turismo o un representante del GADIP de Cayambe del Departamento de Turismo.

Nota. Elaboración propia en base a *Memoria de sostenibilidad*, por Quito Turismo, 2013.

3.3.2.3 Integrantes de la Organización Gestora del Destino.

La OGD estará integrada por representantes de cuatro sectores importantes que intervienen en el sistema turístico directamente en el territorio, como son:

- **ESTADO:** El sector tiene representatividad en el destino con el Ministerio de Turismo, Ministerio del Ambiente y Agua, Ministerio de Transporte y Obras Públicas, Instituto Nacional de Patrimonio. Por su representatividad, la OGD tendrá que contar con un representante que tenga voz y voto en las decisiones tanto dentro de la OGD como a la institución a la que representa.
- **GADIP del Municipio de Cayambe:** El sector tiene representatividad en el destino con sus diferentes departamentos internos como son: Dirección de Turismo, Desarrollo de Interculturalidad, Dirección de Planificación Urbana y Rural, Dirección Integral del Desarrollo y la Dirección de Comunicación Intercultural. Por su representatividad, la OGD deberá contar con un representante del sector que tenga poder de decisión tanto en la OGD y en la Dirección a la que representa.
- **SERVIDORES TURÍSTICOS:** El sector tiene representatividad en el destino con establecimientos de alimentos y bebidas, alojamiento, transporte, guías, operadoras de turismo, establecimientos de intermediación turística y la asociación de turismo del territorio.
- **ACADEMIA:** El sector tiene representatividad dentro de la OGD por su imparcialidad y por ser capaz de manejar y organizar estrategias desde la academia de forma neutral, siendo un eje principal para velar sobre la propuesta del modelo de gestión turística a proponerse.

Cabe recalcar que el modelo de gestión no va a presentar una estrategia completamente orientada al turismo, sino tendrá una orientación de desarrollo local con miras a obtener un desarrollo turístico sostenible. Esto logrado con la intervención de estos 4 sectores que intervienen en el territorio.

3.3.3 Estrategias del plan estratégico para el modelo de gestión

A raíz de la evaluación cualitativa y cuantitativa del sistema turístico del Cantón Cayambe se presenta a continuación las propuestas para el plan estratégico para el desarrollo del modelo de gestión turístico del territorio.

Tabla 21

ESTRATEGIAS DEL PLAN ESTRATÉGICO DEL MODELO DE GESTIÓN

Elemento del sistema turístico	Componente	Nivel de potencialidad turística		Estrategias	Presupuesto	
		Cuantitativa	Cualitativa		Valor \$	Fondo
Oferta turística	Natural	Medio	68%	Mejorar la accesibilidad a los atractivos turísticos con mayor potencial	\$328.00	Público
				Realizar estudios de capacidad de carga turística real para los atractivos naturales	\$64.10	Público
				Incorporar y socializar buenas prácticas ambientales en cada sitio	\$1'020.00	Público
				Implementar la realización de Estudios de Impactos Ambientales en zonas de presión turística	\$3'500.00	Público
	Hechos culturales	Alto	64%	Implementar señalética turística e informativa para mejorar la experiencia en el sitio	\$555.00	Público
				Realizar estudios transversales para identificar problemáticas sociales y culturales	\$2'500.00	Público
				Valorar rasgos culturales propios, incluyendo su difusión, conservación y uso turístico	\$1'650.00	Público
	Gastronómico	Alto	85%	Promover la promoción gastronómica local	\$22'030.00	Público
	Festividades y eventos	Alto	76%	Promover el uso responsable de espacios públicos, conservando ambientes limpios en las festividades	\$11'420	Público
				Establecer recorridos señalizados para mejorar la movilidad (peatonal y vehicular) durante las festividades	\$1'550.00	Público
Actividades recreacionales	Bajo	70%	Incluir servicios de guianza especializada a disposición en actividades que lo requieran	\$300	Público	

	Vías de acceso	Alto	91%	Mejorar la frecuencia en los niveles de vigilancia vial	\$3'960.00	Público
				Conseguir mejoras para el servicio de conectividad a través de operadoras de telefonía celular	\$1'170.00	Público - Privado
	Seguridad, salud y servicios básicos	Medio	38%	Mejorar la frecuencia en los niveles de vigilancia en los diferentes sitios	\$6'170.00	Público
				Incorporar Unidades de Vigilancia Comunitaria en puntos estratégicos	\$6'170.00	Público
				Fortalecer los servicios correspondientes a la red de salud pública	\$166'690.00	Público
				Implementar baterías sanitarias en óptimo estado como parte de las facilidades turísticas mínimas	\$5'755.00	Público
	Servicios turísticos	Medio	41%	Capacitar y evaluar continuamente a los servidores turísticos en calidad y atención al cliente	\$2'853.00	Público – Privado
				Incentivar el aprendizaje del idioma Inglés para eliminar barreras de servicio	\$761,60	Privado
				Motivar la operación turística con base en la localidad para suprimir el alto porcentaje de intermediación	\$1'600.00	Público - Privado
				Fortalecer alianzas estratégicas para la operación de paquetes turísticos	\$5'640.00	Privado
Demanda turística	Consumidor	Bajo	53%	Realizar la definición del perfil de visitante que tiene el destino	\$529.00	Público
				Mejorar las bases del servicio, diversificar la oferta para motivar estancias más largas	\$916.00	Público - Privado
Comercialización	Promoción y comercialización	Medio	51%	Implementar sistemas de recolección de datos estadísticos	\$475.00	Público - Privado
				Promover campañas de sensibilización para controlar el comportamiento de los visitantes	\$385.00	Público
Superestructura	Instituciones administrativas	Medio	73%	Mantener las buenas relaciones y alianzas estratégicas entre los entes que participan del turismo	\$1'767.00	Público

				Implementar una Organización de Gestión de Destino local	\$4'510.00	Público - Privado
	Políticas turísticas	Bajo	75%	Analizar las ordenanzas vigentes en función de la realidad del lugar	\$1'767.00	Público
TOTAL					\$180'693.90	

Nota. Elaboración propia.

3.3.4 Descripción de la propuesta

3.3.4.1 Oferta

1. Mejorar la accesibilidad a los atractivos turísticos con mayor potencial

El cantón cuenta con atractivos de gran interés turístico, pero su acceso cuenta con carreteras en mal estado o falta de señalética. La gestión para solventar el inconveniente será con la Dirección de obras públicas, Dirección de turismo y la Dirección de transporte terrestre, tránsito y seguridad vial.

El propósito será la mejora de las vías que conectan a los atractivos del cantón, mejorar la señalética para que los atractivos sean ubicados de una manera más rápida y segura. La colaboración de los prestadores de servicios turísticos que administran el atractivo será crucial para el cuidado y posible implementación de señalética en el lugar.

Tabla 22

FINANCIAMIENTO PARA OFERTA: ESTRATEGIA 1

Solicitud	Cantidad	Precio unidad	Valor total \$
1	5 Kits de señalética	\$20.00	\$100.00
	15 papelotes	\$0.20	\$3.00
	Retribución por trámite	\$100.00	\$100.00
	Transporte	\$75.00	\$75.00
	Alimentación	\$50.00	\$50.00
Total			\$328.00

Nota. Elaboración propia

2. Realizar estudios de capacidad de carga turística real para los atractivos naturales

Crear un programa de estudios de capacidad de carga real dentro de los atractivos naturales del cantón, para poder conocer el número de visitantes permitido en dichos sitios y poder preservarlos; de esta manera será posible controlar los accesos y sitios de visita de manera sostenible, con medidas de bioseguridad, promoviendo la conservación de los espacios naturales. La institución encargada de realizar estos estudios será el Ministerio del Ambiente y Agua.

Tabla 23

FINANCIAMIENTO PARA OFERTA: ESTRATEGIA 2

Solicitud	Cantidad	Precio unidad	Valor total \$
1	50 afiches/cronograma	\$0.10	\$5.00
	10 gafetes de identificación	\$0.75	\$7.50
	2 gigantografías	\$3.00	\$6.00
	76 horas/ computadora	\$0.60	\$45.60
Total			\$64.10

Nota. Elaboración propia

3. Incorporar y socializar buenas prácticas ambientales en cada sitio

Realizar campañas de sensibilización ambiental para la implementación de buenas prácticas en el manejo de recursos naturales que se encuentran en los atractivos identificados, dirigido a la población local involucrada. La institución encargada en realizar esta propuesta es el GADIP del Municipio de Cayambe.

Tabla 24*FINANCIAMIENTO PARA OFERTA: ESTRATEGIA 3*

Solicitud	Cantidad	Precio unidad	Valor total \$
1	200 afiches	\$0.35	\$70.00
	Gestor de redes sociales/ día	\$300.00	\$300.00
	Talleristas	\$450.00	\$450.00
	10 gigantografías	\$20.00	\$200.00
Total			\$1020.00

Nota. Elaboración propia

4. Implementar la realización de Estudios de Impactos Ambientales en zonas de presión turística

Realizar estudios de impacto ambiental en los diferentes atractivos naturales y culturales, identificando correctamente sus afectaciones y zonas de presión; de la mano con el GAD del Cantón Cayambe como parte de un grupo de trabajo multidisciplinario que involucre a la comunidad aledaña; de donde se pretende obtener una perspectiva más cercana a la realidad que cada sitio atraviesa.

Tabla 25*FINANCIAMIENTO PARA OFERTA: ESTRATEGIA 4*

Solicitud	Cantidad	Precio unidad	Valor total \$
1	Consultor externo	\$3,500	\$3,500
Total			\$3,500

Nota. Elaboración propia

5. Implementar señalética turística e informativa para mejorar la experiencia en el sitio

La señalética turística e informativa debe implementarse en base a un estudio preliminar que haya permitido identificar los puntos de importancia en accesos, salidas, senderos y demás servicios que el sitio turístico posea. Esta tendrá que ser clara, inclusiva, concisa y ambientalmente amigable; para que los turistas puedan orientarse durante su visita y así lograr una experiencia más enriquecedora. Las instituciones encargadas en realizar esta acción serán el Ministerio de Turismo y el GADIP del Municipio de Cayambe.

Tabla 26

FINANCIAMIENTO PARA OFERTA: ESTRATEGIA 5

Solicitud	Cantidad	Precio unidad	Valor total \$
1	5 Kit de señalética	\$30.00	\$150.00
	1 gigantografía	\$35.00	\$35.00
	100 impresiones a color	\$0.10	\$10.00
	4 letreros de guía	\$60.00	\$240.00
	1 diseñador gráfico	\$120.00	\$120.00
Total			\$555.00

Nota. Elaboración propia

6. Realizar estudios transversales para identificar problemáticas sociales y culturales

Se realizarán estudios transversales a las poblaciones aledañas respecto los diferentes atractivos turísticos. Las muestras tomadas serán del período predeterminado para poder identificar los problemas sociales y culturales de estas poblaciones, permitiendo hallar diferentes alternativas con tinte colaborativo para mejorar la calidad y estilo de vida local. La institución encargada de esta estrategia será el GADIP del Municipio de Cayambe en coordinación con los actores de interés turístico del cantón.

Tabla 27*FINANCIAMIENTO PARA OFERTA: ESTRATEGIA 6*

Solicitud	Cantidad	Precio unidad	Valor total \$
1	Consultor externo	\$2,500	\$2,500
Total			\$2,500

Nota. Elaboración propia

7. Valorar rasgos culturales propios, incluyendo su difusión, conservación y uso turístico.

Durante la visita de los turistas a los diferentes atractivos naturales y culturales será importante promover la cultura, costumbres y gastronomía local. Asimismo, fomentar el respeto a sus costumbres, donde los pobladores compartirán con los visitantes parte de su cosmovisión, haciéndolos partícipes de esta y permitiendo su perpetuidad. La institución encargada de esta estrategia será el GADIP del Municipio de Cayambe en coordinación con la población local.

Tabla 28*FINANCIAMIENTO PARA OFERTA: ESTRATEGIA 7*

Solicitud	Cantidad	Precio unidad	Valor total \$
1	2 Gestores culturales	\$800.00	\$1600.00
	50 afiches	\$1.00	\$50.00
Total			\$1650.00

Nota. Elaboración propia

8. Promover la promoción gastronómica local

La gastronomía local tendrá especial protagonismo, siendo este aspecto de importancia para promoción y desarrollo en el cantón Cayambe. Estas acciones permitirán conservar sus rasgos más representativos a través del tiempo, en conjunto con los principales actores del sector

(restaurantes y expendedores de comida), quienes recibirán capacitación e instrucción apropiada en la experiencia al turista, apertura para presentación de platos típicos en ferias gastronómicas, entre otras. Las instituciones encargadas de esta estrategia serán el GADIP del Municipio de Cayambe, el directorio de la OGD y el Ministerio de Turismo.

Tabla 29

FINANCIAMIENTO PARA OFERTA: ESTRATEGIA 8

Solicitud	Cantidad	Precio unidad	Valor total \$
1	2 gigantografías	\$45.00	\$90.00
	40 afiches	\$1.00	\$40.00
	1 gestor de redes sociales	\$400.00	\$400.00
	10 evento gastronómico	\$2'000.00	\$20'000.00
	Capacitadores de servicio al cliente	\$1'500.00	\$1'500.00
Total			\$22'030.00

Nota. Elaboración propia

9. Promover el uso responsable de espacios públicos, conservando ambientes limpios en las festividades.

Durante las festividades a celebrarse anualmente, será importante concientizar a la población local y visitantes, además de promover el cuidado de espacios públicos y normas de buen comportamiento durante los eventos realizados. La institución encargada de esta estrategia será el GADIP del Municipio de Cayambe.

Tabla 30*FINANCIAMIENTO PARA OFERTA: ESTRATEGIA 9*

Solicitud	Cantidad	Precio unidad	Valor total \$
1	20 Kits de señalética	\$20.00	\$400.00
	12 tachos de basura móviles	\$85.00	\$1'020.00
	20 letreros de información	\$25.00	\$5'000.00
	Personal encargado de limpieza	\$5'000.00	\$5'000.00
Total			\$11'420.00

Nota. Elaboración propia

10. Establecer recorridos señalizados para mejorar la movilidad (peatonal y vehicular) durante las festividades.

Con personas convocadas voluntariamente, a través de programas conjuntos con instituciones educativas; de la mano con la Policía Nacional, será importante desarrollar rutas señalizadas que permitan la ordenada circulación peatonal y vehicular en las festividades que se hayan programado, fomentando el buen comportamiento de los anfitriones y visitantes.

Tabla 31*FINANCIAMIENTO PARA OFERTA: ESTRATEGIA 10*

Solicitud	Cantidad	Precio unidad	Valor total \$
1	20 Kits de señalética	\$25.00	\$500.00
	30 letreros de guía	\$35.00	\$1'050.00
Total			\$1'550.00

Nota. Elaboración propia

11. Incluir servicios de guianza especializada a disposición en actividades que lo requieran.

Durante la visita a diferentes lugares, atractivos o actividades, será importante disponer del servicio de guianza especializada; permitiendo brindar una mejor experiencia al turista, con la certeza de la seguridad que respaldan los servicios adquiridos, enriqueciendo su conocimiento del sitio.

Inicialmente, será fomentar la iniciativa para lograr incrementar el número de guías locales de calidad; evitando la informalidad y servicios prestados empíricamente.

Tabla 32

FINANCIAMIENTO PARA OFERTA: ESTRATEGIA 11

Solicitud	Cantidad	Precio unidad	Valor total \$
1	Transporte/día	\$200.00	\$200.00
	Alimentación/día	\$20.00	\$20.00
	Guía/día	\$80.00	\$80.00
Total			\$300.00

Nota. Elaboración propia

12. Mejorar la frecuencia en los niveles de vigilancia vial

Para el cometido se requiere el apoyo de la Agencia Nacional de Tránsito, Policía Nacional y la comunidad local. Se prevé realizar un plan colaborativo conjunto para mejorar la vigilancia vial y comunitaria del cantón, permitiendo prevenir accidentes y otros fortuitos que pudieran perjudicar a la actividad turística.

Tabla 33*FINANCIAMIENTO PARA OFERTA: ESTRATEGIA 12*

Solicitud	Cantidad	Precio unidad	Valor total \$
1	20 Kits de cámaras de seguridad	\$198.00	\$3960.00
Total			\$3960.00

Nota. Elaboración propia.

13. Conseguir mejoras para el servicio de conectividad a través de operadoras de telefonía celular.

Juntamente con el GAD de Cayambe, se plantea solicitar a las diferentes operadoras de telefonía celular, la instalación de una o dos antenas de señal en el cantón; permitiendo que la conectividad mejore en toda el área. Para la implementación de estas antenas será necesario realizar un estudio de impactos ambientales, procurando sean los mínimos en su mayoría mitigables, evitando causar afectaciones serias.

Tabla 34*FINANCIAMIENTO PARA OFERTA: ESTRATEGIA 13*

Solicitud	Cantidad	Precio unidad	Valor total \$
3	Empresas de telecomunicaciones	X	000.00
	Internet/mes	\$50.00	\$50.00
	Transporte	\$160.00	\$160.00
	Computadora	\$610.00	\$610.00
	Impresora	\$350.00	\$350.00
Total			\$1'170.00

Nota. Elaboración propia

14. Mejorar la frecuencia en los niveles de vigilancia en los diferentes sitios turísticos del cantón

Con el apoyo del GAD, se plantea la creación de una brigada de seguridad turística para la protección y cuidado de sus atractivos y visitantes. Será necesario planificar cursos y charlas a los participantes y aspirantes que conformarán la presente brigada; paralelamente, será importante incrementar rondas de vigilancia en los diferentes sitios turísticos para precautelar la seguridad de forma general.

Tabla 35

FINANCIAMIENTO PARA OFERTA: ESTRATEGIA 14

Solicitud	Cantidad	Precio unidad	Valor total \$
Empresa de seguridad			
1	20 kits de cámaras de seguridad	\$198.00	\$3'960.00
	Guardia de seguridad/mes	\$410.00	\$410.00
	30 Alarmas comunitarias/mes	\$1'800.00	\$1'800.00
Total			\$6'170.00

Nota. Elaboración propia

15. Incorporar Unidades de Vigilancia Comunitaria en puntos estratégicos

Un aspecto importante será la rotación de las brigadas de seguridad creadas, donde trabajarán con la comunidad para fortalecer su finalidad y propósitos; buscando puntos estratégicos que permitan un control general de los principales atractivos turísticos.

Tabla 36*FINANCIAMIENTO PARA OFERTA: ESTRATEGIA 15*

Solicitud	Cantidad	Precio unidad	Valor total \$
1	Empresa de seguridad		
	20 Kits de cámaras	\$198.00	\$3960.00
	Guardia de seguridad/mes	\$410.00	\$410.00
	30 Alarmas comunitarias/mes	\$60.00	\$1'800.00
Total			\$6'170.00

Nota. Elaboración propia

16. Fortalecer los servicios correspondientes a la red de salud pública

La mejora de la salud pública podrá realizarse a través de planes de acción rápida realizado conjuntamente entre el GAD de Cayambe y el Ministerio de Salud Pública del Ecuador; el permitirá considerar acciones de prevención y acción frente eventualidades en el destino, entre otras la actual pandemia que atraviesa el mundo (COVID-19). Mientras menos tiempo de respuesta exista, mejores resultados se podrán obtener; de la misma manera, será esencial difundir la información con la población local para que puedan estar preparados ante las eventualidades.

Tabla 37*FINANCIAMIENTO PARA OFERTA: ESTRATEGIA 16*

Solicitud	Cantidad	Precio unidad	Valor total \$
1	Equipamiento Ministerio de salud	\$10'000.00	\$10'000.00
	Unidad móvil de salud	\$150'000.00	\$150'000.00
	30 Botiquines primeros auxilios	\$23.00	\$690.00
	2 Especialista en salud pública/mes	\$3'000.00	\$6'000.00

Total	\$166'690.00
-------	--------------

Nota. Elaboración propia

17. Implementar baterías sanitarias en óptimo estado como parte de las facilidades turísticas mínimas

Se considera vital, la implementación de baterías sanitarias en los atractivos turísticos que lo requieran (considerando afluencia de visitantes e importancia en su evaluación de potencial turístico); de la misma manera, aquellas que se encuentren deterioradas se intervendrán para conservarlas en un óptimo estado. Será importante que el personal a cargo procure seguir las instrucciones adecuadas que permitan el correcto cuidado, limpieza y manejo de estos; al igual que los visitantes, siendo responsables con su uso.

Tabla 38

FINANCIAMIENTO PARA OFERTA: ESTRATEGIA 17

Solicitud	Cantidad	Precio unidad	Valor total \$
1	4 Inodoros	\$55.00	\$220.00
	2 Lavamanos	\$115.00	\$230.00
	1.000 Ladrillos de barro	\$1.00	\$1'000
	Materiales de construcción	\$2'500.00	\$2'500.00
	Techo de policarbonato	\$105.00	\$105.00
	Arquitecto	\$1'200.00	\$1'200.00
	Mano de obra	\$500.00	\$500.00
Total			\$5'755.00

Nota. Elaboración propia

18. Capacitar y evaluar continuamente a los servidores turísticos en calidad y atención al cliente.

Siendo importante mejorar las técnicas para prestar servicios de calidad a los turistas, se prevé crear planes de capacitación periódica (trimestral) para los servidores turísticos, juntamente con el GAD y el Ministerio de Turismo. Se implementarán mecanismos para que estos servidores también puedan evaluarse, siendo posible identificar nuevos aspectos de mejora continua.

Tabla 39

FINANCIAMIENTO PARA OFERTA: ESTRATEGIA 18

Solicitud	Cantidad	Precio unidad	Valor total \$
1	20 papelotes	\$0.20	\$4.00
	200 impresiones	\$0.02	\$4.00
	15 certificados	\$2.00	\$30.00
	1 proyector	\$300.00	\$300.00
	1 caja de marcadores permanentes	\$5.00	\$5.00
	1 computadora	\$610.00	\$610.00
	2 capacitadores	\$950.00	\$1'900.00
Total			\$2'853.00

Nota. Elaboración propia

19. Incentivar el aprendizaje del idioma inglés para eliminar barreras de servicio

El desconocimiento del idioma inglés se ha convertido en una barrera muy acentuada que debe desvanecerse como complemento a las capacitaciones de calidad y atención al cliente; con el propósito de mejorar la rapidez del servicio y la experiencia de los visitantes. Esto lo realizarán los prestadores de servicio turístico del territorio local.

Tabla 40*FINANCIAMIENTO PARA OFERTA: ESTRATEGIA 19*

Solicitud	Cantidad	Precio unidad	Valor total \$
1	8 papelotes	\$0.20	\$1.60
	100 afiches	\$0.10	\$10.00
	1 capacitador	\$750.00	\$750.00
Total			\$761.60

Nota. Elaboración propia

20. Motivar la operación turística con base en la localidad para suprimir el alto porcentaje de intermediación

Realizar encuentros entre los prestadores de servicios turísticos del cantón puede resultar benéfico para crear o fortalecer alianzas estratégicas, motivando una operación turística directa cuya oferta sea propia y tenga opción a ser comercializada fuera del territorio a través de más socios importantes.

Adicionalmente, se organizarán ferias de promoción turística que permitan crear vínculo comerciales entre los prestadores turísticos locales, operadores de turismo y turistas interesados en visitar Cayambe.

Tabla 41*FINANCIAMIENTO PARA OFERTA: ESTRATEGIA 20*

Solicitud	Cantidad	Precio unidad	Valor total \$
1	10 carpas	\$100.00	\$1'000.00
	10 gigantografías	\$25.00	\$250.00

200 afiches	\$0.25	\$50.00
6 Guías de feria/día	\$50.00	\$300.00
Total		\$'1600.00

Nota. Elaboración propia

21. Fortalecer alianzas estratégicas para la operación de paquetes turísticos

Realizar convenios entre los prestadores de servicios turísticos para lograr una mejor operación de los paquetes ofertados en el cantón, con fam trips y ruedas de negocios; el objetivo es reducir la tercerización de servicios e incentivar un incremento en la estadía de cada pasajero; creando una comercialización competitiva dentro del mercado a mayor escala.

Tabla 42

FINANCIAMIENTO PARA OFERTA: ESTRATEGIA 21

Solicitud	Cantidad	Precio unidad	Valor total \$
1	Hoteles/ 3 noches/ 20 pax	\$50.00	\$3'000.00
1	Restaurantes/ 3 comidas por 3 días/ 20 pax	\$7.00	\$420.00
1	Transporte/ 3 días	\$140.00	\$420.00
1	Recreación/3 días/ 20 pax	\$30.00	\$1'800.00
Total			\$5'640.00

Nota. Elaboración propia

3.3.4.2 Demanda

1. Realizar la definición del perfil de visitante que tiene el destino

Será importante iniciar una investigación de campo sobre el tipo de visitante que llega al cantón, para conseguir datos específicos como: aspectos socio - demográficos, motivaciones y

organización de viaje; mismos que permitirán definir de mejor manera el perfil del visitante, datos imprescindibles para una mejor planificación turística. La institución encargada de esta estrategia será el GADIP del Municipio de Cayambe.

Tabla 43

FINANCIAMIENTO PARA DEMANDA: ESTRATEGIA 1

Solicitud	Cantidad	Precio unidad	Valor total \$
1	20 Personas encuestadoras/ día	\$25.00	\$500.00
	1000 Impresiones	\$0.02	\$20.00
	2 Cajas de esferos gráficos	\$4.50	\$9.00
Total			\$529.00

Nota. Elaboración propia

2. Mejorar las bases del servicio, diversificar la oferta para incrementar los días de la estancia

Incluir capacitaciones para los servidores turísticos del cantón en temas relacionados a las nuevas tendencias de oferta turística que busca el visitante, el cumplimiento de sus expectativas y una mejor detección de sus necesidades principales. La innovación será eje transversal del proceso para mejorar considerables aspectos de la oferta y calidad, promoviendo una mayor inversión del gasto turístico por visitante con estancias prolongadas, mejorando la dinámica económica dentro del territorio. La institución encargada de esta estrategia será el GADIP del Municipio de Cayambe con apoyo de los servidores turístico del cantón.

Tabla 44*FINANCIAMIENTO PARA DEMANDA: ESTRATEGIA 2*

Solicitud	Cantidad	Precio unidad	Valor total \$
1	20 Impresiones	\$0.02	\$0.40
	1 caja de marcadores	\$5.00	\$5.00
	5 papelotes	\$0.20	\$1.00
	proyector	\$300.00	\$300.00
	Computadora	\$610.00	\$610.00
Total			\$916.00

Nota. Elaboración propia

3.3.4.3 Promoción y Comercialización**1. Implementar sistemas de recolección de datos estadísticos**

Diseñar un sistema de retroalimentación de datos entre todos los prestadores de servicio turístico que involucre todo el proceso de la actividad turística desarrollada en el cantón.

La OGD será la encargada de recolectar toda la información que permita estructurar un informe estadístico que será base en la toma de decisiones para la planificación del destino Cayambe; pudiendo contribuir en el diseño de campañas promocionales con un mejor enfoque hacia el potencial visitante. Las instituciones involucradas financiarán esta estrategia con apoyo económico de las instituciones públicas, sector privado y la academia, este último aportará no con apoyo económico, pero sí con el contingente humano.

Tabla 45*FINANCIAMIENTO PARA PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN: ESTRATEGIA 1*

Solicitud	Cantidad	Precio unidad	Valor total \$
1	18 personas encuestadoras/ día	\$25.00	\$450.00

200 impresiones	\$0.08	\$16.00
2 cajas de esferos gráficos	\$4.50	\$9.00
Total		\$475.00

Nota. Elaboración propia.

2. Promover campañas de sensibilización para controlar el comportamiento de los visitantes

Ejecutar campañas de sensibilización para promover un adecuado comportamiento de los visitantes en espacios públicos y turísticos del cantón; para incentivar el cuidado y conservación del patrimonio, con sitios en óptimas condiciones de recibir visitantes y habitantes. Las instituciones encargadas de esta estrategia serán el GADIP del Municipio de Cayambe y el Ministerio de Turismo.

Tabla 46

FINANCIAMIENTO PARA PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN: ESTRATEGIA 2

Solicitud	Cantidad	Precio unidad	Valor total \$
1	200 afiches	\$0.45	\$90.00
	Gestor de redes sociales/ día	\$450.00	\$45.00
	10 gigantografías	\$25.00	\$250.00
Total			\$385.00

Nota. Elaboración propia

3.3.4.4 Superestructura

1. Mantener buenas relaciones y alianzas estratégicas entre los entes que participan del turismo en el territorio

Generar encuentros de diálogo entre los diferentes entes que participan de la actividad turística dentro del cantón, con el fin de llegar a acuerdos entre estos y fortalecer las relaciones

comerciales entre los servidores turísticos y las entidades públicas. Será importante considerar a la academia como un ente neutral que aportará en el aspecto investigativo, aportando con información valiosa en la toma de decisiones para la planificación del territorio.

Tabla 47

FINANCIAMIENTO PARA SUPERESTRUCTURA: ESTRATEGIA 1

Solicitud	Cantidad	Precio unidad	Valor total \$
1	10 Papelotes	\$0.20	\$2.00
	1 caja de marcadores permanentes	\$5.00	\$5.00
	1 Computadora	\$610.00	\$610.00
	1 Proyector	\$300.00	\$300.00
	Transporte	\$200.00	\$200.00
	1 Capacitador	\$650.00	\$650.00
Total			\$1'767.00

Nota. Elaboración propia

2. Implementar una Organización de Gestión de Destino local

Se creará una Organización de Gestión de Destino local. Una de sus competencias será la toma de decisiones en la administración turística del cantón, impulsará las propuestas estratégicas del sector, velará por el cumplimiento de las normativas turísticas dentro del cantón, aportará con investigación para la toma de decisiones en la administración turística, entre otras competencias para el desarrollo de la planificación y administración turística. Esta Organización se integrará por personas miembros de los sectores de interés turístico público y privado.

Tabla 48*FINANCIAMIENTO PARA SUPERESTRUCTURA: ESTRATEGIA 2*

Solicitud	Cantidad	Precio unidad	Valor total \$
1	1 Computadora	\$610.00	\$610.00
	1 Proyector	\$300.00	\$300.00
	8 Integrantes de la OGD	\$450.00	\$3'600.00
Total			\$4'510.00

Nota. Elaboración propia

3. Analizar las ordenanzas vigentes en función de la realidad del lugar

Se presentará a las autoridades competentes del GADIP del Municipio de Cayambe nuevas propuestas para modificar y/o crear ordenanzas adaptadas a realidad, con políticas de turismo sostenible para la legislación turística del cantón, estas nuevas propuestas se obtendrán de reuniones con diferentes actores turísticos del sector, como son prestadores de servicios, representantes de los atractivos, miembros de la Organización Gestora del Destino, academia y representantes de la dirección de turismo del GADIP del Municipio de Cayambe.

Tabla 49*FINANCIAMIENTO PARA SUPERESTRUCTURA: ESTRATEGIA 3*

Solicitud	Cantidad	Precio unidad	Valor total \$
1	10 Papelotes	\$0.20	\$2.00
	1 caja de marcadores permanentes	\$5.00	\$5.00
	1 Computadora	\$610.00	\$610.00
	1 Proyector	\$300.00	\$300.00

Transporte	\$200.00	\$200.00
1 capacitador	\$650.00	\$650.00
Total		\$1'767.00

Nota. Elaboración propia.

3.3.5 Cronograma de aplicación de estrategias

Se propone un cronograma de aplicación de estrategias donde se ha colocado en 3 niveles de prioridad a cada una de las estrategias, para que las de nivel 1 sean estrategias por desarrollarse de forma inicial, siendo estas de carácter prioritario para que puedan funcionar y se pueda progresar con el objetivo final del modelo de gestión.

A continuación, el cronograma de planificación de estrategias para los siguientes 5 años.

15	Mejorar la frecuencia en los niveles de vigilancia en los diferentes sitios																					
16	Incorporar Unidades de Vigilancia Comunitaria en puntos estratégicos																					
17	Fortalecer alianzas estratégicas para la operación de paquetes turísticos																					
18	Mejorar las bases del servicio, diversificar la oferta para motivar estancias más largas																					
19	Promover campañas de sensibilización para controlar el comportamiento de los visitantes																					
20	Analizar las ordenanzas vigentes en función de la realidad del lugar																					
21	Mejorar la accesibilidad a los atractivos turísticos con mayor potencial																					
22	Implementar la realización de Estudios de Impactos Ambientales en zonas de presión turística																					
23	Implementar señalética turística e informativa para mejorar la experiencia en el sitio																					
24	Establecer recorridos señalizados para mejorar la movilidad (peatonal y vehicular) durante las festividades																					
25	Incluir servicios de guianza especializada a disposición en actividades que lo requieran																					
26	Implementar baterías sanitarias en óptimo estado como parte de las facilidades turísticas mínimas																					
27	Incentivar el aprendizaje del idioma Inglés para eliminar barreras de servicio																					
28	Motivar la operación turística con base en la localidad para suprimir el alto porcentaje de intermediación																					

Nota: Elaboración propia.

3.3.6 Seguimiento de estrategias

El proceso de seguimiento y control se encontraría a cargo de la Organización de Gestión de Destino local establecida, siendo el ente articulador y ejecutor de las estrategias en mención. El cumplimiento debe darse basado en trabajo colaborativo con los actores pertinentes para cada caso.

La periodicidad de seguimiento será trimestral, considerando la continuidad de la línea de gestión principal, además de ir aplicando correctivos y gestionando apoyo sobre el cumplimiento. Para esto se propone la aplicación de matrices donde se detallarán la estrategia, sus acciones, objetivos, responsables, actores involucrados, presupuesto, cronograma y el estado de ejecución en base al nivel de avance donde se identifique esto en 3 niveles: avanzado, indicando que todo se encuentra funcionando bajo lo indicado; medio, donde las actividades realizadas se encuentran estables, pero pueden mejorar; y bajo, indicando la presencia de dificultades o retrasos con un mínimo avance.

Tabla 51

MATRIZ PARA SEGUIMIENTO DE ESTRATEGIAS (ejemplo)

Estrategia 1: (Se coloca la estrategia a dar seguimiento)			
Objetivo de la estrategia:	Se explica el objetivo a conseguir de la estrategia	Responsable de la estrategia:	Se detalla los nombres de las personas responsables y el cargo que ocupan tanto en la OGD como en el sector al que pertenecen
Actores Involucrados:	Se detallan los actores involucrados y beneficiados de forma directa e indirecta con la estrategia con cada una de sus acciones	Impacto actual:	Se define el impacto que ha tenido la estrategia hasta el momento del seguimiento, indicando si la estrategia tuvo un alto, medio o bajo impacto en la población local
Acciones:	En el apartado se enumeran las acciones a planificarse para lograr el cumplimiento de cada estrategia		

Estado de ejecución:	Avanzado () Medio () Bajo ()	Cronograma:	Se coloca el periodo de tiempo en el que se planifico la ejecución de la estrategia
Presupuesto:	Se coloca el valor estimado presupuestado para el desarrollo de la estrategia	Fuente de presupuesto:	Se coloca las fuentes de la obtención del presupuesto.
Observaciones:	Se colocan las observaciones en caso de que las hubiera por parte de la persona encargada del siguiente de la estrategia.		

Nota. Elaboración propia

Corroborando el proceso se detallan aquellas fuentes confiables que permitirán respaldar el proceso de cumplimiento en cada estrategia, estos son los medios de verificación; mismos que pueden ser observación técnica, contratos, entrevistas, actas, registros de asistencia, informes, entre otros. Es importante mencionar que el instrumento puede modificarse según el requerimiento de la entidad, ajustándolo a sus particulares requerimientos durante la marcha.

3.3.7 Marco legal para el funcionamiento y gobernanza para el modelo de gestión

Existen leyes y ordenanzas en el Ecuador para regular a las instituciones que gestionan el desarrollo local y el turismo. El marco legal ayuda a que el modelo de gestión se encuentre sustentado de forma legal. A continuación, se presenta la normativa para que dicho modelo se lleve a cabo con las competencias debidamente legales.

Tabla 52**MARCO LEGAL PARA EL FUNCIONAMIENTO Y GOBERNANZA PARA EL MODELO DE GESTIÓN**

Base legal	Definición	Artículos para tomarse en cuenta	Aporte
Constitución de la República del Ecuador 2008	La Constitución de la República del Ecuador es la normativa superior del Ecuador, esta entrega una norma que vincula la relación del Estado y la ciudadanía (Constitución de la Republica del Ecuador, 2008).	<p>TÍTULO I: Elementos constitutivos del estado: Artículo 3 Artículo 9</p> <p>TÍTULO II: Derechos Artículo 11</p> <p>TÍTULO III: De los derechos, garantías y deberes Artículo 21 Artículo 24 Artículo 66 Artículo 83</p> <p>TÍTULO V: Organización territorial del estado: Artículo 238 Artículo 264</p> <p>TÍTULO VI: Régimen de desarrollo Artículo 276</p>	Los artículos de la Constitución del Ecuador que se seleccionaron responden a deberes y derechos tanto del estado y como de las personas para mantener un buen vivir, adicional, también se relacionan con las garantías del estado por ofrecer un desarrollo en el Ecuador, así como define la organización del estado, régimen de desarrollo, derechos y deberes de cada uno de sus habitantes y sus instituciones legislativas. Cabe mencionar que en la carta magna no existe normativa específica sobre turismo, pero existen dos artículos de la Constitución que se relaciona con el turismo y su definición, estos son los artículos 24 y 383 donde se hablan de los derechos a la

		Artículo 277	recreación, esparcimiento, práctica de deportes y al tiempo libre.
		TÍTULO VII: Régimen del buen vivir	
		Artículo 383	
Código Orgánico de Organización Territorial, Autónoma y Descentralizada	El código es declarado por la Constitución de la República del Ecuador como un documento de normativa legal aplicable para establecer la organización administrativa y política del país (Código Orgánico De Organización Territorial, COOTAD, 2015).	TÍTULO III: Gobiernos Autónomos Descentralizados	El documento es de interés para la investigación porque enfatiza en el territorio y faculta a los GAD competencias específicas de autonomía y descentralización frente al estado en relación con su administración financiera y política. Estos artículos están adicionalmente en relación con la actividad turística y el desarrollo de cada uno de los territorios, sobre todo el artículo 135 donde determina al turismo como una actividad competente que se la debe gestionar desde cualquier nivel que tiene el gobierno.
		Artículo 54	
		Artículo 55	
		Artículo 64	
		Artículo 135	
Ley de Turismo	La ley de turismo vigente en Ecuador se creó en 1988 y tiene su última modificación en el 2014, es	CAPÍTULO I: Generalidades	En la ley existen artículos específicos según las competencias de los GAD y Municipios. Los artículos con mayor representatividad para la investigación en términos de gestión
		Artículo 3	
		Artículo 4	
		Artículo 10	

un cuerpo legal que norma la actividad turística dentro del territorio	<p>CAPÍTULO III: Del Consejo Consultivo de Turismo</p> <p>Artículo 13</p> <p>Artículo 14</p> <p>Artículo 16</p>	turística son los artículos 3, 4, 16 y 58 donde se reconoce el ejercicio de la actividad turística y las obligaciones que tienen las instituciones para legislar en dicha actividad dentro del territorio.
	<p>CAPÍTULO VII: De los incentivos en general</p> <p>Artículo 26</p> <p>Artículo 33</p> <p>Artículo 34</p>	Por otra parte, tenemos el Capítulo VIII donde puede sustentarse la conformación de la OGD y de su trabajo directo en el territorio, juntamente como lo explica el Capítulo III donde se da pautas para la conformación del Consejo Consultivo en el artículo 14 y la orden de su creación en el artículo 13.
	<p>CAPÍTULO VIII: De los comités de turismo</p> <p>Artículo 38</p>	
	<p>CAPÍTULO X: Protección al consumidor de servicios turísticos</p> <p>Artículo 46</p>	
<p>AME - Resolución 0001 – El documento oficial fue emitido en el año 2016, por parte de la Asociación de Municipalidades Ecuatorianas, el cual trata</p> <p>CNC - 2016</p>	<p>CAPÍTULO PRIMERO: Objeto y ámbito</p> <p>Art. 1</p> <p>Art. 2</p>	La resolución creada por el AME aporta al sustento legal para la propuesta del modelo de gestión, entregando las facultades, regulaciones, y atribuciones que tienen los GAD's al referirse al desarrollo de las

de las regulaciones, facultades y atribuciones que los GAD's tienen frente al desarrollo de actividades de interés turístico dentro de sus jurisdicciones (RESOLUCIÓN-0001-CNC-2016, 2016).

CAPÍTULO SEGUNDO: Modelo de gestión

Sección II

Art. 9

Art. 10

Art. 11

Art. 12

Art. 13

CAPÍTULO TERCERO: Recursos

Art. 30

actividades turísticas dentro de sus territorios, indicando un modelo de gestión para estas entidades, principalmente señalando que cada entidad tiene que realizar una planificación de dichas actividades (Art.10), además que indica acciones para la regulación y control de estas actividades (Art. 11 y 12) y de su gestión en el territorio.

Gracias a estos artículos da una guía básica para poner en práctica la propuesta del modelo de gestión dándole un sustento legal para que pueda ser también reconocido por las instituciones correspondientes.

Nota. Elaboración propia en base a *Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sostenible e Innovación del Cantón Cayambe*, por GADIP del Municipio de Cayambe, 2018.

4 CONCLUSIONES

La propuesta del modelo de gestión turística para el Cantón Cayambe tiene un enfoque de desarrollo local sostenible; por tanto, no es un modelo tradicional turístico en su totalidad. El sistema turístico cantonal fue estudiado y evaluado a profundidad en base a su potencialidad, considerando valores cualitativos - cuantitativos aplicados en el territorio.

Un resultado importante es que Cayambe posee un potencial turístico de forma cualitativa media; comparado con cantones que presentan similares características. Por otro lado, la potencialidad cuantitativa arrojó un porcentaje del 65% en base a una evaluación numérica frente a una base de 100 indicadores de potencialidad turística; lo que se traduce a que Cayambe tiene un nivel de potencialidad turística considerable, en espera de ser explotada, con una correcta planificación en todos los aspectos de desarrollo local, donde el turismo será un motor de dinamización económica territorial y así contrarrestar los estragos de la crisis provocada por la pandemia del Covid-19.

Un aspecto por prevalecer es la creación de una Organización Gestora del Destino integrada por cuatro sectores: El Estado, GADIP del Municipio de Cayambe, Servidores Turísticos y la Academia. Mismos que tienen relación directa con el territorio y son importantes para la planificación y ejecución del modelo de gestión propuesto. Representantes con poder de decisión en cada institución, serán los responsables de planificar, dirigir o asesorar la organización, velando por el cumplimiento de la misión, visión y estrategias planteadas.

El modelo de gestión ha considerado un lapso de cinco años, las estrategias propuestas cuentan con tiempos de cumplimiento que concretarán la razón de ser de la propuesta. El seguimiento será trimestral, permitiendo evaluar y analizar el progreso que se lleva a cabo.

5 RECOMENDACIONES

El modelo propuesto y su metodología puede aplicarse a cualquier cantón o territorio que se desee, pero hay que tener en cuenta puntos importantes para el desarrollo e implementación del modelo, como, por ejemplo, la interacción de la comunidad en la planificación del modelo, esto es porque el modelo propuesto es participativo e incluye a los actores de turismo en el territorio. Esto con la finalidad de que las estrategias que se proponen en el modelo de gestión tengan una realidad no muy lejana a la del sitio de estudio, y que al momento de ejecutarlas se las realice de una manera ordenada y con el objetivo de beneficiar al desarrollo local.

Por otro lado, el levantamiento de información se recomienda realizarlo obligatoriamente en campo, porque al momento de comparar la realidad de la información obtenida en campo versus fuentes secundarias no muchas de las veces suelen coincidir, por tal motivo se realiza esta recomendación y sobre todo que se lleve un registro fotográfico de las acciones que se realice en toda la investigación.

Al momento de plantear y ejecutar las estrategias para el desarrollo del modelo se recomienda socializarlo en asamblea general con anticipación, donde se encuentren todos los actores involucrados, y que ellos también puedan tener conocimiento de lo que se plantea realizar, adicionalmente en dicha asamblea se pueda tomar en cuenta las opiniones de los asistentes para un mayor entendimiento de lo que se piensa realizar en el territorio.

Se recomienda manejar el modelo de gestión en un plazo de 5 años, pero no obstante esto puede ser modificado, porque existen algunas estrategias que son consecuentes y se pueden realizar en un menor o mayor tiempo de lo originalmente planteado, por tal motivo se recomienda de la misma manera realizar el control y seguimiento de la aplicación de las estrategias cada cierto tiempo, según se vaya avanzando, siendo controles trimestrales, semestrales o anuales, dependiendo la evolución del modelo de gestión propuesto.

BIBLIOGRAFÍA

- Acerenza, M. Á. (2006). *Conceptualización, origen y evolución del turismo*. Editorial Trillas.
- Constitución de la Republica del Ecuador, Pub. L. No. 449, 136 (2008).
- RESOLUCIÓN-0001-CNC-2016, Pub. L. No. N° 0001-CNC-2016, 36 (2016).
<https://amevirtual.gob.ec/wp-content/uploads/2018/05/RESOLUCIÓN-0001-CNC-2016.pdf>
- Ávila, H. (2006). *Introducción a la metodología de la investigación* (E. Digital). Eumed.net.
- Blasco, J., & Pérez, J. (2007). *Metodologías de investigación en las ciencias de la actividad física y el deporte: ampliando horizontes*. Editorial Club Universitario. España.
- Boullón, R. (2006a). Espacio turístico y desarrollo sustentable. *Aportes y Transferencias*, 10(2), 17–24.
- Boullón, R. (2006b). *Planificación del espacio turístico*. Editorial Trillas.
- Cabanilla, E. (2013). *Manual integral de trabajo de campo, con un enfoque participativo, en lo social, espacial y económico, para la determinación potencial de la relación comunidad*. Licencia Creative Commons Atribución-Compartir Igual 3.0 Unported.
- Cadena, F. (2015). *Propuesta de una Organización de gestión de destinos (Modelo de gestión turística) en la comunidad de Mashpi [UTE]*.
http://repositorio.ute.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/123456789/15885/65013_1.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Calderón, F. (2010). Sostenibilidad y planificación: Ejes del desarrollo turístico sostenible. *Revista Desarrollo Local Sostenible*, 3(8), 1–11.
- Casa Real de Quito. (2014). *Las Residencias Reales - Casa Real de Quito*. Real Castillo de Guachalá (Cayambe). <https://casarealdequito.jimdofree.com/residencias-reales/real-castillo-de-guachalá/>
- Cataña, M. B., & Burneo, M. (2015). *Cayambe Ancestral*. UDLA.
- Cayambe Turismo. (2019a). *Historia de Cayambe*. Historia de Cayambe.
<https://cayambeturismo.gob.ec/historia/>
- Cayambe Turismo. (2019b). *Parroquias archivos - Cayambe Turismo*. Datos Generales del Cantón Cayambe. <https://cayambeturismo.gob.ec/category/parroquias-es/>
- Cazau, P. (2014). Investigación correlacional. En *Introducción a la investigación en ciencias sociales* (Vol. 1, Número 3). Universidad de Extremadura.
- Chico, B., & Cabanilla, E. (2018). *Evaluación del potencial turístico de la parroquia urbana Cayambe*. Universidad Central del Ecuador.

- Confederación de Nacionalidades Indígenas del Ecuador. (2014, julio 14). *Kayambi - CONAIE*. <https://conaie.org/2014/07/19/kayampi/>
- Consejo Nacional de Gobiernos Parroquiales Rurales del Ecuador. (2018). *Cantones Pichincha - Parroquias*. Cantones Pichincha - Parroquias. <https://conagoparepichincha.gob.ec/parroquias/>
- Diario El Tiempo. (2017, septiembre 2). *EL TIEMPO - Cuatro fiestas y una cosmovisión andina*. <https://www.eltiempo.com.ec/noticias/intercultural/1/cuatro-fiestas-y-una-cosmovision-andina>
- Dirección de turismo del GADIP del Municipio de Cayambe. (2020). *Catastro turístico*.
- EcuRed. (2010). *Cantón Cayambe (Ecuador) - EcuRed*. Cantón Cayambe - Fauna. [https://www.ecured.cu/Cantón_Cayambe_\(Ecuador\)#Fauna](https://www.ecured.cu/Cantón_Cayambe_(Ecuador)#Fauna)
- Fondo Nacional de Turismo - Colombia. (2014). *FONTUR - Glosario*. <https://fontur.com.co/interactue/glosario/63>
- GADIP del Municipio de Cayambe. (2019). *Que hacer - Cayambe Turismo*. <https://cayambeturismo.gob.ec/que-hacer/>
- GADIP del Municipio del Cantón Cayambe. (2005). *Somos Cayambe*. Editorial Anaconda COMUNICACIÓN.
- GADIP del Municipio del Cantón Cayambe. (2019a). *Ficha de inventario turístico Volcán Cayambe*.
- GADIP del Municipio del Cantón Cayambe. (2019b). *Ficha de inventario turístico Bosque Ugshapamba*.
- GADIP del Municipio del Cantón Cayambe. (2019c). *Ficha de inventario turístico Casa del Venado*.
- GADIP del Municipio del Cantón Cayambe. (2019d). *Ficha de inventario turístico Casa Hacienda Guachala*.
- GADIP del Municipio del Cantón Cayambe. (2019e). *Ficha de inventario turístico Cascadas del Tingo*.
- GADIP del Municipio del Cantón Cayambe. (2019f). *Ficha de inventario turístico Centro Intercultural Transito Amaguaña*.
- GADIP del Municipio del Cantón Cayambe. (2019g). *Ficha de inventario turístico Cuniburo*.
- GADIP del Municipio del Cantón Cayambe. (2019h). *Ficha de inventario turístico Hacienda Molino San Juan*. <http://www.molinosanjuan.com/index.php/lahacienda/quienes-somos>
- GADIP del Municipio del Cantón Cayambe. (2019i). *Ficha de inventario turístico Mirador de Otón*.

- GADIP del Municipio del Cantón Cayambe. (2019j). *Ficha de inventario turístico Monumento a la Mitad del Mundo*.
- GADIP del Municipio del Cantón Cayambe. (2019k). *Ficha de inventario turístico Museo de la ciudad*.
- GADIP del Municipio del Cantón Cayambe. (2019l). *Ficha de inventario turístico Pambamarca*.
- GADIP del Municipio del Cantón Cayambe. (2019m). *Ficha de inventario turístico QUITOLOMA*.
- GADIP del Municipio del Cantón Cayambe. (2019n). *Ficha de inventario turístico Sitio Arqueológico Puntiatzil*.
- GADIP del Municipio del Cantón Cayambe, Turismo Práctico & Gestión Ambiental, & Bonilla & Asociados S.A. (2018). *Plan estratégico de desarrollo turístico sostenible e innovación del Cantón Cayambe 2017 – 2022*. Gobierno Autónomo Descentralizado Intercultural y Plurinacional del Municipio de Cayambe.
<https://cayambeturismo.gob.ec/wp-content/uploads/2019/PlanEstrategico2018.pdf>
- García, J. (2004). Estudios descriptivos. *Métodos de investigación clínica y epidemiológica*, 7, 90–100. <https://doi.org/10.1016/b978-84-8174-709-6.50009-9>
- García Reinoso, N. (2017). Modelo de gestión para fomentar el desarrollo turístico de las comunidades manabitas, Ecuador. *CULTUR: Revista de Cultura y Turismo*, 11(2), 81–108.
- Garza Mercado, A. (1967). Investigación científica. En *Manual de técnicas de investigación para estudiantes de ciencias sociales*. Universidad de Nuevo León.
- Go Raymi. (2018). *Cascadas de Cariacu*. Cascadas de Cariacu.
<https://www.goraymi.com/es-ec/pichincha/cayambe/cascadas/cascadas-cariacu-avk1hnd4s>
- Gobierno Autónomo Descentralizado Intercultural y Plurinacional del Municipio de Cayambe. (2015). *Actualización del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Cayambe 2015 -2025*.
- González, R., & Rivas, H. (2008). *Modelo de gestión integral de destinos turísticos*. SERNATUR.
- Google Maps. (2020, septiembre 6). *Quito a Cayambe - Google Maps*.
<https://www.google.com.ec/maps/dir/Quito/Cayambe/@-0.0871189,-78.300383,11.22z/data=!4m14!4m13!1m5!1m1!1s0x91d59a4002427c9f:0x44b991e158ef5572!2m2!1d-78.4678382!2d->

0.1806532!1m5!1m1!1s0x8e2a09029f3188a7:0x752d774d78e14c12!2m2!1d-78.1458804!2d0.0425351!3e0

- Imbago, B. (2005). *Guía Turística de Cayambe*. Oxigenio.
- Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura. (2014). *Guía para la formulación de planes de desarrollo turístico en territorios rurales* (M. Blanco & W. Heinrichs (eds.)). IICA.
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2010). *Población y Demografía*. Resultados Censo de Población del Cantón Cayambe. <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>
- Jarrin, M. de L., Arroyo, K., Benavides, L., Chavez, M. F., Escobar, A., Estrella, A., Espinoza, M., Estévez, Y., Gallardo, G., Lara, R., Montero, P., Zhunio, B., & Zúñiga, S. (2014). Diagnóstico de la potencialidad turística de la Parroquia de Tumbaco, Provincia de Pichincha. *Universidad de Especialidades Turísticas*, 7, 8–31.
- Lazo Serrano, A., Bastidas, M. I., Aguilar, F. E., & Calle, M. P. (2017). La potencialidad turística y sus oportunidades de emprendimiento. Caso Pasaje. *INNOVA Research Journal*, 2(8), 1–21. <https://doi.org/10.33890/innova.v2.n8.1.2017.320>
- Likert, R. (1932). A technique for the measurement of attitudes. En *New York University*. Universidad de New York. <https://doi.org/10.4135/9781412961288.n454>
- Ministerio de turismo. (2017). Guía metodológica para la jerarquización de atractivos y generación de espacios turísticos del Ecuador. En *Guía metodológica para la jerarquización de atractivos y generación de espacios turísticos del Ecuador*.
- Reglamento general a la Ley de Turismo, Pub. L. No. 1186, 30 (2015). <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/REGLAMENTO-GENERAL-LEY-TURISMO.pdf>
- Ministerio de Turismo. (2020). *Plan Nacional de Turismo 2030*.
- Ministerio del Interior. (2018). *Cayambe cuenta con una nueva y remodelada Unidad de Policía Comunitaria – Ministerio de Gobierno*. <https://www.ministeriodegobierno.gob.ec/cayambe-cuenta-con-una-nueva-y-remodelada-unidad-de-policia-comunitaria/>
- Montano, J. (2018). *Investigación Transversal: Características y Metodología*. Lifeder. <https://www.lifeder.com/investigacion-transversal/>
- Morejón López, A. S. (2015). Propuesta de un modelo de gestión turística sostenible para la consolidación del ecoturismo en la cabecera cantonal Machachi del Cantón Mejía. En *Tesis de grado*. Universidad Central del Ecuador.

- Muñoz Aguirre, N. A. (2011). Mi aproximación al mundo de la investigación cualitativa. *Revista investigación y educación en enfermería*, 29(3), 492–499.
- Muñoz, J. (2019). *Glosario de Términos*. Derecho de daños tecnológicos, ciberseguridad e insurtech. <https://doi.org/10.2307/j.ctvk8vzzj.4>
- Norrild, J. (2005). Planificación territorial del turismo. *Reseña de Publicaciones Especializadas*, 5, 216.
- Organización de las Naciones Unidas. (2010). International recommendations for tourism statistics 2008. En *Economic & Social Affairs*. Organización de las Naciones Unidas. <https://doi.org/10.18356/05265168-en>
- Organización Mundial de Turismo. (2019). *Glosario de términos de turismo | OMT*. UNWTO - Organización Mundial de Turismo OMT. <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>
- Organización Mundial del Turismo. (1994). *National and regional tourism planning: methodologies and case studies*. Organización Mundial del Turismo.
- Organización Mundial del Turismo. (2019). Preparando las OGD de cara a nuevos retos. En *Directrices de la OMT para el fortalecimiento de las organizaciones de gestión de destinos (OGD)* (p. 32). Organización Mundial del Turismo. <https://doi.org/10.18111/9789284420933>
- Organización Mundial del Turismo. (2020, abril). *Covid-19: Ante todo, las personas | OMT*. Covid-19: Ante todo, las personas. <https://www.unwto.org/es/turismo-covid-19>
- Pauta, F. (2014). Modelo la para la gestión de la ordenación territorial en el Ecuador en el marco de su Constitución [Universidad Politécnica de Madrid]. En *Universidad Politécnica de Madrid*. <https://doi.org/10.1174/021435502753511268>
- Pérez Arquero, L. F., & González Sánchez, R. (2013). Propuesta de un modelo de gestión de la reputación on line en las empresas turísticas. *Revista de Investigación en Turismo y desarrollo local*, 6(15), 1–33.
- Pérez, B., & Carrillo, E. (2000). *Desarrollo local: manual de uso* (Ilustrada). ESIC Editorial. Código Orgánico De Organización Territorial, COOTAD, Registro Oficial Suplemento 303 250 (2015).
- Quito Turismo. (2013). *Memoria de sostenibilidad 2013*. <http://www.quito-turismo.gob.ec/descargas/lotaipagosto/Gestion - memoria de sostenibilidad QT 2013.pdf>
- Ricaurte, C. (2009). Manual para el diagnóstico turístico local. En *Guía para planificadores* (pp. 1–50). Escuela Superior Politécnica del Litoral.
- Rubín, A. (2018). *Infraestructura turística: ¿qué es y cómo esta conformado? - Lifeder*.

- Lifeder. <https://www.lifeder.com/infraestructura-turistica/>
- Ruiz Medina, M. (2011). *Políticas públicas en salud y su impacto en el seguro popular en Culiacán, Sinaloa, México*. Universidad Autónoma de Sinaloa.
- Sancho, A., Buhalis, D., Gallego, J., Mata, J., Navarro, S., Osorio, E., Pedro, A., Ramos, S., & Ruiz, P. (2011). *Introducción al Turismo*. Organización Mundial del Turismo.
- Sancho, A., & García, G. (2006). ¿Qué indica un indicador? Análisis comparativo en los destinos turísticos. *Revista de Análisis Turístico*, 69–85.
- Secretaría de Estado de Turismo España. (2016). Turismo. En *Turismo e innovación*. Secretaría de Estado de Turismo España.
- UNEP. División Tecnológica, I. y E., & Organización Mundial de Turismo. (2005). A Guide for Policy Makers. En *Making Tourism More Sustainable*. Organización Mundial del Turismo. <https://doi.org/10.18111/9789284408214>
- Varisco, C. (2008). *Desarrollo turístico y desarrollo local: La Competitividad de los Destinos Turísticos de Sol y Playa*. Universidad Nacional De Mar Del Plata.
- World Tourism Organization. (2019). UNWTO Tourism Definitions. En *UNWTO Tourism Definitions*. Organización Mundial del Turismo. <https://doi.org/10.18111/9789284420858>

ANEXOS

Anexo 1

Tabla 53

FICHA DE OBSERVACIÓN Y LEVANTAMIENTO DE INFORMACIÓN

EVALUACIÓN DEL POTENCIAL TURÍSTICA DEL CANTÓN CAYAMBE	
Ficha de Observación N° _____ Componente: _____	
Datos del Proyecto: Evaluar el potencial turístico del Cantón Cayambe, mediante una evaluación a los atractivos identificados con indicadores de potencialidad turística, para elaborar lineamientos de planificación turística del territorio.	
Objetivo de la Observación: Analizar los elementos del sistema turístico del Cantón Cayambe, mediante un levantamiento de información de campo, para determinar los potenciales atractivos con los que cuenta el territorio.	
Elemento que diagnosticar: _____	Fotografía del elemento observado.
Criterios obtenidos: Ubicación: Descripción: Generalidades varias:	
Elaborado por:	
Fecha de elaboración:	

Anexo 2

ENCUESTA VIRTUAL DE DEMANDA POTENCIAL DEL CANTÓN CAYAMBE

CONFIDENCIALIDAD: La información proporcionada a la UNIVERSIDAD UTE por usted, es estrictamente confidencial; por lo tanto, no se difundirá en forma individual, ni podrá utilizarse para fines que no sean estadísticos.

Sección A. Datos demográficos

Residencia (Ciudad): _____ Provincia o País: _____

Edad: _____ Género: M F

Nacionalidad: _____

Estado civil: Soltero Casado Viudo Divorciado/separado

Unión libre

Situación laboral: Emp. privado Emp. público Estudiante Jubilado
Desempleado Otros: _____

1. Nivel de ingresos mensuales:
 - a) 1.00 USD – 500 USD
 - b) 501 USD – 1.000 USD
 - c) 1.001 USD – 2.000 USD
 - d) 2.001 USD – 3.000 USD
 - e) Más de 3.000 USD
 - f) Sin ingresos fijos
2. Nivel de estudio: Primario Secundario Técnico Superior
Postgrado Otro _____
3. ¿Conoce el Cantón Cayambe?
Si No
Si su respuesta fue Si pasar a la siguiente pregunta. Si su respuesta fue No responda la pregunta 5
4. ¿Qué ciudad o parroquia conoce del Cantón Cayambe?
.....
5. ¿Estaría interesado en visitar el Cantón Cayambe próximamente?
Si No
Si su respuesta fue Si pasar a la siguiente pregunta. Si su respuesta fue No finaliza la encuesta.
6. ¿Con quién viajaría? Solo Pareja Amigos Familia
Otros _____

Sección B. Motivaciones del viaje (Marque todas las opciones que apliquen)

7. ¿Cuál es seria su principal objetivo de su viaje?

Profesional / negocios	Salud, visitas médicas
Ecoturismo y turismo de naturaleza	Turismo de congresos y eventos
Gastronomía	Educativo
Lugares de relevancia natural y cultural	Eventos culturales
Vida nocturna (Bares, discotecas)	Científico académico
Visita a familiares y/o amigos	Otros
Voluntariado	

8. ¿Pensaría visitar algún lugar en especial en su estadía en el Cantón?

Si () No ()

Si su respuesta fue si conteste la siguiente pregunta, si su respuesta fue No responda la pregunta 10

9. Indique 3 sitios principales que desea visitar: (nombre al menos 1 lugar).

1. _____ 2. _____ 3. _____

Sección C. Organización del viaje

10. ¿Viajaría en un grupo organizado? Si () No ().

Si la respuesta fue Si conteste la siguiente pregunta. Si su respuesta fue No responda la pregunta 11.

10.1. ¿Organizaría su viaje a través de una agencia de viajes? Si () No ()

11. ¿Durante qué temporada/s visitaría el Cantón Cayambe?

Feridos () Entre semana () Fines de semana ()

Indistinto ()

12. ¿A través de qué medio de transporte viajaría al Cantón Cayambe?

Bus público		Auto de alquiler		Auto propio	
Bus turístico		Taxi ruta		Otro	

Sección D. Servicios para utilizarse en la visita

13. ¿Qué tipo de alojamiento elegiría para su estadía?

<input type="checkbox"/>	Hotel	<input type="checkbox"/>	Hostería
<input type="checkbox"/>	Hostal	<input type="checkbox"/>	Camping
<input type="checkbox"/>	Casa propia	<input type="checkbox"/>	Otros
<input type="checkbox"/>	Casa de amigos o familiares		

14. ¿Cuánto sería el tiempo de duración de su visita?

1 día () 2 días () 3 días () 4 días () 5 días () >5 ()

15. ¿Recomendaría a familiares y amigos visitar el Cantón Cayambe? Si () No ()

¿Por qué? _____

16. ¿Qué debería mejorar el GADIP del Municipio de Cayambe para mejorar la publicidad de los visitantes a la ciudad?

Agradecemos su participación, si usted desea recibir información sobre la ciudad, y los resultados de este estudio, por favor ayúdenos con sus datos:

Nombre _____ E-mail: _____

Anexo 3

Tabla 54

MATRIZ DE INDICADORES DE POTENCIALIDAD TURÍSTICA.

Nº	INDICADOR DE EVALUACIÓN	PERÍODO DE EVALUACIÓN	FORMA DE CÁLCULO	ESTÁNDAR	DESCRIPCIÓN	EVIDENCIAS
1	Contenido de flora, fauna y geomorfología	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses	2 puntos si contiene al menos 1 especies o elementos de flora, fauna o geomorfología endémica.	Se considera óptimo que un territorio tenga contenido de flora, fauna y geomorfología endémica apto para su uso turístico.	Endémica es un término utilizado en biología para indicar que la distribución de un taxón está limitada a un ámbito geográfico reducido y que no se encuentra de forma natural en ninguna otra parte del mundo, por ello, cuando se indica que una especie de flora, fauna y geomorfología es endémica de cierta región, significa que solo es posible encontrarla de forma natural solo en el cantón (Max, 2010). Esta característica se mide mediante el concepto de unicidad.	Levantamiento de inventario de elementos de flora, fauna o geomorfología.
			1 punto si contiene entre 10 a 20 especies o elementos de flora, fauna o geomorfología sin endemismo, pero representativas.			
			0 puntos si contiene menos de 9 especies o elementos de flora, fauna o geomorfología.			
2	Ambiente limpio	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	2 puntos si no hay desechos en un radio de 100 metros desde el centro del atractivo.	Se considera óptimo que el territorio esté libre de desechos que contaminen el ambiente y deterioro del lugar. Tomando en consideración en su área circundante. Los desechos impactan en el paisaje.	Esta variable se valora mediante la característica de limpieza en bases a las buenas prácticas ambientales, que son acciones que pretenden reducir el impacto ambiental negativo, causado por el ser humano frente al medio ambiente. Por esta razón nuestro indicador valorará el lugar del atractivo el cual debe estar libre de desechos y residuos para mantener el ambiente agradable y sin contaminación, logrando así que el visitante se sienta cómodo en el atractivo (Línea Verde Smart City, 2016).	Levantamiento de información sobre el ambiente limpio en el atractivo, a través de fotografías.
			1 punto si encontramos 5 o menos desechos en un radio de 100 metros, desde el centro del atractivo.			
			0 puntos si encontramos más de 5 desechos en un radio de 100 metros, desde el centro del atractivo.			
3	Participación comunitaria en el mantenimiento del atractivo	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	2 puntos si la comunidad planifica y asiste a por lo menos 4 mingas al año.	Se considera óptimo que un territorio cuente con la participación de actores públicos, privados y comunitarios en mingas que se realizan dentro y fuera del área de estudio.	El indicador se valora tomando en cuenta la participación de la comunidad, entidades públicas y privadas, en mingas que realizan durante todo el año. (Rainforest Alliance, 2005).	Levantamiento de información sobre la participación comunitaria en el mantenimiento adecuado de un lugar. Registros de comunidad sobre la convocatoria a mingas y la participación de los actores.
			1 punto si la comunidad planifica y asiste entre 1 a 3 mingas al año.			
			0 puntos si la comunidad no planifica, ni asiste a ninguna minga al año.			

4	Accesibilidad universal	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	2 puntos si la accesibilidad es universal.	Se considera óptimo que un territorio esté basado en el turismo accesible, en establecimientos públicos como privados, que, de una manera objetiva y contrastada, permita establecer la valoración de las condiciones de acceso, circulación, estancia y uso adecuado de las instalaciones de interés turístico y social.	Para el indicador se toma en cuenta la accesibilidad universal, identificando el grado de que las personas pueden utilizar un objeto, visitar un lugar o acceder a un servicio, independientemente de sus capacidades técnicas, físicas, y de su edad. Accesibilidad restringida; se basa principalmente en establecer límites de acceso al lugar para niños que no se encuentre dentro de la edad establecida, personas con capacidades especiales y para personas de tercera edad. Accesibilidad dificultosa se refiere al acceso de ciertas personas con un tema específico; como escaladores, trekking, rapel, una persona que se encuentre con las condiciones físicas adecuadas (OMT, 2014).	Levantamiento de información en la accesibilidad adecuada para todo tipo de personas al atractivo. Verificación in situ de características de accesibilidad.
			1 punto si la accesibilidad es restringida a personas con 1 discapacidad.			
			0 puntos si la accesibilidad es dificultosa para personas con 2 o más tipos de discapacidad.			
5	Servicio de guías	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	2 puntos si hay guías permanentes para conducir grupos en los atractivos	Se considera óptimo que dentro de un territorio cuente con disponibilidad de guías que faciliten con la información y ubicación turística del lugar de estudio.	Se considerará la disponibilidad de guías dentro del atractivo. Definiendo como guía a la persona que tiene por misión informar, dirigir y orientar al turista durante su estadía en el lugar (Ministerio de Turismo, 2015).	Verificación in situ de la presencia de guías.
			1 punto si hay guías ocasionales para conducir grupos en los atractivos			
			0 puntos si no hay guías y el atractivo es autoguiado.			
6	Conectividad de voz y datos	Conectividad de voz y datos realizados en 4 meses.	2 puntos si la conectividad es factible en todo el lugar evaluado.	Se considera óptimo que un territorio cuente con la conectividad necesaria, permitiendo al visitante mantenerse comunicado.	Se tendrá en cuenta la conexión que posee el atractivo, si tiene telefonía fija y/o celular. (García, 2008, p. 253).	Levantamiento de información en un lugar sobre la conectividad disponible para el visitante. Verificación in situ de la conectividad de voz y datos.
			1 punto si existe por lo menos un punto de conectividad fija o celular en el lugar evaluado.			
			0 puntos sin conectividad.			
7	Información del atractivo por internet	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	2 puntos si en un buscador por lo menos hay 10 enlaces directos con información del atractivo.	Se considera óptimo que un territorio tenga la suficiente cantidad de información en la internet sobre el atractivo, se tomará en cuenta solo los	La información por internet se presenta en diferentes formas tales como: escritos (boletines, revistas, trípticos, documentos), videos. Esta información se la puede buscar en diferentes páginas como: Yahoo, Google Chrome, Skype, Messenger, Internet Explore, Mozilla, Apple Safari, Opera. El sistema facilita la búsqueda de	Verificación con búsquedas simples, en por lo menos dos buscadores.
			1 punto si en un buscador hay por lo menos 5 a 9 enlaces directos con información del atractivo.			

			0 puntos si en un buscador hay menos de 4 enlaces directos con información del atractivo.	enlaces directos con información del lugar.	información requerida por parte de los visitantes, el cual es de fácil acceso y manejo. (García, 2008, p. 253).	
8	Asociación con otros atractivos	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	2 puntos si existen 3 o más atractivos naturales o culturales a 1 km de distancia radial.	Se considera óptimo que dentro de un territorio se encuentren asociados algunos atractivos naturales y/o culturales, donde se tomará en cuenta un radio de un 1 km a la redonda.	Se refiere a aquellos atractivos los cuales se encuentran asociados en un espacio o ámbito geográfico delimitado. (Alonso, 2008, p. 264).	Levantamiento de información si los atractivos se encuentran asociados con otros atractivos naturales y/o culturales. Verificación en un mapa.
			1 punto si existe menos de 3 atractivos naturales o culturales a 1 km de distancia radial.			
			0 puntos si no existen atractivos naturales o culturales a 1 km de distancia radial.			
9	Seguridad	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	2 puntos si el lugar cuenta con un sistema de seguridad con al menos: (1)un guardia, (2)un botiquín y (3)una persona certificada en primeros auxilios.	Se considera óptimo que un territorio cuente con un sistema de seguridad adecuado y bien manejado que contribuya a resguardar el bienestar del visitante.	Seguridad hace referencia a la ausencia de riesgo o a la confianza de algo o alguien, se define como el bienestar que percibe y disfruta el ser humano en un lugar determinado, teniendo como propósito minimizar los riesgos, los accidentes e incidentes y las enfermedades. (Rainforest Alliance, 2005).	Levantamiento de información que en un atractivo existe la seguridad adecuada para el visitante. Verificación in situ, cada lugar.
			1 punto si por los menos tiene 1 o 2 de las 3 características, antes mencionadas.			
			0 puntos si el lugar no posee ninguna de las 3 características antes mencionadas.			
10	Señalética y movilidad	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	2 puntos si existe por lo menos 2 señaléticas turísticas de aproximación de movilidad interna para el atractivo.	Se considera óptimo que un territorio tenga señalización de aproximación a sus atractivos y servicios, tanto interna como externamente.	Consideramos la señalización y movilidad, la evidencia que demuestre que señales de aproximación interna y externa la cual facilite que una persona llegue o se desplace de un lugar a otro. (García, 2008, p. 257).	Levantamiento de información que un atractivo tenga una adecuada señalética y movilidad. Verificación mediante fotografías de la señalética.
			1 punto si por lo menos hay 1 señalética turística de movilidad interna, en el atractivo.			
			0 puntos si el atractivo no contiene señalética turística.			

11	Infraestructura de apoyo para el componente natural	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	2 puntos si cuenta con: (1)un centro de recepción (información), (2)senderos y (3)baterías higiénicas.	Se considera óptimo que un territorio tenga soporte de infraestructura según las características mencionadas para el desarrollo del turismo y la satisfacción del visitante en el lugar.	Se podrá conocer a cabalidad la infraestructura de apoyo que cuente el territorio, el cual permita crear un ambiente de buenas relaciones, con lo cual el cliente final transita libremente dentro y fuera del territorio, y se llegue a sentir seguro y cómodo. Esto ayuda al cliente a motivarse para participar a motivarse para participar e integrarse con el lugar. (Rainforest Alliance, 2005).	Levantamiento fotográfico que evidencie la presencia y funcionamiento de las características mencionadas.
			1 punto si cuenta con 2 de las características antes mencionadas.			
			0 puntos si cuenta con hasta 1 de las características antes mencionadas.			
12	Infraestructura de apoyo para el componente hechos culturales.	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	2 puntos si cuenta con: (1)un centro de recepción (información), (2)recorrido de visita y (3)señalización.	Se considera óptimo que un territorio tenga soporte de infraestructura según las características mencionadas para el desarrollo del turismo y la satisfacción del visitante en el lugar.	Se podrá conocer a cabalidad la infraestructura de apoyo que cuente el territorio el cual permita crear un ambiente de buenas relaciones, con lo cual el cliente final transita libremente dentro y fuera del territorio y se llegue a sentir seguro y cómodo. Esto ayuda al cliente a motivarse para participar e integrarse con el lugar. (Rainforest Alliance, 2005).	Levantamiento fotográfico que evidencie la presencia y funcionamiento de las características mencionadas.
			1 punto si cuenta con 2 de las características antes mencionadas.			
			0 puntos si cuenta con hasta 1 de las características antes mencionadas.			
13	Infraestructura de apoyo para el componente gastronómico	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	2 puntos si cuenta con: (1)un centro de expendio gastronómico, (2)servicios básicos (luz, agua, alcantarillado), (3)cajeros.	Se considera óptimo que un territorio tenga soporte de infraestructura según las características mencionadas para el desarrollo del turismo y la satisfacción del visitante en el lugar.	Se podrá conocer a cabalidad la infraestructura de apoyo que cuente el territorio el cual permita crear un ambiente de buenas relaciones, con lo cual el cliente final transita libremente dentro y fuera del territorio y se llegue a sentir seguro y cómodo. Esto ayuda al cliente a motivarse para participar e integrarse con el lugar. (Rainforest Alliance, 2005).	Levantamiento fotográfico que evidencie la presencia y funcionamiento de las características mencionadas.
			1 punto si cuenta con 2 de las características antes mencionadas.			
			0 puntos si cuenta con hasta 1 de las características antes mencionadas.			
14	Infraestructura de apoyo para el componente de festividades y eventos	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	2 puntos si cuenta con: (1)un centro para festividades o eventos, (2)servicios básicos (luz, agua, alcantarillado), (3)baterías higiénicas y (4)cajeros.	Se considera óptimo que un territorio tenga soporte de infraestructura según las características mencionadas para el desarrollo del turismo y la satisfacción del visitante en el lugar.	Se podrá conocer a cabalidad la infraestructura de apoyo que cuente el territorio el cual permita crear un ambiente de buenas relaciones, con lo cual el cliente final transita libremente dentro y fuera del territorio y se llegue a sentir seguro y cómodo. Esto ayuda al cliente a motivarse para participar e integrarse con el lugar. (Rainforest Alliance, 2005).	Levantamiento fotográfico que evidencie la presencia y funcionamiento de las características mencionadas.
			1 punto si cuenta con 2 de las características antes mencionadas.			
			0 puntos si cuenta con hasta 1 de las características antes mencionadas.			

15	Infraestructura de apoyo para el componente de recreación	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	2 puntos si cuenta con: (1)un lugar para actividades recreacionales, (2)lugares de acceso universal para la actividad recreacional y (3)baterías higiénicas.	Se considera óptimo que un territorio tenga soporte de infraestructura según las características mencionadas para el desarrollo del turismo y la satisfacción del visitante en el lugar.	Se podrá conocer a cabalidad la infraestructura de apoyo que cuente el territorio el cual permita crear un ambiente de buenas relaciones, con lo cual el cliente final transita libremente dentro y fuera del territorio y se llegue a sentir seguro y cómodo. Esto ayuda al cliente a motivarse para participar e integrarse con el lugar. (Rainforest Alliance, 2005).	Levantamiento fotográfico que evidencie la presencia y funcionamiento de las características mencionadas.
			1 punto si cuenta con 2 de las características antes mencionadas.			
			0 puntos si cuenta con hasta 1 de las características antes mencionadas.			
16	Infraestructura de apoyo para el componente vías de acceso	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	2 puntos si cuenta con: (1)gasolinera, (1)mecánica, (1)lavadora de autos y (1)vulcanizadora.	Se considera óptimo que un territorio tenga soporte de infraestructura según las características mencionadas para el desarrollo del turismo y la satisfacción del visitante en el lugar.	Se podrá conocer a cabalidad la infraestructura de apoyo que cuente el territorio el cual permita crear un ambiente de buenas relaciones, con lo cual el cliente final transita libremente dentro y fuera del territorio y se llegue a sentir seguro y cómodo. Esto ayuda al cliente a motivarse para participar e integrarse con el lugar. (Rainforest Alliance, 2005).	Levantamiento fotográfico que evidencie la presencia y funcionamiento de las características mencionadas.
			1 punto si cuenta con 2 de las características antes mencionadas.			
			0 puntos si cuenta con hasta 1 de las características antes mencionadas.			
17	Accesibilidad de tipos de transporte	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	2 puntos si al territorio ingresan todo tipo de vehículo terrestre, fluvial, férreo o marítimo.	Se considera óptimo que un territorio cuente con las facilidades de acceso vehicular, el mismo que permita el desplazamiento de las personas de un lugar a otro.	El servicio de transporte hace referencia al traslado de personas, objetos en un vehículo pesado o liviano que facilitan el traslado de los visitantes hacia un lugar determinado. El cual nos permitirá saber el tipo de transporte apropiado que pueda ingresar a las inmediaciones del atractivo. (Ministerio de Turismo, 2004).	Levantamiento in situ sobre las características de los accesos viales al territorio.
			1 punto si solo se puede ingresar con vehículo ox, cuadrones, camiones, camionetas, botes pequeños.			
			0 puntos si se puede ingresar solo por otros medios que no sean vehículos a motor.			
18	Facilidades de parqueo	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	2 puntos si cuenta con parqueadero o muelles con espacios disponibles para buses de turismo, furgonetas, botes o todo tipo de vehículos a motor.	Se considera óptimo que un territorio cuente con parqueadero para todo tipo de vehículos, logrando así que el visitante se sienta cómodo y seguro.	Se conoce como facilidades de parqueo al estacionamiento o espacio físico donde se deja el vehículo a motor por un tiempo indeterminado dando la facilidad que deberán tener los visitantes para parquear su transporte. (Gortari, 2000)	Levantamiento de información constatando que se dispone de un espacio físico con facilidad de parqueo para los visitantes.
			1 punto si solo cuenta con espacios para vehículos a motos pequeños.			

			0 puntos si no existe un servicio de parqueadero o muelles.			
19	Servicio de alojamiento	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	2 puntos si encontramos en el territorio 5 o más empresas de alojamiento.	Se considera óptimo que un territorio cuente con establecimientos de alojamiento, donde el visitante tenga la facilidad de pernoctar.	Se define alojamiento turístico como el servicio de hospedaje, es decir, es la acción y efecto donde una persona o un grupo de personas que pernoctó o un grupo de personas, es decir, es el alojamiento o donde acampan en un lugar determinado, generalmente en medio de un viaje (Casanueva & Gallego, 2009, p. 148-153)	Levantamiento de información sobre los lugares que presten el servicio de alojamiento.
			1 punto si encontramos en el territorio entre 2 a 4 empresas de alojamiento.			
			0 puntos si encontramos en el territorio 1 o menos empresa de alojamiento.			
20	Servicio de restauración	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	2 puntos si encontramos en el territorio 5 o más empresas de alimentos y bebidas.	Se considera óptimo que un territorio cuente con establecimientos de restauración, donde el visitante tenga facilidad de recibir el servicio de comidas y bebidas.	Es aquel establecimiento en el cual se ofrece a los clientes comidas y bebidas de diverso tipo para su consumo, el cual se basa principalmente en satisfacer las deferentes necesidades por las cuales un turista se acerca al sector. (Casanueva & Gallego, 2009, p. 159)	Levantamiento de información sobre los lugares que presten el servicio de alimentación.
			1 punto si encontramos en el territorio entre 2 a 4 empresas de alimentos y bebidas.			
			0 puntos si encontramos en el territorio 1 o menos empresas de alimentos y bebidas.			
21	Estado de funcionalidad del patrimonio cultural	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	2 puntos si cuenta con al menos cuatro características de entre: (1) lugar está pintado, (2) posee una fachada mantenida, (3) tiene un sistema de electricidad en funcionamiento, (4) agua apta para consumo humano, (5) accesos en buen estado y (6) aptos para todo tipo de personas.	Se considera óptimo que un territorio provea de funcionalidad de uso de su patrimonio turístico cultural, para de esta forma asegurar su uso correcto.	Funcionalidad hace referencia al conjunto de características que hacen que algo sea práctico y utilitario, dentro del indicador se tomará en cuenta las siguientes características; que el lugar se encuentre pintado, si posee una fachada en buen mantenimiento, si tiene un sistema de electricidad y un sistema de agua en funcionamiento, que el acceso se encuentre en buen estado y apto para todo tipo de persona. (UNESCO, 2004)	Levantamiento en el patrimonio cultural sobre el estado de funcionalidad. Verificación fotográfica.
			1 punto si cuenta con al menos 2 o 3 de las características antes mencionadas.			
			0 puntos si solo cuenta con hasta una de las características antes mencionadas.			
22		Último año. Levantamiento	2 puntos si tiene un horario establecido para recibir visitantes.	Se considera óptimo que un territorio cuente con la	El indicador se basa principalmente si está abierto a todo público, especifica claramente el horario de visitas,	Verificación in situ de los horarios de visitas para todo público.

	Horario permanente para recibir visitantes	de recolección de datos realizados en 4 meses.	1 punto donde se puede visitar temporalmente y a ciertos horarios. 0 puntos cuando no se puede visitar es cerrado o restringido.	facilidad de visita al lugar establecido, teniendo en cuenta que esté disponible en un horario continuo.	es decir, donde el público puede acceder a las instalaciones. (UNESCO, 2004)	
23	Etnicidad gastronómica	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	2 puntos si al menos 2 platos o bebidas solo se prepara en el territorio evaluado. 1 punto si al menos 1 plato o bebida solo se prepara en el territorio evaluado. 0 puntos si no cuenta con platos de etnicidad gastronómica.	Se considera óptimo que un territorio tenga contenido gastronómico propio.	Se valorará en base al criterio de unicidad gastronómica teniendo en cuenta si el plato es de la localidad. La alimentación y otros aspectos relacionados con la preparación, recetas, patrones de comportamiento relacionados con la alimentación, su significación simbólica con la región, con la economía y con la organización social y política de la tradición culinaria de cada comunidad, región o país, los cuales se han transmitido de forma verbal o escrita de generación en generación. (Fuentes, 2013, p. 115)	Levantamiento de la gastronomía local y verificación de la escala en la que es producida.
24	Promoción de la gastronomía	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	2 puntos si las comidas y bebidas locales son ofertadas permanentemente en empresas de alimentos y bebidas aptos para el visitante. 1 punto si solo se elabora en ocasiones especiales en empresas de alimentos y bebidas aptos para el visitante. 0 puntos si no se oferta en empresas de alimentos y bebidas aptos para el visitante.	Se considera óptimo que en un territorio la oferta gastronómica se pueda encontrar permanentemente.	Se valorará en base al criterio de la presencia de una oferta diaria o real gastronómica, es decir, cuando puede disfrutar de los diferentes platos. (Fuentes, 2013, p. 115)	Levantamiento de información sobre la disponibilidad del producto de comidas y bebidas para el visitante.
25	Productos para la preparación gastronómica	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	2 puntos si utilizan más del 51% de productos locales en al menos 2 recetas propias del territorio. 1 punto si utilizan el 50% productos internos y 50% productos externos para la preparación de al menos 1 receta propia del territorio.	Se considera óptimo que en un territorio la preparación de los diferentes platos, sean elaborados con el 100% de productos internos o locales.	Se tomará en cuenta la cantidad de productos internos y externos que se utiliza en la preparación de los diferentes platos típicos del cantón. (Fuentes, 2013, p. 115)	Levantamiento de información de la receta y verificación sobre si los productos son en su gran mayoría de producción local.

			0 puntos si utilizan más del 51% de productos externos al territorio en la receta.			
26	Nivel de atraktividad de demanda por parte de las festividades y eventos	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	2 puntos si al menos 1 festividad o evento registra visitantes internacionales.	Se considera óptimo que a un territorio lleguen diferentes tipos de visitantes (nacionales e internacionales), para el disfrute de sus festividades y eventos.	Se valorará en base al tipo de criterio de atracción por visitante a las diferentes festividades y eventos que se realizan en la localidad, teniendo en cuenta los siguientes eventos: eventos musicales, festivales étnicos, fiestas religiosas, torneos deportivos, congresos o seminarios y concursos bienales. (UNESCO, 2016)	Levantamiento de datos sobre el tipo de visitantes que llegan al territorio para sus festividades y eventos.
			1 punto si al menos 1 festividad o evento registra visitantes nacionales.			
			0 puntos si las festividades y eventos no registran visitantes fuera del territorio.			
27	Participación comunitaria en la gestión de festividades y eventos	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	2 puntos si en la gestión de las festividades y eventos hay colaboración de toda la comunidad: (1)actores públicos, (2)privados y (3)comunitarios.	Se considera óptimo que un territorio cuente con la participación de actores públicos, privados y comunitarios.	Se tomará en consideración el grado de participación de los diferentes actores públicos, privados y comunitarios, en las diversas festividades y eventos que se realizan en el territorio. (Chontasi, 2015)	Verificación de la información sobre la participación en las festividades y eventos por los diferentes actores.
			1 punto si en la gestión de las festividades y eventos solo participan 2 actores de los 3 antes mencionados.			
			0 puntos si existe la colaboración de 1 solo actor.			
28	Nivel de atraktividad de demanda por parte de las festividades recreacionales del territorio	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	2 puntos si al menos 1 actividades recreacional ofertada tiene visitantes internacionales.	Se considera óptimo que a un territorio lleguen diferentes tipos de visitantes, teniendo en cuenta las diferentes actividades recreacionales que se ofertan en el territorio.	Se valorará en base al tipo de criterio de atracción por visitante a las diferentes actividades que se realizan en la localidad tomando en consideración el enlace internacional, nacional y local que tienen el espacio donde se desarrolla las siguientes actividades: ciclismo, danza, montañismo, pesca deportiva, pintura, fútbol, senderismo, deportes de aventura, cabalgata, observación de aves. (García, 2008, p. 254)	Levantamiento de información sobre el tipo de visitantes que llegan por las diferentes actividades recreacionales, que se realizan en la localidad.
			1 punto si al menos 1 actividad recreacional ofertada tiene visitantes nacionales.			
			0 puntos si las actividades recreacionales ofertadas no registran visitantes fuera del territorio.			
29		Último año. Levantamiento	2 puntos si cuenta por lo menos con 1 vía arterial o de primer orden.	Se considera óptimo que para el acceso a un	Nos ayudará a identificar las diferentes vías de acceso al territorio, en base a los tipos de carreteras y redes viales	Levantamiento de información sobre el tipo de vías en el territorio.

	Tipo de vías para el acceso al territorio	de recolección de datos realizados en 4 meses.	1 punto si cuenta al menos con 1 vía intermunicipal o de segundo orden. 0 puntos si cuenta solo con vías de tercer orden.	territorio se disponga de diferentes tipos de carreteras y redes viales, las cuales tendrán conexiones con otros territorios.	que constituya la movilidad terrestre de vehículos, de diferentes tipos para el transporte de personas y cargas. (MTOPI, 2013)	Verificación en mapas viales oficiales.
30	Condiciones generales de las vías de acceso	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	2 puntos si cuenta con vías que cumplen al menos 4 de los siguientes criterios: (1) no congestionadas, (2) escénicas, (3) seguras, (4) con señalización, (5) con mantenimiento y (6) con paraderos. 1 punto si cuenta con por lo menos 3 de las características antes mencionadas. 0 puntos si cuenta con 2 o menos de las características antes mencionadas.	Se considera óptimo que dentro de un territorio las vías se encuentren en condiciones adecuadas para tener una mejor conexión.	Nos ayudará a identificar las principales características de las vías de acceso al territorio valorando si cuenta con las siguientes particularidades: vías no congestionadas, escénicas, seguras, con señalización, con mantenimiento y con paraderos. (Gortari, 2000)	Levantamiento de las características visibles de las vías de acceso.
31	Tipo de transporte	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	2 puntos si cuentan con oferta de transporte público y privado. 1 punto si cuentan con uno de los dos tipos de transporte. 0 puntos si no cuentan con ninguno de los dos tipos de transporte.	Se considera óptimo que dentro de un territorio cuente con diferentes tipos de transportes, para tener una mejor conexión.	Transporte es el medio de traslado de personas o bienes desde un lugar a otro, el cual facilitará el acceso al territorio, tomando en consideración si el transporte que llega es público o privado. (MTOPI, 2013, p. 76)	Levantamiento de información y horarios sobre la disponibilidad de los diferentes tipos de transporte.
32	Zonas de cruzamiento	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	2 puntos si cuenta con al menos 4 zonas de cruzamiento seguras, sobre las vías de acceso, en cada poblado por el que esta vía atraviese, se consideran zonas de cruzamiento a: (1) aceras, (2) cruce de calles, (3) cruce de calles reguladas por semáforos y (4) puentes peatonales. 1 punto si cuenta entre 2 a 3 zonas de cruzamiento, antes mencionadas.	Se considera óptimo que dentro y fuera de un territorio se cuente con zonas adecuadas de cruzamiento peatonal, con el fin de resguardar su seguridad.	Las zonas de cruzamiento hacen referencia a todo lugar público donde el peatón pueda transitar, con mayor seguridad. Las zonas de cruzamiento se caracterizan de la siguiente manera: aceras (veredas), cruce de calles, cruce de calles reguladas por semáforos y por puentes peatonales, los cuales facilitarán el tránsito y procuran la seguridad de las personas en las vías rápidas, valorando si en las vías de acceso al cantón cuenta con puentes peatonales. (Gortari, 2000)	Verificación in situ de la presencia de zonas de cruzamiento adecuadas.

			0 puntos si cuenta con una o menos zonas de cruzamiento seguras, antes mencionadas.			
33	Conectividad de las vías arteriales	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	2 puntos si cuentan con más de 5 vías de acceso que tienen conexión con vías de primer orden.	Se considera óptimo que en un territorio se localicen varias vías arteriales que conecten con vías de primer orden.	La conectividad con las vías arteriales permitirá dirigir un vehículo hacia otras provincias (MTO, 2013, p. 68)	Verificar en un mapa vial la conectividad de las vías del territorio.
			1 punto si cuentan con 3 o 4 vías de acceso con conexión con vías de primer orden.			
			0 puntos si hay menos de 2 vías con conexión a una vía de primer orden.			
34	Seguridad vial	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	2 puntos si las vías tienen un sistema de atención de emergencias (teléfono al costado de la vía para llamadas a bomberos, ambulancias, policía, entre otros.).	Se considera óptimo que dentro de un territorio se cuente con un sistema de seguridad vial adecuado.	La seguridad vial consiste en la prevención de accidentes de tránsito, la minimización de sus efectos, especialmente para la vida y la salud de las personas (Policía Nacional del Ecuador, 2016)	Verificación in situ sobre el sistema de seguridad que proveen las vías de un territorio.
			1 punto si las vías tienen conectividad a telefonía celular, para poder realizar una llamada de emergencia al 911, bomberos, ambulancias, policías.			
			0 puntos si no tienen ninguna conectividad para dar aviso de una emergencia.			
35	Facilidades de puntos de descanso en las vías de acceso	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	2 puntos si encontramos en las vías de acceso por lo menos un sitio de descanso que tenga: baterías sanitarias, cafetería y tiendas de abarrotes.	Se considera óptimo que dentro de un territorio cuente con sitios de descanso en las vías.	Es un espacio físico donde el visitante puede hacer una parada técnica el cual facilitará el descanso, para el uso de los siguientes servicios: baterías sanitarias y cafeterías. (ANT, 2011, p. 18)	Levantamiento in situ sobre los sitios de descanso con los que cuentan las vías de acceso al territorio.
			1 punto si encontramos en las vías de acceso por lo menos un sitio de descanso que al menos, dos de las características antes mencionadas.			
			0 puntos si encontramos en las vías de acceso un sitio de descanso que una o			

			menos de las características mencionadas.			
36	Vigilancia permanente	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	2 puntos si cuenta con UPC (Unidad de Policía Comunitaria), o similar.	Se considera óptimo que un territorio tenga una Unidad de Policía Comunitaria, la cual brinde el sistema de vigilancia y seguridad a la población y a los visitantes.	La vigilancia permanente se refiere a la seguridad que la unidad de policía comunitaria ofrece a sus habitantes, determinando diferentes condiciones de estabilidad. (Policía Nacional del Ecuador, 2016)	Verificación in situ del sistema de vigilancia en la población.
			1 punto si esta anexo a un circuito de seguridad de otro cantón.			
			0 puntos si no cuenta con un sistema de seguridad.			
37	Servicios de salud pública	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	2 puntos si cuenta con al menos un hospital público.	Se considera óptimo que un territorio cuente con centros médicos de salud pública disponible.	La salud pública es la disciplina encargada de la protección de la salud a nivel poblacional. Busca mejorar las condiciones de salud de las comunidades mediante la promoción de estilos de vida saludables. (Corte Constitucional del Ecuador, 2008)	Verificación in situ del sistema de centros de salud.
			1 punto si cuenta con centro o dispensarios médicos.			
			0 puntos si no cuenta con un centro médico.			
38	Centros médicos privados	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	2 puntos si existen más de 10 centros de salud privados o consultorios médicos en el territorio.	Se considera óptimo que un territorio cuente con centros o consultorios médicos de salud privada disponible.	La salud privada es proporcionada por entidades distintas al gobierno, empresas privadas a las que el ciudadano contribuyendo, suscribiéndose a seguros de salud. El cual nos permitirá conocer la cantidad de centros o consultorios médicos, que cuenta el territorio verificando si el servicio abastece satisfactoriamente del lugar de estudio. (Ministerio de Salud Pública, 2013, p. 32)	Verificación in situ del sistema de centros de salud.
			1 punto si existen entre 5 a 9 centros de salud privados o consultorios médicos en el territorio.			
			0 puntos si existe menos de 4 centros de salud o consultorios médicos en el territorio.			
39	Horarios de atención centros médicos	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	2 puntos si la atención en los centros de es permanente 24/7.	Se considera óptimo que un territorio cuente con centros o consultorios médicos que brinde la atención permanente.	Se tomará en cuenta la disponibilidad de atención que brinda los consultorios o centros médicos valorando si existe una atención 24 horas. (Corte Constitucional del Ecuador, 2008)	Verificación in situ del sistema de centros de salud.
			1 punto si la atención en los centros de salud es ocasional.			
			0 puntos si la atención en los centros de salud es con previa cita u ocasional.			

40	Servicios básicos	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	2 puntos si el 80-100% de la población cuenta con luz, agua, alcantarillado y telecomunicación.	Se considera óptimo que un territorio cuente con todos los servicios básicos, para la satisfacción del visitante y de la población.	Conoceremos el nivel de dimensión de los servicios básicos (luz, agua, alcantarillado y telecomunicación), dentro del territorio teniendo en cuenta la gestión que se ha desarrollado en el cantón. (Corte Constitucional del Ecuador, 2008)	Verificación según censo nacional.
			1 punto si el 50-79% de la población cuenta con luz, agua, alcantarillado y telecomunicación.			
			0 puntos si menos del 49% de la población cuenta con luz, agua, alcantarillado y telecomunicación			
41	Programa de manejo de desechos	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	2 puntos si el recolector de basura pasa por lo menos 3 veces a la semana.	Se considera óptimo que un territorio cuente con un programa de recolección de desechos, dando una buena imagen al territorio.	El programa de manejo de desechos sólidos contribuirá a minimizar la contaminación ambiental a través de la recolección y separación de los distintos desechos generados. (Rainforest Alliance, 2005)	Verificación in situ. Entrevistas con la población.
			1 punto si el recolector de basura pasa 2 veces por semana.			
			0 puntos si el recolector de basura pasa 1 o menos veces a la semana.			
42	Categorización de los alojamientos	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	2 puntos si tiene 4 o más categorías de alojamientos.	Se considera óptimo que dentro de un territorio exista diferentes tipos de alojamientos como: Hotel, Hostal, Hostería, Hacienda turística, Lodge, Resort, Refugio, etc. Los cuales permitirán la satisfacción del visitante.	La categorización de alojamientos se caracteriza por los servicios complementarios que presten cada establecimiento, entre los que destacan los relacionados con la manutención, ofreciendo otro tipo de servicios que pueden ir desde los más habituales de la animación, cafeterías o lugares de reuniones hasta otros más específicos como casinos y discotecas. (Ministerio del Turismo, 2016, p. 8)	Verificación in situ. Verificación catastro turístico nacional.
			1 punto si tiene de 2 a 3 categorías de alojamientos.			
			0 puntos si tiene 1 o ninguna categoría de alojamientos.			
43	Cantidad de alojamientos	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	2 puntos si el territorio tiene entre el 80-100% de camas disponibles respecto a la provincia.	Se considera óptimo que dentro de un territorio existan establecimientos de alojamiento que tengan la disponibilidad de al menos el 80% de camas con respecto a la provincia.	En el indicador podemos identificar la cantidad de alojamientos que encontramos en un cantón, principalmente para lograr la estadía del visitante y consiguiendo su satisfacción. (Catastro Consolidado Nacional, 2016)	Cruce entre la capacidad de camas del cantón con respecto a la provincia, según catastro turístico nacional.
			1 punto si el territorio tiene entre 50-79% de camas disponibles respecto a la provincia.			
			0 puntos si posee menos del 49% de camas disponibles respecto a la provincia.			

44	Trabajo conjunto entre diferentes prestadores del servicio turístico.	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	2 puntos si existe 1 asociación entre al menos 3 prestadores de servicio como: (1)restauración, (2)servicio de transporte, (3)alojamiento y (4) agencias de viaje. 1 punto si existe 1 asociación que cuenta con miembros de al menos 2 de los servicios antes mencionados. 0 puntos si no existe asociación entre 2 o más tipos de servicios turísticos.	Se considera óptimo que dentro de un territorio exista un trabajo en conjunto con los diferentes prestadores de servicio turístico, que faciliten la comodidad del visitante.	Se refiere a aquellos servicios que se encuentran asociados dentro de un espacio o ámbito geográfico delimitado, tomando en cuenta los prestadores de servicios como: restauración, servicio de transporte, alojamiento. (García, 2008, p. 258)	Verificación de la existencia y operación de una asociación del gremio turístico.
45	Certificaciones de calidad nacionales e internacionales	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	2 puntos si al menos una empresa cuenta con 1 certificación internacional y 1 nacional. 1 punto si al menos 1 empresa cuenta con unas de las dos certificaciones. 0 puntos si no cuenta con ninguna certificación.	Se considera óptimo que dentro de un territorio las empresas de alojamientos cuenten con certificaciones de calidad y sostenibilidad nacionales e internacionales.	La gestión de calidad permite integrar la rentabilidad y la sostenibilidad en la empresa, con la adecuada administración empresarial, es decir, permite organizar la empresa y a su personal hacia la obtención de servicios y productos de calidad. (Servicio de Acreditación Ecuatoriano, 2013)	Verificación de las certificaciones turísticas en el territorio.
46	Cantidad de empleo generado	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	2 puntos si las empresas turísticas generan más del 1.4% de empleo local con respecto a la provincia. 1 punto si las empresas turísticas generan entre el 1.3% al 1% de empleo local. 0 puntos si las empresas turísticas generan menos 0.9% de empleo local.	Se considera óptimo que los servicios turísticos dentro de un cantón generen más del 1.4% del empleo respecto al total provincial.	La cantidad de empleo dentro de un territorio es considerada como una alternativa para dinamizar la economía local, el tema alcanza con mayor transcendencia cuando es vinculado a los centros turísticos, como una escala de desarrollo a nivel local, mejorando la calidad de vida de los pobladores del lugar. (Chontasi, 2015)	Cruce entre la generación de empleo del cantón con la provincia, según catastro turístico nacional.
47	Categorización de restaurantes	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	2 puntos si el cantón tiene 4 o más categorías de restauración. 1 punto si el cantón tiene de 2 a 3 categorías de restauración. 0 puntos si el cantón tiene 1 o ninguna categoría de restauración.	Se considera óptimo que dentro de un territorio existan diferentes tipos de restauración como: restaurantes, bares, cafeterías, cafés-bares, empresas de catering, comida rápida, los cuales	Las empresas de restauración son las encargadas de prestar el servicio de alimentación y/o bebidas, satisfaciendo las necesidades de los visitantes. (Casanueva & Gallego, 2009)	Levantamiento fotográfico según diferentes tipos de prestadores de servicios de restauración.

				permitirán la satisfacción del visitante.		
48	Cantidad de restaurantes	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	2 puntos si el cantón tiene entre 80-100% de mesas disponibles comparado con la provincia.	Se considera óptimo que dentro de un territorio existan establecimientos de restauración, que tengan disponibilidad para atender a la demanda turística.	En el indicador podemos identificar la cantidad de restaurantes que encontramos en el territorio, principalmente para lograr satisfacer la necesidad biológica de los visitantes. (Catastro Consolidado Nacional, 2016)	Comparación de la oferta de mesas de los restaurantes del cantón con la provincia, según catastro turístico nacional.
			1 punto si el cantón tiene entre 50-79% de mesas disponibles comparado con la provincia.			
			0 puntos si el cantón tiene menos del 49% de mesas disponibles comparado con la provincia.			
49	Categoría de transporte turístico	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	2 puntos si el territorio cuenta con al menos con 2 de los 4 tipos de transporte turístico: (1)terrestre, (2)fluvial, (3)lacustre, (4)aéreo.	Se considera óptimo que dentro de un territorio exista transporte turístico, el cual facilite el desplazamiento del visitante de un punto a otro, como: terrestre, fluvial, lacustre, aéreo y marítimo.	El transporte es un factor determinante del producto turístico, representa el medio de llegar a un territorio, es un medio necesario para los desplazamientos dentro de un lugar visitado. (Casanueva & Gallego, 2009)	Verificación in situ según el registro de empresas de transporte del catastro turístico nacional.
			1 punto si el cantón cuenta con al menos 1 de los 4 tipos de transporte turístico.			
			0 puntos si no cuenta con transporte turístico.			
50	Tipo de transporte turístico	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	2 puntos si cuenta con al menos 4 tipos de unidades de transporte turístico como: (1)buses, (2)busetas, (3)automóviles,(4)avión, (5)avioneta, (5)helicóptero, (6)barcos, (7)canoas, (8)lanchas, (9)balsas, entre otros.	Se considera óptimo que dentro de un territorio exista transporte turístico como: buses, busetas, automóviles, barcos, lanchas, canoas, balsas, avión, avioneta, helicóptero, los cuales faciliten el desplazamiento del visitante.	El transporte turístico es otro de los servicios básicos dentro del sector turístico el cual permite la movilización de las personas y los mismos deben estar debidamente habilitados, desde y hacia los establecimientos o sitios de interés turístico. (Ministerio de Transporte Terrestres, 2008)	Verificación in situ de los diversos tipos de transporte turístico con los que cuenta el territorio.
			1 punto si cuenta entre 2 o 3 de los diferentes tipos de transporte.			
			0 puntos si cuenta con 1 o menos tipos de transporte turístico.			
51	Cantidad de transporte	Último año. Levantamiento	2 puntos si cuenta con 8 o más unidades de transporte turístico.	Se considera óptimo que dentro de un territorio	En el indicador podemos identificar la cantidad de transporte turístico que tiene el territorio, principalmente	

	turístico en el territorio	de recolección de datos realizados en 4 meses.	1 punto si cuento con 2 a 7 unidades de transporte turístico. 0 puntos si cuenta con 1 o ninguna unidad de transporte turístico.	existan varias unidades de transporte turístico.	para lograr satisfacer la necesidad de desplazamiento del visitante. (Catastro Consolidado Nacional, 2016)	Verificación in situ del número de unidades de transporte turístico que operan en el territorio.
52	Tipo de visitantes que llegan por la operación turística	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	2 puntos si llegan las (2) clases de turistas por concepto de operación turística del territorio ((1)doméstico y (2)receptivo). 1 punto si llega 1 de las 2 clases de visitante. 0 puntos si no llega ningún tipo de visitante por concepto de operación turística.	Se considera óptimo que dentro de un territorio existan diferentes tipos de visitantes, mediante los cual favorezcan el desarrollo del lugar de estudio.	Se tomará en cuenta principalmente la operación turística manejada por empresas (agencias de viajes). (Sancho, 1998, p. 47)	Verificación in situ mediante encuesta.
53	Género del visitante	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	2 puntos si existe al menos una relación de 42% mujeres y 58% hombres en el lugar, lo que se considera equitativo. 1 punto si existe una relación de 59% de hombre o mujeres lo que no es equitativo. 0 puntos si solo un género visita el lugar.	Se considera óptimo que exista la equidad de género para el uso de los servicios turísticos.	Hace referencia a la adecuación de los entornos, productos y servicios turísticos de modo que permitan el acceso, uso y disfrute a todos los usuarios. (OMT, 2015)	Verificación in situ mediante encuesta.
54	Rango de edad del visitante	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	2 puntos si el territorio es visitado por personas de todo tipo de edad. 1 punto si el territorio es visitado por niños, jóvenes y adultos. 0 puntos si el territorio es visitado solo por dos grupos de edad.	Se considera óptimo que exista la visita de todo tipo de edad.	Todos somos demandantes de entornos, productos y servicios accesibles en algún momento de nuestras vidas, bien por discapacidad, enfermedad, accidente, embarazo, niños, jóvenes y adultos, o simplemente por llevar un equipaje de dimensiones considerables o no estar familiarizado con el entorno. (OMT, 2015)	Verificación in situ mediante encuesta.
55	Frecuencia de visita al territorio, por	Último año. Levantamiento de recolección de datos	2 puntos si los visitantes llegan de 5 a más veces al año. 1 punto si los visitantes llegan entre 2 a 4 veces al año.	Se considera óptimo que dentro de un territorio existan visitas frecuentes al lugar de estudio.	Fidelización es una estrategia de marketing la cual permite que las empresas consigan clientes fieles a sus marcas, es importante señalar que la fidelización no es lo mismo que retener al cliente, pues para que un cliente	Verificación in situ mediante encuesta.

	parte del visitante	realizados en 4 meses.	0 puntos si los visitantes llegan solo 1 vez al año.		sea fiel a un producto o un servicio, debe tener la voluntad de adquirirlo sin un compromiso establecido, las ganas de comprarlo por considerar que se trata de un producto de calidad bastaran para que el cliente permanezca atado moralmente al producto. (Venemedia, 2014)	
56	Motivación de viaje del visitante	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	2 puntos si los visitantes manifiestan llegar por lo menos por 5 diferentes motivaciones de viaje como: (1)religión, (2)gastronomía, (3)lugares de relevancia natural y cultural, (4)vida nocturna, (5)visita a familiares y amigos, (6)turismo de aventura, (7)eventos culturales, (8)turismo de deportes, (9)compras, (10)profesional / negocios, entre otros.	Se considera óptimo que dentro de un territorio exista oferta para satisfacer la diversidad de motivaciones de viaje.	La motivación para viajar representa el estímulo inicial que pone en marcha todo el proceso decisorio posterior. Según Maslow (Sancho, 1998), estas motivaciones vienen determinadas por una serie de necesidades que afectan a todos los individuos y se hayan dispuestas jerárquicamente en un orden de preferencia para ser satisfechas.	Verificación in situ mediante encuesta.
			1 punto si los visitantes manifiestan llegar por entre 2 a 4 motivaciones de viaje.			
			0 puntos si los visitantes llegan por 1 sola motivación de viaje.			
57	Conformación del grupo de visitantes	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	2 puntos si los visitantes llegan: (1)solos, (2)en pareja y (3)en grupo (amigos, familia).	Se considera óptimo que dentro de un territorio exista la visita de todo tipo de conformación grupal.	Una persona necesita realizar su viaje con máxima independencia y satisfacción desde la planificación hasta la vuelta a casa. (OMT, 2015)	Verificación in situ mediante encuesta.
			1 punto si los visitantes llegan de 2 formas de las 3 estipuladas.			
			0 puntos si llega solo de 1 forma grupal.			
58	Entidades que promueven la promoción y	Último año. Levantamiento de recolección de datos	2 puntos si la promoción y difusión es por parte del (1)Gobierno Autónomo Descentralizado y los (2)prestadores de servicios turísticos	Se considera óptimo que, en un territorio, tenga una promoción y comercialización por parte	Se conocerán quienes son los actores principales de la promoción de un territorio, teniendo en cuenta que la promoción es la comunicación persuasiva que motiva a	Verificación de la promoción hecha por los actores del territorio.

	comercialización del territorio	realizados en 4 meses.	1 punto si la promoción y difusión es por parte de 1 de los dos actores turísticos. 0 puntos si no existe ninguna promoción y difusión del territorio.	de las entidades públicas y privadas.	las personas a comprar lo que una organización vende. (García, 2008, p. 251)	
59	Nivel de promoción y comercialización en el territorio	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	2 puntos si existe una promoción a escala (1)local, (2)nacional e (3)internacional.	Se considera óptimo que un territorio cuente con los diferentes niveles de promoción y comercialización.	Se conocerá el nivel de promoción y alcance que tiene el cantón en los diferentes niveles. (García, 2008, p. 254)	Verificación de la promoción hecha por los actores del territorio.
			1 punto si cuenta con 2 de las 3 escalas de promoción.			
			0 puntos si existe 1 o ninguna escala de promoción.			
60	Medios de difusión del territorio	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	2 puntos si la difusión se ha realizado por lo menos en 4 de los siguientes medios: (1)radio, (2)televisión, (3)redes sociales, (4)trípticos, (5)revistas, (6)páginas web, entre otros.	Se considera óptimo que un territorio tenga una apropiada difusión por los diferentes medios de comunicación.	Se analiza principalmente el medio de comunicación por el cual el visitante obtienen información para acceder al territorio, teniendo en cuenta las siguientes características: radio, tv, redes sociales, ferias locales y páginas web. (García, 2008, p. 253)	Verificación de la promoción hecha por los actores del territorio.
			1 punto si por lo menos se han realizado información en 2 o 3 de los medios antes mencionados.			
			0 puntos si se han utilizado en 1 o menos medios de promoción.			
61	Diversificación de idiomas en la promoción	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	2 puntos si el territorio cuenta con material promocional en 3 o más idiomas.	Se considera óptimo que un territorio cuente con tres idiomas al momento de promocionar y comercializar un producto.	La diversificación de los idiomas es importante al momento de promocionar y comercializar un territorio. (Rainforest Alliance, 2005)	Verificación de la promoción hecha por los actores del territorio.
			1 punto si el territorio cuenta con material promocional por lo menos en 2 idiomas.			
			0 puntos si el territorio cuenta con material promocional por lo menos en 1 idioma.			

62	Cantidad de operadoras de viaje	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	2 puntos si existen 4 o más operadoras turísticas en el territorio. 1 punto si existe 2 a 3 operadoras turísticas en el territorio. 0 puntos si existe 1 o ninguna operadora turística.	Se considera óptimo que un territorio cuente con varias operadoras de viajes que planifiquen y ejecuten circuitos turísticos en el territorio.	Una agencia de viajes es una empresa asociada al turismo, cuyo oficio es la intermediación, organización y realización de proyectos, planes e itinerarios, elaboración y venta de productos turísticos entre sus clientes y determinados proveedores de viajes. (García, 2008, p. 258)	Verificación de agencias de viajes operadoras en el territorio, según catastro nacional.
63	Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (PDOT)	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	2 puntos si el territorio posee 1 Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial, que sea actualizado a la fecha de evaluación 1 punto si por lo menos posee 1 Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial, aunque no esté completo o actualizado. 0 puntos si no posee ningún Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial	Se considera óptimo que un territorio cuente con un Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial, el cual brinde información a la población y a los visitantes.	El sistema territorial se entiende por la interrelación dinámica del medio físico, la población que habita en él, sus actividades económicas y productivas y los medios de relación. (COOTAD, 2012)	Verificación de la presencia de un Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial, aprobado y en ejecución.
64	Estrategias que estén vinculados al turismo dentro del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (PDOT)	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	2 puntos si el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial por lo menos tiene 3 o más estrategias vinculadas al desarrollo del turismo. 1 punto si el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial por lo menos tienen 1 o 2 estrategias vinculadas al desarrollo del turismo. 0 puntos si el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial no contempla ninguna estrategia vinculada al desarrollo del turismo.	Se considera óptimo que un territorio cuente con varias estrategias vinculadas al turismo, que les permita promocionar los diferentes productos que ofrece el lugar.	Una estrategia es el conjunto de acciones que implementarán en un contexto determinado con el objetivo de lograr el fin propuesto. (Venemedia, 2014)	Verificación de la presencia de estrategias vinculadas al desarrollo del turismo en el PDOT aprobado y en ejecución.
65	Plan de desarrollo del turismo en el PDOT	Último año. Levantamiento de recolección de datos	2 puntos si dentro del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial se habla directamente de un plan de desarrollo del turismo.	Se considera óptimo que dentro del PDOT que maneja un territorio se mencione, objetivos	Se tendrá en cuenta si dentro del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial, se habla sobre el desarrollo de la actividad turística. (Gobierno Autónomo Descentralizado Morona, 2012)	Verificación de la presencia de un plan de desarrollo del turismo en el PDOT aprobado y en ejecución

		realizados en 4 meses.	1 punto si dentro del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial se habla indirectamente del turismo.	estratégicos que hablen sobre el turismo y desarrollo en actividades turísticas que contribuyan a la economía.		
			0 puntos si no se habla nada sobre turismo.			
66	Centro de información	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	2 puntos si existe 1 centro de información turística.	Se considera óptimo que un territorio cuente con un centro de información turística, para que el visitante tenga el mayor acceso a la información turística del lugar.	Se tendrá en cuenta si el cantón posee un centro de información (García, 2008)	Verificación de la presencia de un centro de información de turismo en el territorio.
			1 punto si por lo menos hay 1 agente que brinde información turística en el Gobierno Autónomo Descentralizado.			
			0 puntos si no tiene ninguna de las opciones antes mencionadas.			
67	Funcionarios en la dirección de turismo	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	2 puntos si tiene 3 o más funcionarios en la dirección de turismo.	Se considera óptimo que un territorio cuente con personal de apoyo para el desarrollo del turismo.	Se tendrá en cuenta el personal que posee la institución, para cumplimiento de sus funciones en el ámbito turístico. (Ministerio Turismo, 2008)	Verificación in situ de la existencia de la dirección con el número de funcionarios.
			1 punto si por lo menos hay 1 o 2 funcionarios en la dirección de turismo.			
			0 puntos si no tiene ningún funcionario encargado del turismo.			
68	Colaboración de instituciones con el territorio	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	2 puntos si el desarrollo turístico del territorio cuenta con la colaboración de al menos 3 de los siguientes actores: (1)Estado, (2)instituciones privadas, (3)públicas, (4)ONG's, (5)organizaciones comunitarias, (6)instituciones académicas y (7)asociaciones de la sociedad civil.	Se considera óptimo que en un territorio exista la participación de instituciones para el desarrollo de la actividad turística en el lugar.	Se tendrá en cuenta la participación y colaboración de instituciones que posee el cantón en el lugar de estudio como: el Estado, Instituciones privadas, públicas, ONG's, comunitarias, académicas. (Rainforest Alliance, 2005)	Verificación de los apoyos recibidos por parte de los actores territoriales, para el desarrollo del turismo.
			1 punto si el desarrollo del turismo cuenta con el respaldo de al menos 2 actores de los antes mencionados.			
			0 puntos si el desarrollo del turismo cuenta con 1 o ningún apoyo de los actores antes mencionados.			

69	Acceso a datos de los agentes encargados del turismo	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	2 puntos si se encuentra en la web del Gobierno Autónomo Descentralizado los datos de contacto de la persona encargada del desarrollo del turismo en el territorio como: nombre, teléfono y e-mail.	Se considera óptimo que la persona encargada del desarrollo turístico en el territorio tenga datos de contacto visibles al público en general.	En el indicador hace referencia al acceso de datos de los diferentes funcionarios de turismo, se medirá si se puede encontrar diferentes datos como: nombre, teléfono y e-mail. (García, 2008)	Verificación sobre la facilidad para acceder a los datos de la persona encargada del desarrollo turístico en el territorio.
			1 punto si se encuentra en la web del Gobierno Autónomo Descentralizado datos de la dirección de turismo.			
			0 puntos si no se puede encontrar datos de la persona encargada del desarrollo del turismo en el territorio.			
70	Alineación con tendencias turísticas	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	2 puntos si en el territorio se ofrecen actividades alineadas con 5 a más tendencias del turismo como: (1)turismo comunitario, (2)científico, (3)ecoturismo, (4)agroturismo, (5)histórico, (6)religioso, (7)cultural, (8)aventura, (9)gastronómico, (10)salud, entre otros.	Se considera óptimo que en un territorio se puedan desarrollar diferentes actividades alineadas con tendencias del turismo en el lugar de estudio.	La evaluación del potencial turístico de un territorio debe tener en cuenta la evolución de las condiciones exteriores generales, sobre todo, de las tendencias que afectan al comportamiento de los consumidores: se trata en efecto, de anticiparse a las oportunidades y riesgos ligados a las nuevas expectativas de las diferentes clientelas, con el fin de poder elaborar nuevos productos turísticos adaptados a la evolución de todos estos elementos (Grassmann, 1996)	Verificación de la oferta de actividades turísticas alineadas con las tendencias del sector.
			1 punto si en el territorio se ofrecen actividades alineadas con 2 o 4 tendencias del turismo.			
			0 puntos si en el territorio se ofrecen 1 o menos actividades alineadas con las tendencias del turismo.			
71	Existencia de departamento, gerencia o subgerencia de turismo perteneciente al Gobierno	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	2 puntos si el territorio cuenta con un departamento de turismo perteneciente al Gobierno Autónomo Descentralizado.	Se considera óptimo que exista un departamento, gerencia o subgerencia de turismo que pertenezca un 100% al Gobierno Autónomo Descentralizado.	Las oficinas de información turística se definen como aquellos servicios públicos dependientes y creados en general por una Administración Pública o en colaboración con otras entidades, que tiene como objetivo gestionar todos los servicios relacionados con la atención, orientación y asesoramiento de los visitantes, así como organizar la coordinación,	Verificación mediante visita de campo al Gobierno Autónomo Descentralizado
			1 punto si el territorio cuenta con un departamento perteneciente un 50% al Gobierno Autónomo Descentralizado y			

	Autónomo Descentralizado		un 50% a una entidad ajena al Gobierno Autónomo Descentralizado. 0 puntos si el territorio no cuenta con departamento perteneciente al Gobierno Autónomo Descentralizado.		promoción y comercialización de los productos turísticos de su demarcación territorial. (Romero, C.)	
72	Convenios de investigación turística entre la entidad de turismo encargada y las instituciones académicas de investigación.	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	2 puntos si la entidad de turismo encargada cuenta con 5 o más convenios de investigación en turismo con instituciones académicas de investigación. 1 punto si la entidad de turismo encargada cuenta con 4 o 3 convenios de investigación en turismo con instituciones académicas. 0 puntos si la entidad de turismo encargada de cuenta con 2 o menos convenios de investigación en turismo con instituciones académicas.	Se considera óptimo que un departamento con dirección turística cuente con convenios de investigación turística, para el fomento del turismo en su territorio.	La coordinación inter-Institucional son requisitos institucionales imprescindibles para que los datos se pongan a disposición, por ejemplo, realización de convenios con entidades académicas, que generen investigación turística. (Sánchez, 2007)	Verificación de los convenios de investigación turística con los que cuenta la entidad de turismo encargada.
73	Número de investigaciones que se realiza por parte de la institución de regulación del turismo.	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	2 puntos si la institución reguladora de turismo del territorio realiza por lo menos 4 investigaciones sobre turismo al año. 1 punto si la institución reguladora de turismo del territorio realiza por lo menos 2 o 3 investigaciones de turismo al año. 0 puntos si la institución reguladora de turismo del territorio realiza 1 o menos investigación por año.	Se considera óptimo que la institución reguladora del turismo en el territorio realice una investigación por semestre.	Es el conjunto de procesos, organizado y sistemático que busca el mejor conocimiento de los sistemas turísticos, tanto en su estructura interna (servicio turístico - turista) como en su relación espacio temporal con otros sistemas o entornos. (Torres, E. 2006)	Verificación mediante investigación en la entidad de turismo encargada.
74	Registro de los emprendimientos turísticos con los que cuenta el	Último año. Levantamiento de recolección de datos	2 puntos si la entidad reguladora de las actividades turísticas lleva un registro trimestral de los emprendimientos turísticos del territorio.	Se considera óptimo que la entidad reguladora de las actividades turísticas lleve un registro de los	Un emprendimiento turístico es cualquier negocio que se dedique a atender las necesidades de las personas que llegan a una ciudad o país específico, como así también a los viajeros locales. (Filippi, P. et, all. S,f.)	Verificación del registro de los emprendimientos turísticos en la entidad reguladora de las actividades turísticas del territorio

	territorio en una entidad reguladora de las actividades turísticas.	realizados en 4 meses.	1 punto si la entidad reguladora de las actividades turísticas lleva un registro semestral o anual de los emprendimientos turísticos del territorio	emprendimientos turísticos del territorio.		
			0 puntos si la actividad reguladora no lleva un registro de los emprendimientos turísticos del territorio.			
75	Número de alianzas con fines turísticos entre el sector público y privado fines turísticos entre el senador a por parte de instituciones para que los datos se pongan a disposición	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	2 puntos existen al menos 5 tipos de alianzas con fines turísticos entre los sectores (público, privado y comunitario)	Se considera óptimo que exista al menos tres tipos que exista alianzas con fines turísticos entre el sector público, privado y comunitario.	Las sinergias entre pequeñas empresas dedicadas a industrias auxiliares del turismo ayudan a las PYMES a competir con las grandes. La unión entre comercios locales hará que se puedan ofrecer nuevas experiencias a los clientes. (Casilda, A. 2015)	Verificación de las alianzas con fines turísticos, la entidad de turismo encargada en el territorio.
			1 punto si existen entre 2 a 4 tipos de alianzas con fines turísticos entre los sectores (público, privado y comunitario)			
			0 puntos si existe 1 o ningún tipo de alianza con fines turísticos entre los sectores (público, privado y comunitario)			
76	Gasto turístico	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	2 puntos si el visitante gasta por día 26 USD o más en su visita al territorio.	Se considera óptimo que un turista tenga un gasto diario en el territorio de más de 25 USD por persona	Se entiende como todo gasto de consumo efectuado por un visitante o por cuenta de un visitante, para y durante su desplazamiento y su estancia en el lugar de destino, la presente definición está en función de las recomendaciones de la Organización Mundial del Turismo (OMT). El gasto de consumo turístico incluye todos los bienes y servicios consumidos y relacionados con el viaje, comprendiendo una amplia variedad de productos que van desde aquellos inherentes al viaje y la estadía hasta pequeñas compras de bienes durables para uso personal y regalos para familia y/o amigos.	Verificación mediante encuesta de gasto por día al visitante (pregunta de encuesta para componente consumidor)
			1 punto si el visitante gasta por día entre 10 a 25 USD, en su visita al territorio.			
			0 puntos si el visitante gasta por día menos de 9 USD, en su visita al territorio.			

77	Estudios de capacidad de carga	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	2 puntos si la entidad encargada cuenta con por lo menos 1 estudio de capacidad de carga de sus atractivos en el último año. 1 punto si la entidad encargada cuenta con por lo menos 1 estudios de capacidad de carga mayor a 1 año, pero menor de 5 años. 0 puntos si la entidad encargada no cuenta con estudios de capacidad de carga.	Se considera óptimo que dentro de un territorio existan estudios sobre capacidad de carga.	La capacidad de carga hace referencia al número máximo de visitantes que puede contener un determinado espacio, recurso, destino turístico; en otras palabras, el límite más allá del cual la explotación turística de un recurso, destino es insostenible por perjudicial. (Universidad Complutense de Madrid, s,f.)	Por medio de la constatación de estudio de capacidad de carga, en la institución encargada.
78	Implementación de políticas de comportamiento del visitante en la actividad turística	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	2 puntos si en el territorio al momento de ejercer una actividad turística, se observa políticas de comportamiento en 2 más idiomas. 1 punto si en el territorio al momento de ejercer una actividad turística, se observa políticas de comportamiento en 1 idioma. 0 puntos si en el territorio no se observa políticas de comportamiento para el visitante, al momento de ejercer una actividad turística.	Se considera óptimo que un territorio cuente con políticas de comportamiento para los visitantes a un determinado atractivo turístico.	Debbage (1991), argumentó que el comportamiento de los turistas está determinado por varios factores que responden a la motivación y a la personalidad del turista.	Verificación in situ, mediante la apreciación de políticas publicadas o exhibidas a los visitantes.
79	Políticas de fijación de precios en servidores turísticos	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	2 puntos si la institución encargada mantiene 1 control semestral con respecto a la fijación de precios en los prestadores de servicios turísticos. 1 punto si la institución encargada mantiene un control anual con respecto a la fijación de precios en los prestadores de servicios turísticos. 0 puntos si la institución encargada no mantiene un control con respecto a la	Se considera óptimo que dentro de un territorio se establezcan políticas de fijación de precios a los servidores turísticos, con la finalidad de mantener un control y evitar problemas en los precios establecidos.	Política de precios, es el conjunto de normas, criterios, lineamientos y acciones que se establecen para regular y fijar la cantidad de ingresos que provienen de la venta de bienes o servicios, que produce el sector público a través de sus dependencias y entidades. (Campo, S. 2013)	Verificación mediante entrevista en la institución encargada.

			fijación de precios en los prestadores de servicios turísticos.			
80	Control en actividades de aventura	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	2 puntos si la institución encargada de las actividades turísticas mantiene un control semestral con respecto a la práctica de los deportes de aventura.	Se considera óptimo que dentro de un territorio se mantenga un control para la práctica de los deportes de aventura, por parte de la institución encargada.	Actividades que impliquen interacción con el medio ambiente natural y que contengan elementos de riesgo aparente o real cuyo resultado, aunque incierto, puede estar influenciado por el perfil del participante y otras circunstancias de manera relativa. (Ewer, 1989)	Verificación mediante entrevista en la institución encargada
			1 punto si la institución encargada de las actividades turísticas mantiene un control anual con respecto a la práctica de los deportes de aventura.			
			0 puntos si la institución encargada de las actividades turísticas no mantiene control con respecto a la práctica de los deportes de aventura.			
81	Obtención de licencia de funcionamiento	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	2 puntos si entre el 80-100% de establecimientos turísticos en el cantón, cuentan con licencia de funcionamiento.	Se considera óptimo que dentro de un territorio entre el 80-100% de establecimientos turístico (restaurantes, alojamiento, bares, etc.), cuenten con licencia de funcionamiento.	Es la autorización que otorga la municipalidad para el desarrollo de cualquier actividad económica comercial, industrial o de servicios, con o sin fines de lucro, en un establecimiento determinado y a favor del titular (Diario Oficial el peruano, 2012).	Verificación in situ, mediante establecimientos que brindan servicio turístico
			1 punto si entre el 50-79% de establecimientos turísticos en el cantón, cuentan con licencia de funcionamiento.			
			0 puntos si menos del 49% de establecimientos turísticos en el cantón, cuentan con licencia de funcionamiento.			
82	Temporada de visita al territorio, por parte del visitante	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	2 puntos si los visitantes llegan al territorio de manera indistinta, es decir, (1)entre semana, (2)finde semana, (3)vacaciones o (4)feriados.	Se considera óptimo que los visitantes lleguen a un territorio de manera indistinta, generando beneficios por concepto turístico, no solo en época de vacaciones, que es	Fidelización es una estrategia de marketing la cual permite que las empresas consigan clientes fieles a sus marcas, es importante señalar que la fidelización no es lo mismo que retener al cliente, pues para que un cliente sea fiel a un producto o un servicio, debe tener la voluntad de adquirirlo sin un compromiso establecido, las ganas de comprarlo por considerar que se trata de un	Verificación in situ mediante encuesta.
			1 punto si los visitantes, llegan al territorio solo en 2 de las 4 posibles temporalidades descritas.			

			0 puntos si los visitantes llegan al territorio por 1 o ninguna de las temporalidades descritas.	donde más viajan los visitantes.	producto de calidad bastaran para que el cliente permanezca atado moralmente al producto. (Venemedia, 2014)	
83	Consumo de alojamiento, por parte de los visitantes	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	2 puntos si más del 50% de visitantes, consumen el servicio de alojamiento durante su estadía.	Se considera óptimo que los visitantes lleguen a un territorio y consuman el servicio de alojamiento.	Se entiende como todo gasto de consumo efectuado por un visitante o por cuenta de un visitante, para y durante su desplazamiento y su estancia en el lugar de destino. (OMT Organización Mundial de Turismo)	Verificación in situ mediante encuesta.
			1 punto si entre el 15% al 49% de visitantes, consumen el servicio de alojamiento durante su estadía.			
			0 puntos si menos del 15% de los visitantes consumen el servicio de alojamiento durante su estadía.			
84	Calificación de los visitantes al servicio turístico de alojamiento	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	2 puntos si más del 80% de los visitantes calificaron como excelente su experiencia con respecto al servicio de alojamiento en el territorio.	Se considera óptimo que los visitantes mantengan una satisfacción excelente, por parte del servicio de alojamiento en el territorio visitado.	La satisfacción del turista es de suma importancia para las empresas y destinos que quieren obtener los beneficios provenientes de un turismo desarrollado (Kotler, Bowen & Makens, 2005)	Verificación in situ mediante encuesta.
			1 punto si entre el 51 al 79% de los visitantes calificaron como muy bueno su experiencia con respecto al servicio de alojamiento en el territorio.			
			0 puntos si más del 50% de los visitantes calificaron como bueno o malo su experiencia con respecto al servicio de alojamiento en el territorio.			
85	Calificación de los visitantes al servicio turístico de alimentación	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	2 puntos si más del 80% de los visitantes calificaron como excelente su experiencia con respecto al servicio de alimentación en el territorio.	Se considera óptimo que los visitantes mantengan una satisfacción excelente, por parte del servicio de alimentación en el territorio visitado.	La satisfacción del turista es de suma importancia para las empresas y destinos que quieren obtener los beneficios provenientes de un turismo desarrollado (Kotler, Bowen & Makens, 2005)	Verificación in situ mediante encuesta.
			1 punto si entre el 51 al 79% los visitantes calificaron como muy bueno su experiencia con respecto al servicio de alimentación en el territorio.			

			0 puntos si el 50% o más de los visitantes calificaron como bueno o malo su experiencia con respecto al servicio de alimentación en el territorio.			
86	Duración de la estadía por parte del visitante	Último año.	2 puntos si los visitantes se quedan en el territorio por más de 4 días.	Se considera óptimo que los visitantes permanezcan en un territorio por más de 4 días.	Pernoctar, se refiere al número de días que permanecen los turistas en una localidad. El dato se registra en el lugar de alojamiento. (Secretaría de Turismo - México, 2015)	Verificación in situ mediante encuesta.
		Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	1 punto si los visitantes se quedan en el territorio entre 2 y 3 días.			
			0 puntos si los visitantes se quedan en el territorio por solo 1 día.			
87	Cercanía a un aeropuerto o terminal terrestre	Último año.	2 puntos si el terminal/aeropuerto se encuentra entre 10 y 30 kilómetros de distancia del centro poblado más importante del territorio evaluado.	Se considera óptimo que la cercanía a un terminal o aeropuerto.	El beneficio que tiene el territorio al encontrarse cerca de un aeropuerto o terminal es que acorta los tiempos de traslado del visitante (Marengo, 2010).	Verificación mediante mapas
		Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	1 punto si el terminal/aeropuerto se encuentra entre 31 y 60 kilómetros de distancia del centro poblado más importante del territorio evaluado.			
			0 puntos si el terminal/aeropuerto se encuentra a más de 61 kilómetros de distancia del centro poblado más importante del territorio evaluado.			
88	Categorización de agencias de viajes	Último año.	2 puntos si tiene una agencia dual y un operador turístico.	Se considera óptimo que dentro de un territorio exista dos tipos agencias de viajes como: dual y operador turístico.	Las agencias de viajes sirven como enlace entre el turista y el destino, tienen el objetivo de planificar el viaje y con ello reducir el tiempo de organización del turista, haciendo su visita placentera (Paradai, s.f).	Verificación in situ. Verificación catastro turístico nacional.
		Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	1 punto si tiene una de las categorías antes mencionadas.			
			0 puntos si no tiene ninguna de categoría.			

89	Nivel de satisfacción del visitante	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	2 puntos si más del 80% de los visitantes recomienda o volverían al territorio. 1 punto si entre 50-79% de los visitantes recomiendan o volvería al territorio. 0 puntos si menos de 49% de los visitantes recomienda o volvería al territorio.	Se considera óptimo que el 80% de los visitantes que acuden al territorio recomienden y visiten nuevamente el lugar.	La satisfacción del turista es un aspecto relacionado directamente con la imagen del sitio, la posibilidad de retorno de un visitante y su recomendación del lugar (Oliveira, 2011).	Verificación mediante encuestas
90	Participación del territorio en eventos de promoción turística	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	2 puntos si el territorio ha participado en al menos 2 de los siguientes eventos: (1) ferias, (2) exposiciones o (3) convenciones turísticas en un año. 1 punto si el territorio ha participado en 1 evento de los antes mencionados, en un año 0 puntos si el territorio no ha participado en ninguno de los eventos mencionados en un año.	Se considera óptimo si el territorio ha participado en eventos de promoción turística de forma anual.	Una feria es un evento donde se exponen productos o servicios de manera periódica. Una exposición es un evento cuya finalidad es intercambiar información a un público profesional. Una convención es un evento privado que dura al menos 2 días y tiene 50 participantes (M&P Stands, 2017).	Verificación mediante entrevista a encargados de turismo.
91	Procedencia de los visitantes	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	2 puntos si el territorio maneja datos reales de la procedencia de los turistas, de forma anual. 1 punto si el territorio implicado maneja datos reales de la procedencia de los turistas, cada tres años. 0 puntos si el territorio implicado no maneja datos de la procedencia de los turistas.	Se considera óptimo que dentro de un territorio cuente con el manejo de datos reales de la procedencia de los turistas que faciliten con información para investigaciones futuras.	Su utilidad se vincula a la necesidad de dar cuenta de una nueva configuración del sistema turístico que, merced a los cambios cualitativos y cuantitativos de la oferta y a los cambios en las preferencias de la demanda, se ha hecho más diverso y complejo. (González & Molina, 2007)	Verificación mediante entrevista al Gobierno Autónomo Descentralizado
92	Calificación para el tipo de atención al cliente.	Último año. Levantamiento de recolección de datos	2 puntos si el territorio implicado realiza encuestas anuales, de la atención que tiene el cliente en las diferentes instalaciones prestadoras de servicios turísticos.	Se considera óptimo que dentro del territorio realice encuestas de calificación para saber el tipo de	El servicio al cliente es todo esfuerzo encaminado a atender al cliente y a resolver sus inquietudes, sugerencias, dudas o reclamos. Es decir, el servicio al cliente es todo momento de contacto entre el cliente y la empresa (Vargas, 2006)	Verificación mediante entrevista al Gobierno Autónomo Descentralizado

		realizados en 4 meses.	1 punto si el territorio implicado al menos realiza encuestas cada tres años, de la atención que tiene el cliente en las diferentes instalaciones prestadoras de servicios turísticos.	atención que recibe el cliente.		
			0 puntos si el territorio no tiene encuestas de atención al visitante con una vigencia de al menos 3 años de antigüedad.			
93	Bienestar a la población local	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	2 puntos si el territorio tiene datos sobre los impactos del turismo en la población local anualmente.	Se considera óptimo que el territorio tenga datos que muestren el impacto del turismo en la población local	El desarrollo local como un proceso de desarrollo integral, que conjuga la dimensión territorial, las identidades o dimensión cultural, la dimensión política y la dimensión económica, es decir apuesta a la democratización de las localidades, al desarrollo sustentable y a las potencialidades del territorio y la sociedad local. (Carvajal, 2011)	Verificación mediante entrevista al Gobierno Autónomo Descentralizado
			1 punto si el territorio tiene datos sobre los impactos del turismo en la comunidad local no más antiguos de 3 años.			
			0 puntos si el territorio no datos sobre el impacto del turismo en la población local			
94	Impacto económico del turismo en el territorio	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	2 puntos si el territorio tiene datos sobre el impacto del turismo en la economía local anualmente	Se considera óptimo que un territorio tenga datos anuales sobre el impacto económico de la actividad turística en el territorio	El desarrollo local como un proceso de desarrollo integral, que conjuga la dimensión territorial, las identidades o dimensión cultural, la dimensión política y la dimensión económica, es decir apuesta a la democratización de las localidades, al desarrollo sustentable y a las potencialidades del territorio y la sociedad local. (Carvajal, 2011)	Verificación mediante entrevista al Gobierno Autónomo Descentralizado
			1 punto si el territorio tiene datos sobre el impacto económico del turismo en la comunidad local no más antiguos de 3 años.			
			0 puntos si el territorio no datos sobre el impacto económico del turismo en la población local			
95	Campañas de protección	Último año. Levantamiento de recolección de recolección	2 puntos si el GAD proporciona al menos 3 campañas sobre protección ambiental al año	Se considera óptimo que dentro de un territorio exista campañas	Comprende todas aquellas medidas encaminadas a evitar y a eliminar el deterioro y los daños causados al medio ambiente natural. Se incluye la protección de la	Verificación mediante entrevista al Gobierno Autónomo Descentralizado

	ambiental (GAD)	de datos realizados en 4 meses	1 punto si el GAD proporciona al menos 2 campañas sobre protección ambiental al año 0 puntos si el GAD no cuenta con ninguna campaña de protección ambiental	trimestrales sobre la protección ambiental	Naturaleza, la conservación del paisaje, la esencia del ocio y la planificación de zonas verdes en las poblaciones. (Bru, 2000)	
96	Programa de Buenas Prácticas Ambientales de las empresas del sector turístico	Último año. Levantamiento de datos realizados en 4 meses	2 puntos si al menos 20 empresas del sector turístico cuentan con un programa de Buenas Prácticas Ambientales	Se considera óptimo que dentro de las empresas turísticas exista Programa de Buenas Prácticas Ambientales para minimizar el impacto negativo ambiental que estas producen	Buenas Prácticas Ambientales se pueden definir como aquellas acciones que pretenden reducir el impacto ambiental negativo que causan los procesos productivos a través de cambios en la organización de los procesos y las actividades. (Línea Verde, 2019)	Verificación in situ, en empresas del sector turístico
			1 punto si al menos 10 empresas del sector turístico cuentan con un programa de Buenas Prácticas Ambientales			
			0 puntos si menos de 10 empresas del sector turístico cuentan con un programa de Buenas Prácticas Ambientales			
97	Servicios higiénicos públicos	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses	2 puntos si en el territorio se encuentran al menos 2 servicios higiénicos públicos	Se considera óptimo que un territorio cuente con servicios higiénicos públicos, para una mejor comodidad del turista	Se tendrá en cuenta si el territorio posee servicios higiénicos públicos	Verificación in situ de servicios higiénicos públicos en el territorio
			1 punto si en el territorio se encuentra al menos 1 servicio higiénico públicos			
			0 puntos si en el territorio no se encuentran servicios higiénicos públicos			
98	Profesionales de turismo que trabajan en los establecimientos.	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses	2 puntos si en el territorio se encuentran al menos 5 profesionales en turismo	Se considera óptimo que un territorio cuente con profesionales de turismo para que direccionen la gestión del área.	El profesional de turismo cuenta con los conocimientos técnicos y destrezas que le permiten participar activamente en la formulación, ejecución y evaluación de proyectos turísticos y hoteleros. También está capacitado para programar y llevar a cabo eventos de animación y recreación, así como para crear y	Verificación mediante entrevista al Gobierno Autónomo Descentralizado y un establecimiento de alojamiento y recreación.
			1 punto si en el territorio se encuentra al menos 3			
			0 puntos si en el territorio no se encuentran profesionales en turismo			

					comercializar servicios turísticos. (Inspiración a la Ética, 2015)	
99	Certificación del Catastro Turístico.	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses	2 puntos si al menos una empresa cuenta con certificación de catastro turístico	Se considera óptimo que dentro de un territorio las empresas que brindan el servicio de alojamientos y restauración cuenten con certificaciones del catastro turístico.	El Catastro de actividades turísticas, es el producto final del proceso de recopilación de los insumos utilizados, se torna en una herramienta referencial y de relevante importancia dentro de los procesos para el registro y actualización de los datos de los establecimientos legalmente registrados en el Ministerio de Turismo. (MINTUR, 2016)	Verificación de las certificaciones turísticas en el territorio.
			1 punto si en el territorio se encuentra al menos 3 servicios turísticos que cuenten con la certificación del catastro turístico.			
			0 puntos si en el territorio no se encuentran ningún servicio turístico registrado en el catastro turístico.			
100	Delincuencia reportada por turistas	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses	2 puntos si en el territorio cuenta con 2 o más centros de atención a emergencias (Unidad de Policía, hospital, bomberos)	Se considera óptimo que dentro de un territorio se mantenga un control de seguridad para la delincuencia reportada por turistas por parte de la institución encargada.	La seguridad turística se entiende como un conjunto de medidas para la protección de la vida del turista y que se desarrolle en un entorno de libertad y tranquilidad (Herranz, 2006)	Verificación por entrevista al Gobierno Autónomo Descentralizado sobre la seguridad para turista.
			1 punto si en el territorio cuenta al menos 1 centro de atención a emergencias como (Unidad de Policía, hospital, bomberos)			
			0 puntos si en el territorio no cuenta con ningún centro de atención a emergencias			

Fuente: Cabanilla & Chico (2021).

14	Infraestructura de apoyo para el componente de festividades y eventos				X								
15	Infraestructura de apoyo para el componente de recreación					X							
16	Infraestructura de apoyo para el componente vías de acceso						X						
17	Accesibilidad de tipos de transporte	X	X		X	X	X		X				
18	Facilidades de parqueo	X	X		X	X	X		X				
19	Servicio de alojamiento								X				
20	Servicio de restauración								X				
21	Estado de funcionalidad del patrimonio cultural		X		X								
22	Horario permanente para recibir visitantes	X	X			X			X				
23	Etnicidad gastronómica			X									
24	Promoción de la gastronomía			X						X			
25	Productos para la preparación gastronómica			X									
26	Nivel de atractividad de demanda por parte de las festividades y eventos				X					X			
27	Participación comunitaria en la gestión de festividades y eventos				X								
28	Nivel de atractividad de demanda por parte de las festividades recreacionales del territorio					X							
29	Tipo de vías para el acceso al territorio	X	X		X	X	X		X				
30	Condiciones generales de las vías de acceso	X	X		X	X	X		X				
31	Tipo de transporte						X		X				
32	Zonas de cruce peatonal						X		X				
33	Conectividad de las vías arteriales						X						
34	Seguridad vial						X	X					
35	Facilidades de puntos de descanso en las vías de acceso						X						

60	Medios de difusión del territorio										X		
61	Diversificación de idiomas en la promoción										X		
62	Cantidad de operadoras de viaje							X			X		
63	Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (PDOT)											X	X
64	Estrategias que estén vinculados al turismo dentro del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (PDOT)											X	X
65	Plan de desarrollo del turismo en el PDOT											X	X
66	Centro de información							X				X	X
67	Funcionarios en la dirección de turismo												X
68	Colaboración de instituciones con el territorio												X
69	Acceso a datos de los agentes encargados del turismo												X
70	Alineación con tendencias turísticas							X			X		X
71	Existencia de departamento, gerencia o subgerencia de turismo perteneciente al Gobierno Autónomo Descentralizado												X
72	Convenios de investigación turística entre la entidad de turismo encargada y las instituciones académicas de investigación.											X	X
73	Número de investigaciones que se realiza por parte de la institución de regulación del turismo.												X
74	Registro de los emprendimientos turísticos con los que cuenta el territorio en una entidad reguladora de las actividades turísticas.											X	X
75	Número de alianzas con fines turísticos entre los sectores público, privado y comunitario con fines turísticos							X					X
76	Gasto turístico							X	X				

77	Estudios de capacidad de carga	X	X		X	X			X				X
78	Implementación de políticas de comportamiento del visitante en la actividad turística									X		X	X
79	Políticas de fijación de precios en servidores turísticos									X		X	X
80	Control en actividades de aventura								X			X	X
81	Obtención de licencia de funcionamiento								X			X	X
82	Temporada de visita al territorio, por parte del visitante								X	X	X		
83	Consumo de alojamiento, por parte de los visitantes								X	X	X		
84	Calificación de los visitantes al servicio turístico de alojamiento								X	X	X		
85	Calificación de los visitantes al servicio turístico de alimentación								X	X	X		
86	Duración de la estadía por parte del visitante								X	X	X		
87	Cercanía a un aeropuerto o terminal terrestre						X						
88	Categorización de agencias de viajes								X				
89	Nivel de satisfacción del visitante								X	X			
90	Participación del territorio en eventos de promoción turística				X				X		X		
91	Procedencia de los visitantes									X	X		X
92	Calificación para el tipo de atención al cliente.								X	X	X		
93	Bienestar a la población local											X	X
94	Impacto económico del turismo en el territorio											X	X
95	Campañas de protección ambiental (GAD)	X						X				X	X
96	Programa de Buenas Prácticas Ambientales de las empresas del sector turístico	X						X				X	X

97	Servicios higiénicos públicos				X			X					
98	Profesionales de turismo que trabajan en los establecimientos.								X				X
99	Certificación del Catastro Turístico.								X				X
100	Delincuencia reportada por turistas							X					X
Total, de indicadores por componente		21	19	6	21	19	17	14	49	18	19	16	28

Nota. Elaboración propia

Anexo 5

Tabla 56

EVALUACIÓN DEL COMPONENTE NATURAL

N	Indicador de evaluación	Forma de cálculo	Bosque Ugshapamba	Cascada del Tingo	Cascadas de Cariacu	Volcán Cayambe	Flora y Fauna
1	Contenido de flora, fauna y geomorfología	2 puntos si contiene al menos 1 especies o elementos de flora, fauna o geomorfología endémica.					
		1 punto si contiene entre 10 a 20 especies o elementos de flora, fauna o geomorfología sin endemismo, pero representativas.	1	1	1	1	1
		0 puntos si contiene menos de 9 especies o elementos de flora, fauna o geomorfología.					
2	Ambiente limpio	2 puntos si no hay desechos en un radio de 100 metros desde el centro del atractivo.					
		1 punto si encontramos 5 o menos desechos en un radio de 100 metros, desde el centro del atractivo.	2	2	2	2	1
		0 puntos si encontramos más de 5 desechos en un radio de 100 metros, desde el centro del atractivo.					
3	Participación comunitaria en el mantenimiento del atractivo	2 puntos si la comunidad planifica y asiste a por lo menos 4 mingas al año.					
		1 punto si la comunidad planifica y asiste entre 1 a 3 mingas al año.	2	2	2	2	2
		0 puntos si la comunidad no planifica, ni asiste a ninguna minga al año.					
4	Accesibilidad universal	2 puntos si la accesibilidad es universal.					
		1 punto si la accesibilidad es restringida a personas con 1 discapacidad.	1	1	1	1	0

		0 puntos si la accesibilidad es dificultosa para personas con 2 o más tipos de discapacidad.						
5	Servicio de guías	2 puntos si hay guías permanentes para conducir grupos en los atractivos	1	1	1	2	1	
		1 punto si hay guías ocasionales para conducir grupos en los atractivos						
		0 puntos si no hay guías y el atractivo es autoguiado.						
6	Conectividad de voz y datos	2 puntos si la conectividad es factible en todo el lugar evaluado.	1	2	1	1	1	
		1 punto si existe por lo menos un punto de conectividad fija o celular en el lugar evaluado.						
		0 puntos sin conectividad.						
7	Información del atractivo por internet	2 puntos si en un buscador por lo menos hay 10 enlaces directos con información del atractivo.	2	2	2	2	2	
		1 punto si en un buscador hay por lo menos 5 a 9 enlaces directos con información del atractivo.						
		0 puntos si en un buscador hay menos de 4 enlaces directos con información del atractivo.						
8	Asociación con otros atractivos	2 puntos si existen 3 o más atractivos naturales o culturales a 1 km de distancia radial.	2	2	2	2	2	2
		1 punto si existe menos de 3 atractivos naturales o culturales a 1 km de distancia radial.						
		0 puntos si no existen atractivos naturales o culturales a 1 km de distancia radial.						
9	Seguridad	2 puntos si el lugar cuenta con un sistema de seguridad con al menos: (1)un guardia, (2)un botiquín y (3)una persona certificada en primeros auxilios.	1	1	1	2	0	
		1 punto si por los menos tiene 1 o 2 de las 3 características, antes mencionadas.						
		0 puntos si el lugar no posee ninguna de las 3 características antes mencionadas.						
10	Señalética y movilidad	2 puntos si existe por lo menos 2 señaléticas turísticas de aproximación de movilidad interna para el atractivo.	1	1	1	2	1	
		1 punto si por lo menos hay 1 señalética turística de movilidad interna, en el atractivo.						
		0 puntos si el atractivo no contiene señalética turística.						
11	Infraestructura de apoyo para el componente natural	2 puntos si cuenta con: (1)un centro de recepción (información), (2)senderos y (3)baterías higiénicas.	1	2	2	2	1	
		1 punto si cuenta con 2 de las características antes mencionadas.						
		0 puntos si cuenta con hasta 1 de las características antes mencionadas.						

12	Accesibilidad de tipos de transporte	2 puntos si al territorio ingresan todo tipo de vehículo terrestre, fluvial, férreo o marítimo.	1	1	1	1	1
		1 punto si solo se puede ingresar con vehículo 4x4, cuadrones, camiones, camionetas, botes pequeños.					
		0 puntos si se puede ingresar solo por otros medios que no sean vehículos a motor.					
13	Facilidades de parqueo	2 puntos si cuenta con parqueadero o muelles con espacios disponibles para buses de turismo, furgonetas, botes o todo tipo de vehículos a motor.	2	2	2	2	1
		1 punto si solo cuenta con espacios para vehículos a motos pequeños.					
		0 puntos si no existe un servicio de parqueadero o muelles.					
14	Horario permanente para recibir visitantes	2 puntos si tiene un horario establecido para recibir visitantes.	1	1	1	1	1
		1 punto donde se puede visitar temporalmente y a ciertos horarios.					
		0 puntos cuando no se puede visitar es cerrado o restringido.					
15	Tipo de vías para el acceso al territorio	2 puntos si cuenta por lo menos con 1 vía arterial o de primer orden.	2	2	2	1	2
		1 punto si cuenta al menos con 1 vía intermunicipal o de segundo orden.					
		0 puntos si cuenta solo con vías de tercer orden.					
16	Condiciones generales de las vías de acceso	2 puntos si cuenta con vías que cumplen al menos 4 de los siguientes criterios: (1) no congestionadas, (2) escénicas, (3) seguras, (4) con señalización, (5) con mantenimiento y (6) con paraderos.	2	2	2	2	2
		1 punto si cuenta con por lo menos 3 de las características antes mencionadas.					
		0 puntos si cuenta con 2 o menos de las características antes mencionadas.					
17	Vigilancia permanente	2 puntos si cuenta con UPC (Unidad de Policía Comunitaria), o similar.	1	1	1	1	1
		1 punto si esta anexo a un circuito de seguridad de otro cantón.					
		0 puntos si no cuenta con un sistema de seguridad.					
18	Programa de manejo de desechos	2 puntos si el recolector de basura pasa por lo menos 3 veces a la semana.	1	1	1	1	1
		1 punto si el recolector de basura pasa 2 veces por semana.					
		0 puntos si el recolector de basura pasa 1 o menos veces a la semana.					
19	Estudios de capacidad de carga	2 puntos si la entidad encargada cuenta con por lo menos 1 estudio de capacidad de carga de sus atractivos en el último año.	1	1	1	2	1
		1 punto si la entidad encargada cuenta con por lo menos 1 estudios de capacidad de carga mayor a 1 año, pero menor de 5 años.					
		0 puntos si la entidad encargada no cuenta con estudios de capacidad de carga.					

20	Campañas de protección ambiental (GAD)	2 puntos si el GAD proporciona al menos 3 campañas sobre protección ambiental al año	1	1	1	1	2
		1 punto si el GAD proporciona al menos 2 campañas sobre protección ambiental al año					
		0 puntos si el GAD no cuenta con ninguna campaña de protección ambiental					
21	Programa de Buenas Prácticas Ambientales de las empresas del sector turístico	2 puntos si al menos 20 empresas del sector turístico cuentan con un programa de Buenas Prácticas Ambientales	1	1	1	1	0
		1 punto si al menos 10 empresas del sector turístico cuentan con un programa de Buenas Prácticas Ambientales					
		0 puntos si menos de 10 empresas del sector turístico cuentan con un programa de Buenas Prácticas Ambientales					
Valoración obtenida			28	30	29	32	24
Valoración porcentual sobre:	42		67%	71%	69%	76%	57%
Nivel del potencial en escala Likert			Alto	Alto	Alto	Alto	Medio
Nivel del componente en escala Likert			Alto (68%)				

Nota. Elaboración propia

Anexo 6

Tabla 57

EVALUACIÓN DEL COMPONENTE HECHOS CULTURALES

Nº	Indicador de evaluación	Forma de cálculo	Casa Hacienda Guachalá	Castillo de Guachalá	Centro Intercultural Transito Amaguaña	Complejo Arqueológico Quito Loma	Pucaras de Pambamarca	Sitio Arqueológico de Puntiatzil	Monumento a la mitad del mundo	Parque Central de Cayambe 23 de Julio	Museo de la ciudad de Cayambe	Molino San Juan Hacienda	Iglesia Matriz de Cayambe	Pueblo Kayambi	Mercado Dominical de Cayambe	San Juanito	Mirador de Otón	Casa del Venado	Cuniburo - Fincas Agroecológicas
1	Ambiente limpio	2 puntos si no hay desechos en un radio de 100 metros desde el centro del atractivo. 1 punto si encontramos 5 o menos desechos en un radio de 100 metros, desde el centro del atractivo. 0 puntos si encontramos más de 5 desechos en un radio de 100 metros, desde el centro del atractivo.	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	1	0	1	0	2	2	2
2	Participación comunitaria en el mantenimiento del atractivo	2 puntos si la comunidad planifica y asiste a por lo menos 4 mingas al año. 1 punto si la comunidad planifica y asiste entre 1 a 3 mingas al año. 0 puntos si la comunidad no planifica, ni asiste a ninguna minga al año.	0	0	1	2	2	1	1	1	0	0	0	2	2	0	1	0	2
3	Accesibilidad universal	2 puntos si la accesibilidad es universal.	0	0	0	0	0	0	1	1	1	2	1	0	1	0	1	1	1

		1 punto si la accesibilidad es restringida a personas con 1 discapacidad.																	
		0 puntos si la accesibilidad es dificultosa para personas con 2 o más tipos de discapacidad.																	
4	Servicio de guías	2 puntos si hay guías permanentes para conducir grupos en los atractivos																	
		1 punto si hay guías ocasionales para conducir grupos en los atractivos	1	0	1	1	0	0	0	0	1	2	0	0	0	0	1	2	2
		0 puntos si no hay guías y el atractivo es autoguiado.																	
5	Conectividad de voz y datos	2 puntos si la conectividad es factible en todo el lugar evaluado.																	
		1 punto si existe por lo menos un punto de conectividad fija o celular en el lugar evaluado.	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	0	2	2	2
		0 puntos sin conectividad.																	
6	Información del atractivo por internet	2 puntos si en un buscador por lo menos hay 10 enlaces directos con información del atractivo.																	
		1 punto si en un buscador hay por lo menos 5 a 9 enlaces directos con información del atractivo.	1	2	1	2	2	1	1	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1
		0 puntos si en un buscador hay menos de 4 enlaces directos con información del atractivo.																	
7	Asociación con otros atractivos	2 puntos si existen 3 o más atractivos naturales o culturales a 1 km de distancia radial.	2	2	1	1	1	2	2	2	2	1	2	2	2	0	1	2	2

14	Horario permanente para recibir visitantes	2 puntos si tiene un horario establecido para recibir visitantes.	2	0	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	0	2	0	2	2	2
		1 punto donde se puede visitar temporalmente y a ciertos horarios.																		
		0 puntos cuando no se puede visitar es cerrado o restringido.																		
15	Tipo de vías para el acceso al territorio	2 puntos si cuenta por lo menos con 1 vía arterial o de primer orden.	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	0	2	0	2	2	2
		1 punto si cuenta al menos con 1 vía intermunicipal o de segundo orden.																		
		0 puntos si cuenta solo con vías de tercer orden.																		
16	Condiciones generales de las vías de acceso	2 puntos si cuenta con vías que cumplen al menos 4 de los siguientes criterios: (1) no congestionadas, (2) escénicas, (3) seguras, (4) con señalización, (5) con mantenimiento y (6) con paraderos.	2	2	1	1	1	1	2	1	1	2	1	0	1	0	2	2	2	
		1 punto si cuenta con por lo menos 3 de las características antes mencionadas.																		
		0 puntos si cuenta con 2 o menos de las características antes mencionadas.																		
17	Vigilancia permanente	2 puntos si cuenta con UPC (Unidad de Policía Comunitaria), o similar.	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	0	2	0	2	2	2
		1 punto si esta anexo a un circuito de seguridad de otro cantón.																		
		0 puntos si no cuenta con un sistema de seguridad.																		
18	Programa de manejo de desechos	2 puntos si el recolector de basura pasa por lo menos 3 veces a la semana.	1	1	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	0	2	0	2	2	2

		1 punto si el recolector de basura pasa 2 veces por semana.																		
		0 puntos si el recolector de basura pasa 1 o menos veces a la semana.																		
19	Estudios de capacidad de carga	2 puntos si la entidad encargada cuenta con por lo menos 1 estudio de capacidad de carga de sus atractivos en el último año.																		
		1 punto si la entidad encargada cuenta con por lo menos 1 estudios de capacidad de carga mayor a 1 año, pero menor de 5 años.	1	0	0	1	1	0	0	0	0	1	1	0	1	0	1	1	1	
		0 puntos si la entidad encargada no cuenta con estudios de capacidad de carga.																		
Valoración obtenida			30	20	25	24	22	23	27	24	27	32	25	8	27	2	31	33	34	
Valoración porcentual sobre:			38	79%	53%	66%	63%	58%	61%	71%	63%	71%	84%	66%	21%	71%	5%	82%	87%	89%
Nivel del potencial en escala Likert			Alto	Medio	Alto	Alto	Medio	Alto	Alto	Alto	Alto	Muy Alto	Alto	Bajo	Alto	Muy Bajo	Muy Alto	Muy Alto	Muy Alto	
Nivel del componente en escala Likert			Alto (64%)																	

Nota. Elaboración propia

Anexo 7

Tabla 58

EVALUACIÓN DEL COMPONENTE GASTRONÓMICO

N°	Indicador de evaluación	Forma de cálculo	Cariujo	Harina de Uchu Jacu	Colada de Uchu Jacu	Chola Mikuna	Papa Caldo	Papa tanda	Ceviche de Hongos	Chicha	Mishqui	Trigo Mishqui	Guarango	Bizcochos	Habas Calpo	Queso de hoja	Tortillas de chuno	Tortillas de tiesto	Ají de piedra	Sarsa de quinua			
1	Información del atractivo por internet	2 puntos si en un buscador por lo menos hay 10 enlaces directos con información del atractivo.	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2		
		1 punto si en un buscador hay por lo menos 5 a 9 enlaces directos con información del atractivo.																					
		0 puntos si en un buscador hay menos de 4 enlaces directos con información del atractivo.																					
2	Asociación con otros atractivos	2 puntos si existen 3 o más atractivos naturales o culturales a 1 km de distancia radial.	2	1	2	1	1	1	1	1	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2	1	1	
		1 punto si existe menos de 3 atractivos naturales o culturales a 1 km de distancia radial.																					
		0 puntos si no existen atractivos naturales o culturales a 1 km de distancia radial.																					
3	Infraestructura de apoyo para el componente gastronómico	2 puntos si cuenta con: (1)un centro de expendio gastronómico, (2)servicios básicos (luz, agua, alcantarillado), (3)cajeros.	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1	1
		1 punto si cuenta con 2 de las características antes mencionadas.																					
		0 puntos si cuenta con hasta 1 de las características antes mencionadas.																					
4	Etnicidad gastronómica	2 puntos si al menos 2 platos o bebidas solo se prepara en el territorio evaluado.	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2
		1 punto si al menos 1 plato o bebida solo se prepara en el territorio evaluado.																					
		0 puntos si no cuenta con platos de etnicidad gastronómica.																					
5	Promoción de la gastronomía	2 puntos si las comidas y bebidas locales son ofertadas permanentemente en empresas de	2	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	1	1	

		alimentos y bebidas aptos para el visitante.																		
		1 punto si solo se elabora en ocasiones especiales en empresas de alimentos y bebidas aptos para el visitante.																		
		0 puntos si no se oferta en empresas de alimentos y bebidas aptos para el visitante.																		
6	Productos para la preparación gastronómica	2 puntos si utilizan más del 51% de productos locales en al menos 2 recetas propias del territorio.	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
		1 punto si utilizan el 50% productos internos y 50% productos externos para la preparación de al menos 1 receta propia del territorio.																		
		0 puntos si utilizan más del 51% de productos externos al territorio en la receta.																		
Puntos obtenidos			11	9	10	9	9	9	9	10	11	9	11	12	12	12	9	12	11	9
Valoración porcentual sobre:		12	92%	75%	83%	75%	75%	75%	75%	83%	92%	75%	92%	100%	100%	100%	75%	100%	92%	75%
Nivel del potencial en escala Likert			Muy Alto	Alto	Muy Alto	Alto	Alto	Alto	Alto	Muy Alto	Muy Alto	Alto	Muy Alto	Muy Alto	Muy Alto	Muy Alto	Alto	Muy Alto	Muy Alto	Alto
Nivel del componente en escala Likert			Muy Alto (85%)																	

Nota. Elaboración propia

12	Nivel de atractividad de demanda por parte de las festividades y eventos	2 puntos si al menos 1 festividad o evento registra visitantes internacionales.	2	2	2	2	2	2	2	2
		1 punto si al menos 1 festividad o evento registra visitantes nacionales.								
		0 puntos si las festividades y eventos no registran visitantes fuera del territorio.								
13	Participación comunitaria en la gestión de festividades y eventos	2 puntos si en la gestión de las festividades y eventos hay colaboración de toda la comunidad: (1)actores públicos, (2)privados y (3)comunitarios.	2	2	2	2	2	2	2	2
		1 punto si en la gestión de las festividades y eventos solo participan 2 actores de los 3 antes mencionados.								
		0 puntos si existe la colaboración de 1 solo actor.								
14	Tipo de vías para el acceso al territorio	2 puntos si cuenta por lo menos con 1 vía arterial o de primer orden.	2	2	2	2	2	2	2	2
		1 punto si cuenta al menos con 1 vía intermunicipal o de segundo orden.								
		0 puntos si cuenta solo con vías de tercer orden.								
15	Condiciones generales de las vías de acceso	2 puntos si cuenta con vías que cumplen al menos 4 de los siguientes criterios: (1) no congestionadas, (2) escénicas, (3) seguras, (4)con señalización, (5)con mantenimiento y (6)con paraderos.	1	1	1	1	1	1	1	1
		1 punto si cuenta con por lo menos 3 de las características antes mencionadas.								
		0 puntos si cuenta con 2 o menos de las características antes mencionadas.								
16	Vigilancia permanente	2 puntos si cuenta con UPC (Unidad de Policía Comunitaria), o similar.	1	2	2	2	2	2	2	2
		1 punto si esta anexo a un circuito de seguridad de otro cantón.								
		0 puntos si no cuenta con un sistema de seguridad.								

17	Programa de manejo de desechos	2 puntos si el recolector de basura pasa por lo menos 3 veces a la semana.	2	2	2	2	2	2	2	2
		1 punto si el recolector de basura pasa 2 veces por semana.								
		0 puntos si el recolector de basura pasa 1 o menos veces a la semana.								
18	Cantidad de empleo generado	2 puntos si las empresas turísticas generan más del 1.4% de empleo local con respecto a la provincia.	1	2	2	2	2	2	2	2
		1 punto si las empresas turísticas generan entre el 1.3% al 1% de empleo local.								
		0 puntos si las empresas turísticas generan menos 0.9% de empleo local.								
19	Estudios de capacidad de carga	2 puntos si la entidad encargada cuenta con por lo menos 1 estudio de capacidad de carga de sus atractivos en el último año.	0	1	0	1	1	1	1	0
		1 punto si la entidad encargada cuenta con por lo menos 1 estudios de capacidad de carga mayor a 1 año, pero menor de 5 años.								
		0 puntos si la entidad encargada no cuenta con estudios de capacidad de carga.								
20	Participación del territorio en eventos de promoción turística	2 puntos si el territorio ha participado en al menos 2 de los siguientes eventos: (1)ferias, (2)exposiciones o (3)convenciones turísticas en un año.	0	0	1	1	1	1	1	1
		1 punto si el territorio ha participado en 1 evento de los antes mencionados, en un año								
		0 puntos si el territorio no ha participado en ninguno de los eventos mencionados en un año.								
21	Servicios higiénicos públicos	2 puntos si en el territorio se encuentran al menos 2 servicios higiénicos públicos	0	1	1	1	1	1	1	1
		1 punto si en el territorio se encuentra al menos 1 servicio higiénico públicos								

		0 puntos si en el territorio no se encuentran servicios higiénicos públicos								
Valoración obtenida:			25	32	34	33	34	34	32	33
Valoración porcentual sobre:	42		60%	76%	81%	79%	81%	81%	76%	79%
Nivel del potencial en escala Likert			Medio	Alto	Muy Alto	Alto	Muy Alto	Muy Alto	Alto	Alto
Nivel del componente en escala Likert			Alto (76%)							

Nota. Elaboración propia

Anexo 9

Tabla 60

EVALUACIÓN DEL COMPONENTE ACTIVIDADES RECREACIONALES

N°	Indicador de evaluación	Forma de cálculo	Ciclismo	Andinismo	Trekking y Montañismo	Rapel	Talleres Varios
1	Ambiente limpio	2 puntos si no hay desechos en un radio de 100 metros desde el centro del atractivo.					
		1 punto si encontramos 5 o menos desechos en un radio de 100 metros, desde el centro del atractivo.	2	2	2	2	2
		0 puntos si encontramos más de 5 desechos en un radio de 100 metros, desde el centro del atractivo.					
2	Participación comunitaria en el mantenimiento del atractivo	2 puntos si la comunidad planifica y asiste a por lo menos 4 mingas al año.					
		1 punto si la comunidad planifica y asiste entre 1 a 3 mingas al año.	2	2	2	2	2
		0 puntos si la comunidad no planifica, ni asiste a ninguna minga al año.					
3	Accesibilidad universal	2 puntos si la accesibilidad es universal.					
		1 punto si la accesibilidad es restringida a personas con 1 discapacidad.	0	0	0	0	1
		0 puntos si la accesibilidad es dificultosa para personas con 2 o más tipos de discapacidad.					
4	Servicio de guías	2 puntos si hay guías permanentes para conducir grupos en los atractivos					
		1 punto si hay guías ocasionales para conducir grupos en los atractivos	0	1	1	1	2
		0 puntos si no hay guías y el atractivo es autoguiado.					

5	Conectividad de voz y datos	2 puntos si la conectividad es factible en todo el lugar evaluado.	1	1	1	1	2
		1 punto si existe por lo menos un punto de conectividad fija o celular en el lugar evaluado.					
		0 puntos sin conectividad.					
6	Información del atractivo por internet	2 puntos si en un buscador por lo menos hay 10 enlaces directos con información del atractivo.	2	2	2	2	2
		1 punto si en un buscador hay por lo menos 5 a 9 enlaces directos con información del atractivo.					
		0 puntos si en un buscador hay menos de 4 enlaces directos con información del atractivo.					
7	Asociación con otros atractivos	2 puntos si existen 3 o más atractivos naturales o culturales a 1 km de distancia radial.	2	2	2	2	2
		1 punto si existe menos de 3 atractivos naturales o culturales a 1 km de distancia radial.					
		0 puntos si no existen atractivos naturales o culturales a 1 km de distancia radial.					
8	Seguridad	2 puntos si el lugar cuenta con un sistema de seguridad con al menos: (1)un guardia, (2)un botiquín y (3)una persona certificada en primeros auxilios.	1	2	2	2	1
		1 punto si por los menos tiene 1 o 2 de las 3 características, antes mencionadas.					
		0 puntos si el lugar no posee ninguna de las 3 características antes mencionadas.					
9	Señalética y movilidad	2 puntos si existe por lo menos 2 señaléticas turísticas de aproximación de movilidad interna para el atractivo.	2	1	1	1	1
		1 punto si por lo menos hay 1 señalética turística de movilidad interna, en el atractivo.					
		0 puntos si el atractivo no contiene señalética turística.					
10	Infraestructura de apoyo para el	2 puntos si cuenta con: (1)un lugar para actividades recreacionales, (2)lugares de acceso universal para la actividad recreacional y (3)baterías higiénicas.	1	2	2	1	1
		1 punto si cuenta con 2 de las características antes mencionadas.					

	componente de recreación	0 puntos si cuenta con hasta 1 de las características antes mencionadas.					
11	Accesibilidad de tipos de transporte	2 puntos si al territorio ingresan todo tipo de vehículo terrestre, fluvial, férreo o marítimo.	2	1	1	1	2
		1 punto si solo se puede ingresar con vehículo 4x4, cuadrones, camiones, camionetas, botes pequeños.					
		0 puntos si se puede ingresar solo por otros medios que no sean vehículos a motor.					
12	Facilidades de parqueo	2 puntos si cuenta con parqueadero o muelles con espacios disponibles para buses de turismo, furgonetas, botes o todo tipo de vehículos a motor.	2	1	1	1	2
		1 punto si solo cuenta con espacios para vehículos a motos pequeños.					
		0 puntos si no existe un servicio de parqueadero o muelles.					
13	Horario permanente para recibir visitantes	2 puntos si tiene un horario establecido para recibir visitantes.	2	2	2	2	1
		1 punto donde se puede visitar temporalmente y a ciertos horarios.					
		0 puntos cuando no se puede visitar es cerrado o restringido.					
14	Nivel de atraktividad de demanda por parte de las festividades recreacionales del territorio	2 puntos si al menos 1 actividades recreacional ofertada tiene visitantes internacionales.	1	2	2	1	1
		1 punto si al menos 1 actividad recreacional ofertad tiene visitantes nacionales.					
		0 puntos si las actividades recreacionales ofertadas no registran visitantes fuera del territorio.					
15	Tipo de vías para el acceso al territorio	2 puntos si cuenta por lo menos con 1 vía arterial o de primer orden.	2	1	1	1	2
		1 punto si cuenta al menos con 1 vía intermunicipal o de segundo orden.					
		0 puntos si cuenta solo con vías de tercer orden.					

16	Condiciones generales de las vías de acceso	2 puntos si cuenta con vías que cumplen al menos 4 de los siguientes criterios: (1) no congestionadas, (2) escénicas, (3) seguras, (4) con señalización, (5) con mantenimiento y (6) con paraderos.	1	1	1	1	1
		1 punto si cuenta con por lo menos 3 de las características antes mencionadas.					
		0 puntos si cuenta con 2 o menos de las características antes mencionadas.					
17	Vigilancia permanente	2 puntos si cuenta con UPC (Unidad de Policía Comunitaria), o similar.	1	1	1	1	1
		1 punto si esta anexo a un circuito de seguridad de otro cantón.					
		0 puntos si no cuenta con un sistema de seguridad.					
18	Programa de manejo de desechos	2 puntos si el recolector de basura pasa por lo menos 3 veces a la semana.	1	1	1	1	1
		1 punto si el recolector de basura pasa 2 veces por semana.					
		0 puntos si el recolector de basura pasa 1 o menos veces a la semana.					
19	Estudios de capacidad de carga	2 puntos si la entidad encargada cuenta con por lo menos 1 estudio de capacidad de carga de sus atractivos en el último año.	1	2	2	2	1
		1 punto si la entidad encargada cuenta con por lo menos 1 estudio de capacidad de carga mayor a 1 año, pero menor de 5 años.					
		0 puntos si la entidad encargada no cuenta con estudios de capacidad de carga.					
Valoración obtenida:			26	27	27	25	28
Valoración porcentual sobre:	38		68%	71%	71%	66%	74%
Nivel del potencial en escala Likert			Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
Nivel del componente en escala Likert			Alto (70%)				

Nota. Elaboración propia

Anexo 10

Tabla 61

EVALUACIÓN DEL COMPONENTE VÍAS DE ACCESO

N°	Indicador de evaluación	Forma de cálculo	Panamericana E35
1	Ambiente limpio	2 puntos si no hay desechos en un radio de 100 metros desde el centro del atractivo.	2
		1 punto si encontramos 5 o menos desechos en un radio de 100 metros, desde el centro del atractivo.	
		0 puntos si encontramos más de 5 desechos en un radio de 100 metros, desde el centro del atractivo.	
2	Conectividad de voz y datos	2 puntos si la conectividad es factible en todo el lugar evaluado.	1
		1 punto si existe por lo menos un punto de conectividad fija o celular en el lugar evaluado.	
		0 puntos sin conectividad.	
3	Información del atractivo por internet	2 puntos si en un buscador por lo menos hay 10 enlaces directos con información del atractivo.	2
		1 punto si en un buscador hay por lo menos 5 a 9 enlaces directos con información del atractivo.	
		0 puntos si en un buscador hay menos de 4 enlaces directos con información del atractivo.	
4	Seguridad	2 puntos si el lugar cuenta con un sistema de seguridad con al menos: (1)un guardia, (2)un botiquín y (3)una persona certificada en primeros auxilios.	2
		1 punto si por los menos tiene 1 o 2 de las 3 características, antes mencionadas.	
		0 puntos si el lugar no posee ninguna de las 3 características antes mencionadas.	
5	Señalética y movilidad	2 puntos si existe por lo menos 2 señaléticas turísticas de aproximación de movilidad interna para el atractivo.	2
		1 punto si por lo menos hay 1 señalética turística de movilidad interna, en el atractivo.	
		0 puntos si el atractivo no contiene señalética turística.	
6		2 puntos si cuenta con: (1)gasolinera, (1)mecánica, (1)lavadora de autos y (1)vulcanizadora.	2
		1 punto si cuenta con 2 de las características antes mencionadas.	

	Infraestructura de apoyo para el componente vías de acceso	0 puntos si cuenta con hasta 1 de las características antes mencionadas.	
7	Accesibilidad de tipos de transporte	2 puntos si al territorio ingresan todo tipo de vehículo terrestre, fluvial, férreo o marítimo.	2
		1 punto si solo se puede ingresar con vehículo 4x4, cuadrones, camiones, camionetas, botes pequeños.	
		0 puntos si se puede ingresar solo por otros medios que no sean vehículos a motor.	
8	Facilidades de parqueo	2 puntos si cuenta con parqueadero o muelles con espacios disponibles para buses de turismo, furgonetas, botes o todo tipo de vehículos a motor.	2
		1 punto si solo cuenta con espacios para vehículos a motos pequeños.	
		0 puntos si no existe un servicio de parqueadero o muelles.	
9	Tipo de vías para el acceso al territorio	2 puntos si cuenta por lo menos con 1 vía arterial o de primer orden.	2
		1 punto si cuenta al menos con 1 vía intermunicipal o de segundo orden.	
		0 puntos si cuenta solo con vías de tercer orden.	
10	Condiciones generales de las vías de acceso	2 puntos si cuenta con vías que cumplen al menos 4 de los siguientes criterios: (1) no congestionadas, (2) escénicas, (3) seguras, (4) con señalización, (5) con mantenimiento y (6) con paraderos.	2
		1 punto si cuenta con por lo menos 3 de las características antes mencionadas.	
		0 puntos si cuenta con 2 o menos de las características antes mencionadas.	
11	Tipo de transporte	2 puntos si cuentan con oferta de transporte público y privado.	2
		1 punto si cuentan con uno de los dos tipos de transporte.	
		0 puntos si no cuentan con ninguno de los dos tipos de transporte.	
12	Zonas de cruce peatonal	2 puntos si cuenta con al menos 4 zonas de cruzamiento seguras, sobre las vías de acceso, en cada poblado por el que esta vía atraviere, se consideran zonas de cruzamiento a: (1) aceras, (2) cruce de calles, (3) cruce de calles reguladas por semáforos y (4) puentes peatonales.	2
		1 punto si cuenta entre 2 a 3 zonas de cruzamiento, antes mencionadas.	
		0 puntos si cuenta con una o menos zonas de cruzamiento seguras, antes mencionadas.	
13	Conectividad de las vías arteriales	2 puntos si cuentan con más de 5 vías de acceso que tienen conexión con vías de primer orden.	2
		1 punto si cuentan con 3 o 4 vías de acceso con conexión con vías de primer orden.	
		0 puntos si hay menos de 2 vías con conexión a una vía de primer orden.	

14	Seguridad vial	2 puntos si las vías tienen un sistema de atención de emergencias (teléfono al costado de la vía para llamadas a bomberos, ambulancias, policía, entre otros.).	2
		1 punto si las vías tienen conectividad a telefonía celular, para poder realizar una llamada de emergencia al 911, bomberos, ambulancias, policías.	
		0 puntos si no tienen ninguna conectividad para dar aviso de una emergencia.	
15	Facilidades de puntos de descanso en las vías de acceso	2 puntos si encontramos en las vías de acceso por lo menos un sitio de descanso que tenga: baterías sanitarias, cafetería y tiendas de abarrotes.	2
		1 punto si encontramos en las vías de acceso por lo menos un sitio de descanso que al menos, dos de las características antes mencionadas.	
		0 puntos si encontramos en las vías de acceso un sitio de descanso que una o menos de las características mencionadas.	
16	Vigilancia permanente	2 puntos si cuenta con UPC (Unidad de Policía Comunitaria), o similar.	1
		1 punto si esta anexo a un circuito de seguridad de otro cantón.	
		0 puntos si no cuenta con un sistema de seguridad.	
17	Cercanía a un aeropuerto o terminal terrestre	2 puntos si el terminal/aeropuerto se encuentra entre 10 y 30 kilómetros de distancia del centro poblado más importante del territorio evaluado.	1
		1 punto si el terminal/aeropuerto se encuentra entre 31 y 60 kilómetros de distancia del centro poblado más importante del territorio evaluado.	
		0 puntos si el terminal/aeropuerto se encuentra a más de 61 kilómetros de distancia del centro poblado más importante del territorio evaluado.	
Valoración obtenida:			31
Valoración porcentual sobre:	34		91%
Nivel del potencial en escala Likert			Alto
Nivel del componente en escala Likert			Alto (91%)

Nota. Elaboración propia

Anexo 11

Tabla 62

EVALUACIÓN DEL COMPONENTE SERVICIOS BÁSICOS

N°	Indicador de evaluación	Forma de cálculo	Seguridad	Salud	Servicios básicos
1	Conectividad de voz y datos	2 puntos si la conectividad es factible en todo el lugar evaluado.	0	0	1
		1 punto si existe por lo menos un punto de conectividad fija o celular en el lugar evaluado.			
		0 puntos sin conectividad.			
2	Seguridad	2 puntos si el lugar cuenta con un sistema de seguridad con al menos: (1)un guardia, (2)un botiquín y (3)una persona certificada en primeros auxilios.	2	1	0
		1 punto si por los menos tiene 1 o 2 de las 3 características, antes mencionadas.			
		0 puntos si el lugar no posee ninguna de las 3 características antes mencionadas.			
3	Señalética y movilidad	2 puntos si existe por lo menos 2 señaléticas turísticas de aproximación de movilidad interna para el atractivo.	1	1	1
		1 punto si por lo menos hay 1 señalética turística de movilidad interna, en el atractivo.			
		0 puntos si el atractivo no contiene señalética turística.			
4	Seguridad vial	2 puntos si las vías tienen un sistema de atención de emergencias (teléfono al costado de la vía para llamadas a bomberos, ambulancias, policía, entre otros.).	2	2	2

		1 punto si las vías tienen conectividad a telefonía celular, para poder realizar una llamada de emergencia al 911, bomberos, ambulancias, policías.			
		0 puntos si no tienen ninguna conectividad para dar aviso de una emergencia.			
5	Vigilancia permanente	2 puntos si cuenta con UPC (Unidad de Policía Comunitaria), o similar.	1	1	0
		1 punto si esta anexo a un circuito de seguridad de otro cantón.			
		0 puntos si no cuenta con un sistema de seguridad.			
6	Servicios de salud pública	2 puntos si cuenta con al menos un hospital público.	0	2	0
		1 punto si cuenta con centro o dispensarios médicos.			
		0 puntos si no cuenta con un centro médico.			
7	Centros médicos privados	2 puntos si existen más de 10 centros de salud privados o consultorios médicos en el territorio.	0	2	0
		1 punto si existen entre 5 a 9 centros de salud privados o consultorios médicos en el territorio.			
		0 puntos si existe menos de 4 centros de salud o consultorios médicos en el territorio.			
8	Horarios de atención centros médicos	2 puntos si la atención en los centros de es permanente 24/7.	0	2	0
		1 punto si la atención en los centros de salud es ocasional.			
		0 puntos si la atención en los centros de salud es con previa cita u ocasional.			
9	Servicios básicos	2 puntos si el 80-100% de la población cuenta con luz, agua, alcantarillado y telecomunicación.	0	0	1
		1 punto si el 50-79% de la población cuenta con luz, agua, alcantarillado y telecomunicación.			
		0 puntos si menos del 49% de la población cuenta con luz, agua, alcantarillado y telecomunicación			
10	Programa de manejo de desechos	2 puntos si el recolector de basura pasa por lo menos 3 veces a la semana.	0	0	2
		1 punto si el recolector de basura pasa 2 veces por semana.			
		0 puntos si el recolector de basura pasa 1 o menos veces a la semana.			

11	Campañas de protección ambiental (GAD)	2 puntos si el GAD proporciona al menos 3 campañas sobre protección ambiental al año	0	2	2
		1 punto si el GAD proporciona al menos 2 campañas sobre protección ambiental al año			
		0 puntos si el GAD no cuenta con ninguna campaña de protección ambiental			
12	Programa de Buenas Prácticas Ambientales de las empresas del sector turístico	2 puntos si al menos 20 empresas del sector turístico cuentan con un programa de Buenas Prácticas Ambientales	0	0	1
		1 punto si al menos 10 empresas del sector turístico cuentan con un programa de Buenas Prácticas Ambientales			
		0 puntos si menos de 10 empresas del sector turístico cuentan con un programa de Buenas Prácticas Ambientales			
13	Servicios higiénicos públicos	2 puntos si en el territorio se encuentran al menos 2 servicios higiénicos públicos	0	0	1
		1 punto si en el territorio se encuentra al menos 1 servicio higiénico públicos			
		0 puntos si en el territorio no se encuentran servicios higiénicos públicos			
14	Delincuencia reportada por turistas	2 puntos si en el territorio cuenta con 2 o más centros de atención a emergencias (Unidad de Policía, hospital, bomberos)	2	0	0
		1 punto si en el territorio cuenta al menos 1 centro de atención a emergencias como (Unidad de Policía, hospital, bomberos)			
		0 puntos si en el territorio no cuenta con ningún centro de atención a emergencias			
Valoración obtenida:			8	13	11
Valoración porcentual sobre:		28	29%	46%	39%
Nivel del potencial en escala Likert			Bajo	Medio	Bajo
Nivel del componente en escala Likert			Bajo (38%)		

Nota. Elaboración propia

Anexo 12

Tabla 63

EVALUACIÓN DEL COMPONENTE SERVICIOS TURÍSTICOS

Nº	Indicador de evaluación	Forma de cálculo	Alimentos y bebidas	Alojamiento	Intermediación	Operación	Parques de atracción estables	Transporte
1	Ambiente limpio	2 puntos si no hay desechos en un radio de 100 metros desde el centro del atractivo.	2	2	2	2	2	2
		1 punto si encontramos 5 o menos desechos en un radio de 100 metros, desde el centro del atractivo.						
		0 puntos si encontramos más de 5 desechos en un radio de 100 metros, desde el centro del atractivo.						
2	Accesibilidad universal	2 puntos si la accesibilidad es universal.	1	1	1	1	1	1
		1 punto si la accesibilidad es restringida a personas con 1 discapacidad.						
		0 puntos si la accesibilidad es dificultosa para personas con 2 o más tipos de discapacidad.						
3	Servicio de guías	2 puntos si hay guías permanentes para conducir grupos en los atractivos	0	0	0	2	1	0
		1 punto si hay guías ocasionales para conducir grupos en los atractivos						
		0 puntos si no hay guías y el atractivo es autoguiado.						
4	Conectividad de voz y datos	2 puntos si la conectividad es factible en todo el lugar evaluado.	0	0	0	0	2	0
		1 punto si existe por lo menos un punto de conectividad fija o celular en el lugar evaluado.						

		0 puntos sin conectividad.						
5	Información del atractivo por internet	2 puntos si en un buscador por lo menos hay 10 enlaces directos con información del atractivo.	1	1	1	1	1	1
		1 punto si en un buscador hay por lo menos 5 a 9 enlaces directos con información del atractivo.						
		0 puntos si en un buscador hay menos de 4 enlaces directos con información del atractivo.						
6	Seguridad	2 puntos si el lugar cuenta con un sistema de seguridad con al menos: (1)un guardia, (2)un botiquín y (3)una persona certificada en primeros auxilios.	1	1	1	0	1	1
		1 punto si por los menos tiene 1 o 2 de las 3 características, antes mencionadas.						
		0 puntos si el lugar no posee ninguna de las 3 características antes mencionadas.						
7	Señalética y movilidad	2 puntos si existe por lo menos 2 señaléticas turísticas de aproximación de movilidad interna para el atractivo.	2	2	2	2	2	2
		1 punto si por lo menos hay 1 señalética turística de movilidad interna, en el atractivo.						
		0 puntos si el atractivo no contiene señalética turística.						
8	Accesibilidad de tipos de transporte	2 puntos si al territorio ingresan todo tipo de vehículo terrestre, fluvial, férreo o marítimo.	2	2	0	0	2	0
		1 punto si solo se puede ingresar con vehículo 4x4, cuadrones, camiones, camionetas, botes pequeños.						
		0 puntos si se puede ingresar solo por otros medios que no sean vehículos a motor.						
9	Facilidades de parqueo	2 puntos si cuenta con parqueadero o muelles con espacios disponibles para buses de turismo, furgonetas, botes o todo tipo de vehículos a motor.	2	2	2	2	2	0
		1 punto si solo cuenta con espacios para vehículos a motos pequeños.						
		0 puntos si no existe un servicio de parqueadero o muelles.						

10	Servicio de alojamiento	2 puntos si encontramos en el territorio 5 o más empresas de alojamiento.	0	2	0	0	0	0
		1 punto si encontramos en el territorio entre 2 a 4 empresas de alojamiento.						
		0 puntos si encontramos en el territorio 1 o menos empresa de alojamiento.						
11	Servicio de restauración	2 puntos si encontramos en el territorio 5 o más empresas de alimentos y bebidas.	2	0	1	0	0	0
		1 punto si encontramos en el territorio entre 2 a 4 empresas de alimentos y bebidas.						
		0 puntos si encontramos en el territorio 1 o menos empresas de alimentos y bebidas.						
12	Horario permanente para recibir visitantes	2 puntos si tiene un horario establecido para recibir visitantes.	2	2	1	2	2	0
		1 punto donde se puede visitar temporalmente y a ciertos horarios.						
		0 puntos cuando no se puede visitar es cerrado o restringido.						
13	Tipo de vías para el acceso al territorio	2 puntos si cuenta por lo menos con 1 vía arterial o de primer orden.	0	0	0	0	1	0
		1 punto si cuenta al menos con 1 vía intermunicipal o de segundo orden.						
		0 puntos si cuenta solo con vías de tercer orden.						
14	Condiciones generales de las vías de acceso	2 puntos si cuenta con vías que cumplen al menos 4 de los siguientes criterios: (1) no congestionadas, (2) escénicas, (3) seguras, (4) con señalización, (5) con mantenimiento y (6) con paraderos.	1	1	1	1	2	0
		1 punto si cuenta con por lo menos 3 de las características antes mencionadas.						
		0 puntos si cuenta con 2 o menos de las características antes mencionadas.						

15	Tipo de transporte	2 puntos si cuentan con oferta de transporte público y privado.	0	0	0	2	2	2
		1 punto si cuentan con uno de los dos tipos de transporte.						
		0 puntos si no cuentan con ninguno de los dos tipos de transporte.						
16	Zonas de cruce peatonal	2 puntos si cuenta con al menos 4 zonas de cruce seguras, sobre las vías de acceso, en cada poblado por el que esta vía atraviese, se consideran zonas de cruce a: (1) aceras, (2) cruce de calles, (3) cruce de calles reguladas por semáforos y (4) puentes peatonales.	0	0	0	0	1	0
		1 punto si cuenta entre 2 a 3 zonas de cruce, antes mencionadas.						
		0 puntos si cuenta con una o menos zonas de cruce seguras, antes mencionadas.						
17	Vigilancia permanente	2 puntos si cuenta con UPC (Unidad de Policía Comunitaria), o similar.	2	2	2	2	2	2
		1 punto si el anexo a un circuito de seguridad de otro cantón.						
		0 puntos si no cuenta con un sistema de seguridad.						
18	Servicios básicos	2 puntos si el 80-100% de la población cuenta con luz, agua, alcantarillado y telecomunicación.	2	2	2	2	2	2
		1 punto si el 50-79% de la población cuenta con luz, agua, alcantarillado y telecomunicación.						
		0 puntos si menos del 49% de la población cuenta con luz, agua, alcantarillado y telecomunicación						
19	Programa de manejo de desechos	2 puntos si el recolector de basura pasa por lo menos 3 veces a la semana.	2	2	2	2	2	2
		1 punto si el recolector de basura pasa 2 veces por semana.						
		0 puntos si el recolector de basura pasa 1 o menos veces a la semana.						
20		2 puntos si tiene 4 o más categorías de alojamientos.	0	2	0	0	0	0

	Categorización de los alojamientos	1 punto si tiene de 2 a 3 categorías de alojamientos. 0 puntos si tiene 1 o ninguna categoría de alojamientos.						
21	Cantidad de alojamientos	2 puntos si el territorio tiene entre el 80-100% de camas disponibles respecto a la provincia. 1 punto si el territorio tiene entre 50-79% de camas disponibles respecto a la provincia. 0 puntos si posee menos del 49% de camas disponibles respecto a la provincia.	0	1	0	0	0	0
22	Trabajo conjunto entre diferentes prestadores del servicio turístico.	2 puntos si existe 1 asociación entre al menos 3 prestadores de servicio como: (1)restauración, (2)servicio de transporte, (3)alojamiento y (4) agencias de viaje. 1 punto si existe 1 asociación que cuenta con miembros de al menos 2 de los servicios antes mencionados. 0 puntos si no existe asociación entre 2 o más tipos de servicios turísticos.	2	2	2	2	2	2
23	Certificaciones de calidad nacionales e internacionales	2 puntos si al menos una empresa cuenta con 1 certificación internacional y 1 nacional. 1 punto si al menos 1 empresa cuenta con unas de las dos certificaciones. 0 puntos si no cuenta con ninguna certificación.	1	1	0	0	0	0
24	Cantidad de empleo generado	2 puntos si las empresas turísticas generan más del 1.4% de empleo local con respecto a la provincia. 1 punto si las empresas turísticas generan entre el 1.3% al 1% de empleo local. 0 puntos si las empresas turísticas generan menos 0.9% de empleo local.	1	1	1	1	1	1
25	Categorización de restaurantes	2 puntos si el cantón tiene 4 o más categorías de restauración. 1 punto si el cantón tiene de 2 a 3 categorías de restauración.	2	0	0	0	0	0

		0 puntos si el cantón tiene 1 o ninguna categorías de restauración.						
26	Cantidad de restaurantes	2 puntos si el cantón tiene entre 80-100% de mesas disponibles comparado con la provincia.	1	0	0	0	0	0
		1 punto si el cantón tiene entre 50-79% de mesas disponibles comparado con la provincia.						
		0 puntos si el cantón tiene menos del 49% de mesas disponibles comparado con la provincia.						
27	Categoría de transporte turístico	2 puntos si el territorio cuenta con al menos con 2 de los 4 tipos de transporte turístico: (1)terrestre, (2)fluvial, (3)lacustre, (4)aéreo.	0	0	0	0	0	1
		1 punto si el cantón cuenta con al menos 1 de los 4 tipos de transporte turístico.						
		0 puntos si no cuenta con transporte turístico.						
28	Tipo de transporte turístico	2 puntos si cuenta con al menos 4 tipos de unidades de transporte turístico como: (1)buses, (2)busetas, (3)automóviles,(4)avión, (5)avioneta, (5)helicóptero, (6)barcos, (7)canoas, (8)lanchas, (9)balsas, entre otros.	0	0	0	0	0	1
		1 punto si cuenta entre 2 o 3 de los diferentes tipos de transporte.						
		0 puntos si cuenta con 1 o menos tipos de transporte turístico.						
29	Cantidad de transporte turístico en el territorio	2 puntos si cuenta con 8 o más unidades de transporte turístico.	0	0	0	0	0	1
		1 punto si cuento con 2 a 7 unidades de transporte turístico.						
		0 puntos si cuenta con 1 o ninguna unidad de transporte turístico.						
30	Tipo de visitantes que llegan por la operación turística	2 puntos si llegan las (2) clases de turistas por concepto de operación turística del territorio ((1)doméstico y (2)receptivo).	0	0	0	2	0	0
		1 punto si llega 1 de las 2 clases de visitante.						

		0 puntos si no llega ningún tipo de visitante por concepto de operación turística.						
31	Cantidad de operadoras de viaje	2 puntos si existen 4 o más operadoras turísticas en el territorio.	0	0	0	2	0	0
		1 punto si existe 2 a 3 operadoras turísticas en el territorio.						
		0 puntos si existe 1 o ninguna operadora turística.						
32	Centro de información	2 puntos si existe 1 centro de información turística.	0	0	0	0	2	0
		1 punto si por lo menos hay 1 agente que brinde información turística en el Gobierno Autónomo Descentralizado.						
		0 puntos si no tiene ninguna de las opciones antes mencionadas.						
33	Alineación con tendencias turísticas	2 puntos si en el territorio se ofrecen actividades alineadas con 5 a más tendencias del turismo como: (1) turismo comunitario, (2) científico, (3) ecoturismo, (4) agroturismo, (5) histórico, (6) religioso, (7) cultural, (8) aventura, (9) gastronómico, (10) salud, entre otros.	0	0	0	2	1	0
		1 punto si en el territorio se ofrecen actividades alineadas con 2 o 4 tendencias del turismo.						
		0 puntos si en el territorio se ofrecen 1 o menos actividades alineadas con las tendencias del turismo.						
34	Número de alianzas con fines turísticos entre los sectores público, privado y comunitario con fines turísticos	2 puntos existen al menos 5 tipos de alianzas con fines turísticos entre los sectores (público, privado y comunitario)	0	0	0	0	2	0
		1 punto si existen entre 2 a 4 tipos de alianzas con fines turísticos entre los sectores (público, privado y comunitario)						
		0 puntos si existe 1 o ningún tipo de alianza con fines turísticos entre los sectores (público, privado y comunitario)						

35	Gasto turístico	2 puntos si el visitante gasta por día 26 USD o más en su visita al territorio.	1	1	0	2	1	0
		1 punto si el visitante gasta por día entre 10 a 25 USD, en su visita al territorio.						
		0 puntos si el visitante gasta por día menos de 9 USD, en su visita al territorio.						
36	Estudios de capacidad de carga	2 puntos si la entidad encargada cuenta con por lo menos 1 estudio de capacidad de carga de sus atractivos en el último año.	0	0	0	0	1	0
		1 punto si la entidad encargada cuenta con por lo menos 1 estudios de capacidad de carga mayor a 1 año, pero menor de 5 años.						
		0 puntos si la entidad encargada no cuenta con estudios de capacidad de carga.						
37	Control en actividades de aventura	2 puntos si la institución encargada de las actividades turísticas mantiene un control semestral con respecto a la práctica de los deportes de aventura.	0	0	0	2	0	0
		1 punto si la institución encargada de las actividades turísticas mantiene un control anual con respecto a la práctica de los deportes de aventura.						
		0 puntos si la institución encargada de las actividades turísticas no mantiene control con respecto a la práctica de los deportes de aventura.						
38	Obtención de licencia de funcionamiento	2 puntos si entre el 80-100% de establecimientos turísticos en el cantón, cuentan con licencia de funcionamiento.	2	2	2	2	2	2
		1 punto si entre el 50-79% de establecimientos turísticos en el cantón, cuentan con licencia de funcionamiento.						
		0 puntos si menos del 49% de establecimientos turísticos en el cantón, cuentan con licencia de funcionamiento.						

39	Temporada de visita al territorio, por parte del visitante	2 puntos si los visitantes llegan al territorio de manera indistinta, es decir, (1)entre semana, (2)fines de semana, (3)vacaciones o (4)feriados.	1	1	1	1	1	1
		1 punto si los visitantes, llegan al territorio solo en 2 de las 4 posible temporalidades descritas.						
		0 puntos si los visitantes llegan al territorio por 1 o ningún de las temporalidades descritas.						
40	Consumo de alojamiento, por parte de los visitantes	2 puntos si más del 50% de visitantes, consumen el servicio de alojamiento durante su estadía.	0	1	0	0	0	0
		1 punto si entre el 15% al 49% de visitantes, consumen el servicio de alojamiento durante su estadía.						
		0 puntos si menos del 15% de los visitantes consumen el servicio de alojamiento durante su estadía.						
41	Calificación de los visitantes al servicio turístico de alojamiento	2 puntos si más del 80% de los visitantes calificaron como excelente su experiencia con respecto al servicio de alojamiento en el territorio.	0	1	0	0	0	0
		1 punto si entre el 51 al 79% de los visitantes calificaron como muy bueno su experiencia con respecto al servicio de alojamiento en el territorio.						
		0 puntos si más del 50% de los visitantes calificaron como bueno o malo su experiencia con respecto al servicio de alojamiento en el territorio.						
42	Calificación de los visitantes al servicio turístico de alimentación	2 puntos si más del 80% de los visitantes calificaron como excelente su experiencia con respecto al servicio de alimentación en el territorio.	1	0	0	0	0	0
		1 punto si entre el 51 al 79% los visitantes calificaron como muy bueno su experiencia con respecto al servicio de alimentación en el territorio.						
		0 puntos si el 50% o más de los visitantes calificaron como bueno o malo su experiencia con respecto al servicio de alimentación en el territorio.						

43	Duración de la estadía por parte del visitante	2 puntos si los visitantes se quedan en el territorio por más de 4 días.	0	0	0	0	0	0
		1 punto si los visitantes se quedan en el territorio entre 2 y 3 días.						
		0 puntos si los visitantes se quedan en el territorio por solo 1 día.						
44	Categorización de agencias de viajes	2 puntos si tiene una agencia dual y un operador turístico.	0	0	0	2	0	0
		1 punto si tiene una de las categorías antes mencionadas.						
		0 puntos si no tiene ninguna de categoría.						
45	Nivel de satisfacción del visitante	2 puntos si más del 80% de los visitantes recomienda o volverían al territorio.	2	2	2	2	2	2
		1 punto si entre 50-79% de los visitantes recomiendan o volvería al territorio.						
		0 puntos si menos de 49% de los visitantes recomienda o volvería al territorio.						
46	Participación del territorio en eventos de promoción turística	2 puntos si el territorio ha participado en al menos 2 de los siguientes eventos: (1)ferias, (2)exposiciones o (3)convenciones turísticas en un año.	2	0	1	2	0	1
		1 punto si el territorio ha participado en 1 evento de los antes mencionados, en un año						
		0 puntos si el territorio no ha participado en ninguno de los eventos mencionados en un año.						
47	Calificación para el tipo de atención al cliente.	2 puntos si el territorio implicado realiza encuestas anuales, de la atención que tiene el cliente en las diferentes instalaciones prestadoras de servicios turísticos.	1	1	1	2	1	1
		1 punto si el territorio implicado al menos realiza encuestas cada tres años, de la atención que tiene el cliente en las diferentes instalaciones prestadoras de servicios turísticos.						

		0 puntos si el territorio no tiene encuestas de atención al visitante con una vigencia de al menos 3 años de antigüedad.						
48	Profesionales de turismo que trabajan en los establecimientos.	2 puntos si en el territorio se encuentran al menos 5 profesionales en turismo	1	1	1	2	1	2
		1 punto si en el territorio se encuentra al menos 3						
		0 puntos si en el territorio no se encuentran profesionales en turismo						
49	Certificación del Catastro Turístico.	2 puntos si al menos una empresa cuenta con certificación de catastro turístico	2	2	2	2	2	2
		1 punto si en el territorio se encuentra al menos 3 servicios turísticos que cuenten con el certificación del catastro turístico.						
		0 puntos si en el territorio no se encuentran ningún servicio turístico registrado en el catastro turístico.						
Valoración obtenida:			42	41	31	49	47	32
Valoración porcentual sobre:	98		43%	42%	32%	50%	48%	33%
Nivel del potencial en escala Likert			Medio	Medio	Bajo	Medio	Medio	Bajo
Nivel del componente en escala Likert			Medio (41%)					

Nota. Elaboración propia

Anexo 13

Tabla 64

EVALUACIÓN DEL COMPONENTE CONSUMIDOR

Nº	Indicador de evaluación	Forma de cálculo	Perfil del Turista
1	Nivel de atraktividad de demanda por parte de las festividades y eventos	2 puntos si al menos 1 festividad o evento registra visitantes internacionales.	2
		1 punto si al menos 1 festividad o evento registra visitantes nacionales.	
		0 puntos si las festividades y eventos no registran visitantes fuera del territorio.	
2	Tipo de visitantes que llegan por la operación turística	2 puntos si llegan las (2) clases de turistas por concepto de operación turística del territorio ((1)doméstico y (2)receptivo).	1
		1 punto si llega 1 de las 2 clases de visitante.	
		0 puntos si no llega ningún tipo de visitante por concepto de operación turística.	
3	Género del visitante	2 puntos si existe al menos una relación de 42% mujeres y 58% hombres en el lugar, lo que se considera equitativo.	1
		1 punto si existe una relación de 59% de hombre o mujeres lo que no es equitativo.	
		0 puntos si solo un género visita el lugar.	
4	Rango de edad del visitante	2 puntos si el territorio es visitado por personas de todo tipo de edad.	2
		1 punto si el territorio es visitado por niños, jóvenes y adultos.	
		0 puntos si el territorio es visitado solo por dos grupos de edad.	
5	Frecuencia de visita al territorio, por parte del visitante	2 puntos si los visitantes llegan de 5 a más veces al año.	1
		1 punto si los visitantes llegan entre 2 a 4 veces al año.	
		0 puntos si los visitantes llegan solo 1 vez al año.	

6	Motivación de viaje del visitante	2 puntos si los visitantes manifiestan llegar por lo menos por 5 diferentes motivaciones de viaje como: (1)religión, (2)gastronomía, (3)lugares de relevancia natural y cultural, (4)vida nocturna, (5)visita a familiares y amigos, (6)turismo de aventura, (7)eventos culturales, (8)turismo de deportes, (9)compras, (10)profesional / negocios, entre otros.	2
		1 punto si los visitantes manifiestan llegar por entre 2 a 4 motivaciones de viaje.	
		0 puntos si los visitantes llegan por 1 sola motivación de viaje.	
7	Conformación del grupo de visitantes	2 puntos si los visitantes llegan: (1)solos, (2)en pareja y (3)en grupo (amigos, familia).	1
		1 punto si los visitantes llegan de 2 formas de las 3 estipuladas.	
		0 puntos si llega solo de 1 forma grupal.	
8	Gasto turístico	2 puntos si el visitante gasta por día 26 USD o más en su visita al territorio.	1
		1 punto si el visitante gasta por día entre 10 a 25 USD, en su visita al territorio.	
		0 puntos si el visitante gasta por día menos de 9 USD, en su visita al territorio.	
9	Implementación de políticas de comportamiento del visitante en la actividad turística	2 puntos si en el territorio al momento de ejercer una actividad turística, se observa políticas de comportamiento en 2 más idiomas.	1
		1 punto si en el territorio al momento de ejercer una actividad turística, se observa políticas de comportamiento en 1 idioma.	
		0 puntos si en el territorio no se observa políticas de comportamiento para el visitante, al momento de ejercer una actividad turística.	
10	Políticas de fijación de precios en servidores turísticos	2 puntos si la institución encargada mantiene 1 control semestral con respecto a la fijación de precios en los prestadores de servicios turísticos.	1
		1 punto si la institución encargada mantiene un control anual con respecto a la fijación de precios en los prestadores de servicios turísticos.	
		0 puntos si la institución encargada no mantiene un control con respecto a la fijación de precios en los prestadores de servicios turísticos.	
11	Temporada de visita al territorio, por parte del visitante	2 puntos si los visitantes llegan al territorio de manera indistinta, es decir, (1)entre semana, (2)fin de semana, (3)vacaciones o (4)feriados.	1
		1 punto si los visitantes, llegan al territorio solo en 2 de las 4 posible temporalidades descritas.	

		0 puntos si los visitantes llegan al territorio por 1 o ningún de las temporalidades descritas.	
12	Consumo de alojamiento, por parte de los visitantes	2 puntos si más del 50% de visitantes, consumen el servicio de alojamiento durante su estadía.	1
		1 punto si entre el 15% al 49% de visitantes, consumen el servicio de alojamiento durante su estadía.	
		0 puntos si menos del 15% de los visitantes consumen el servicio de alojamiento durante su estadía.	
13	Calificación de los visitantes al servicio turístico de alojamiento	2 puntos si más del 80% de los visitantes calificaron como excelente su experiencia con respecto al servicio de alojamiento en el territorio.	1
		1 punto si entre el 51 al 79% de los visitantes calificaron como muy bueno su experiencia con respecto al servicio de alojamiento en el territorio.	
		0 puntos si más del 50% de los visitantes calificaron como bueno o malo su experiencia con respecto al servicio de alojamiento en el territorio.	
14	Calificación de los visitantes al servicio turístico de alimentación	2 puntos si más del 80% de los visitantes calificaron como excelente su experiencia con respecto al servicio de alimentación en el territorio.	1
		1 punto si entre el 51 al 79% los visitantes calificaron como muy bueno su experiencia con respecto al servicio de alimentación en el territorio.	
		0 puntos si el 50% o más de los visitantes calificaron como bueno o malo su experiencia con respecto al servicio de alimentación en el territorio.	
15	Duración de la estadía por parte del visitante	2 puntos si los visitantes se quedan en el territorio por más de 4 días.	0
		1 punto si los visitantes se quedan en el territorio entre 2 y 3 días.	
		0 puntos si los visitantes se quedan en el territorio por solo 1 día.	
16	Nivel de satisfacción del visitante	2 puntos si más del 80% de los visitantes recomienda o volverían al territorio.	2
		1 punto si entre 50-79% de los visitantes recomiendan o volvería al territorio.	
		0 puntos si menos de 49% de los visitantes recomienda o volvería al territorio.	
17	Procedencia de los visitantes	2 puntos si el territorio maneja datos reales de la procedencia de los turistas, de forma anual.	0
		1 punto si el territorio implicado maneja datos reales de la procedencia de los turistas, cada tres años.	

		0 puntos si el territorio implicado no maneja datos de la procedencia de los turistas.	
18	Calificación para el tipo de atención al cliente.	2 puntos si el territorio implicado realiza encuestas anuales, de la atención que tiene el cliente en las diferentes instalaciones prestadoras de servicios turísticos.	0
		1 punto si el territorio implicado al menos realiza encuestas cada tres años, de la atención que tiene el cliente en las diferentes instalaciones prestadoras de servicios turísticos.	
		0 puntos si el territorio no tiene encuestas de atención al visitante con una vigencia de al menos 3 años de antigüedad.	
Valoración obtenida:			19
Valoración porcentual sobre:		36	53%
Nivel del potencial en escala Likert			Medio
Nivel del componente en escala Likert			Medio (53%)

Nota. Elaboración propia

Anexo 14

Tabla 65

EVALUACIÓN DEL COMPONENTE PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

N°	Indicador de evaluación	Forma de cálculo	Promoción	Comercialización
1	Información del atractivo por internet	2 puntos si en un buscador por lo menos hay 10 enlaces directos con información del atractivo.	2	0
		1 punto si en un buscador hay por lo menos 5 a 9 enlaces directos con información del atractivo.		
		0 puntos si en un buscador hay menos de 4 enlaces directos con información del atractivo.		
2	Promoción de la gastronomía	2 puntos si las comidas y bebidas locales son ofertadas permanentemente en empresas de alimentos y bebidas aptos para el visitante.	2	0
		1 punto si solo se elabora en ocasiones especiales en empresas de alimentos y bebidas aptos para el visitante.		
		0 puntos si no se oferta en empresas de alimentos y bebidas aptos para el visitante.		
3	Frecuencia de visita al territorio, por parte del visitante	2 puntos si los visitantes llegan de 5 a más veces al año.	0	2
		1 punto si los visitantes llegan entre 2 a 4 veces al año.		
		0 puntos si los visitantes llegan solo 1 vez al año.		
4	Motivación de viaje del visitante	2 puntos si los visitantes manifiestan llegar por lo menos por 5 diferentes motivaciones de viaje como: (1)religión, (2)gastronomía, (3)lugares de relevancia natural y cultural, (4)vida nocturna, (5)visita a familiares y amigos, (6)turismo de aventura, (7)eventos culturales, (8)turismo de deportes, (9)compras, (10)profesional / negocios, entre otros.	2	2

		1 punto si los visitantes manifiestan llegar por entre 2 a 4 motivaciones de viaje.		
		0 puntos si los visitantes llegan por 1 sola motivación de viaje.		
5	Conformación del grupo de visitantes	2 puntos si los visitantes llegan: (1) solos, (2) en pareja y (3) en grupo (amigos, familia).	0	2
		1 punto si los visitantes llegan de 2 formas de las 3 estipuladas.		
		0 puntos si llega solo de 1 forma grupal.		
6	Entidades que promueven la promoción y comercialización del territorio	2 puntos si la promoción y difusión es por parte del (1) Gobierno Autónomo Descentralizado y los (2) prestadores de servicios turísticos	2	2
		1 punto si la promoción y difusión es por parte de 1 de los dos actores turísticos.		
		0 puntos si no existe ninguna promoción y difusión del territorio.		
7	Nivel de promoción y comercialización en el territorio	2 puntos si existe una promoción a escala (1) local, (2) nacional e (3) internacional.	1	1
		1 punto si cuenta con 2 de las 3 escalas de promoción.		
		0 puntos si existe 1 o ninguna escala de promoción.		
8	Medios de difusión del territorio	2 puntos si la difusión se ha realizado por lo menos en 4 de los siguientes medios: (1) radio, (2) televisión, (3) redes sociales, (4) trípticos, (5) revistas, (6) páginas web, entre otros.	2	2
		1 punto si por lo menos se han realizado información en 2 o 3 de los medios antes mencionados.		
		0 puntos si se han utilizado en 1 o menos medios de promoción.		
9	Diversificación de idiomas en la promoción	2 puntos si el territorio cuenta con material promocional en 3 o más idiomas.	1	1
		1 punto si el territorio cuenta con material promocional por lo menos en 2 idiomas.		
		0 puntos si el territorio cuenta con material promocional por lo menos en 1 idioma.		
10	Cantidad de operadoras de viaje	2 puntos si existen 4 o más operadoras turísticas en el territorio.	2	2
		1 punto si existe 2 a 3 operadoras turísticas en el territorio.		
		0 puntos si existe 1 o ninguna operadora turística.		
11	Alineación con tendencias turísticas	2 puntos si en el territorio se ofrecen actividades alineadas con 5 a más tendencias del turismo como: (1) turismo comunitario, (2) científico, (3) ecoturismo, (4) agroturismo, (5) histórico, (6) religioso, (7) cultural, (8) aventura, (9) gastronómico, (10) salud, entre otros.	2	2
		1 punto si en el territorio se ofrecen actividades alineadas con 2 o 4 tendencias del turismo.		

		0 puntos si en el territorio se ofrecen 1 o menos actividades alineadas con las tendencias del turismo.		
12	Temporada de visita al territorio, por parte del visitante	2 puntos si los visitantes llegan al territorio de manera indistinta, es decir, (1)entre semana, (2) fines de semana, (3) vacaciones o (4) feriados.	1	1
		1 punto si los visitantes, llegan al territorio solo en 2 de las 4 posible temporalidades descritas.		
		0 puntos si los visitantes llegan al territorio por 1 o ningún de las temporalidades descritas.		
13	Consumo de alojamiento, por parte de los visitantes	2 puntos si más del 50% de visitantes, consumen el servicio de alojamiento durante su estadía.	0	1
		1 punto si entre el 15% al 49% de visitantes, consumen el servicio de alojamiento durante su estadía.		
		0 puntos si menos del 15% de los visitantes consumen el servicio de alojamiento durante su estadía.		
14	Calificación de los visitantes al servicio turístico de alojamiento	2 puntos si más del 80% de los visitantes calificaron como excelente su experiencia con respecto al servicio de alojamiento en el territorio.	0	1
		1 punto si entre el 51 al 79% de los visitantes calificaron como muy bueno su experiencia con respecto al servicio de alojamiento en el territorio.		
		0 puntos si más del 50% de los visitantes calificaron como bueno o malo su experiencia con respecto al servicio de alojamiento en el territorio.		
15	Calificación de los visitantes al servicio turístico de alimentación	2 puntos si más del 80% de los visitantes calificaron como excelente su experiencia con respecto al servicio de alimentación en el territorio.	0	1
		1 punto si entre el 51 al 79% los visitantes calificaron como muy bueno su experiencia con respecto al servicio de alimentación en el territorio.		
		0 puntos si el 50% o más de los visitantes calificaron como bueno o malo su experiencia con respecto al servicio de alimentación en el territorio.		
16	Duración de la estadía por parte del visitante	2 puntos si los visitantes se quedan en el territorio por más de 4 días.	0	0
		1 punto si los visitantes se quedan en el territorio entre 2 y 3 días.		
		0 puntos si los visitantes se quedan en el territorio por solo 1 día.		
17		2 puntos si el territorio ha participado en al menos 2 de los siguientes eventos: (1)ferias, (2)exposiciones o (3)convenciones turísticas en un año.	2	0

	Participación del territorio en eventos de promoción turística	1 punto si el territorio ha participado en 1 evento de los antes mencionados, en un año		
		0 puntos si el territorio no ha participado en ninguno de los eventos mencionados en un año.		
18	Procedencia de los visitantes	2 puntos si el territorio maneja datos reales de la procedencia de los turistas, de forma anual.	0	0
		1 punto si el territorio implicado maneja datos reales de la procedencia de los turistas, cada tres años.		
		0 puntos si el territorio implicado no maneja datos de la procedencia de los turistas.		
19	Calificación para el tipo de atención al cliente.	2 puntos si el territorio implicado realiza encuestas anuales, de la atención que tiene el cliente en las diferentes instalaciones prestadoras de servicios turísticos.	0	0
		1 punto si el territorio implicado al menos realiza encuestas cada tres años, de la atención que tiene el cliente en las diferentes instalaciones prestadoras de servicios turísticos.		
		0 puntos si el territorio no tiene encuestas de atención al visitante con una vigencia de al menos 3 años de antigüedad.		
Valoración obtenida:			19	20
Valoración porcentual sobre:		38	50%	53%
Nivel del potencial en escala Likert			Medio	Medio
Nivel del componente en escala Likert			Medio (51%)	

Nota. Elaboración propia

Anexo 15

Tabla 66

EVALUACIÓN DEL COMPONENTE INSTITUCIONES ADMINISTRATIVAS

N°	Indicador de evaluación	Forma de cálculo	Instituciones administrativas
1	Trabajo conjunto entre diferentes prestadores del servicio turístico.	2 puntos si existe 1 asociación entre al menos 3 prestadores de servicio como: (1) restauración, (2) servicio de transporte, (3) alojamiento y (4) agencias de viaje. 1 punto si existe 1 asociación que cuenta con miembros de al menos 2 de los servicios antes mencionados. 0 puntos si no existe asociación entre 2 o más tipos de servicios turísticos.	2
2	Entidades que promueven la promoción y comercialización del territorio	2 puntos si la promoción y difusión es por parte del (1) Gobierno Autónomo Descentralizado y los (2) prestadores de servicios turísticos 1 punto si la promoción y difusión es por parte de 1 de los dos actores turísticos. 0 puntos si no existe ninguna promoción y difusión del territorio.	2
3	Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (PDOT)	2 puntos si el territorio posee 1 Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial, que sea actualizado a la fecha de evaluación 1 punto si por lo menos posee 1 Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial, aunque no esté completo o actualizado. 0 puntos si no posee ningún Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial	2
4	Estrategias que estén vinculados al turismo dentro del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (PDOT)	2 puntos si el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial por lo menos tiene 3 o más estrategias vinculadas al desarrollo del turismo. 1 punto si el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial por lo menos tienen 1 o 2 estrategias vinculadas al desarrollo del turismo. 0 puntos si el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial no contempla ninguna estrategia vinculada al desarrollo del turismo.	2

5	Plan de desarrollo del turismo en el PDOT	2 puntos si dentro del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial se habla directamente de un plan de desarrollo del turismo.	2
		1 punto si dentro del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial se habla indirectamente del turismo.	
		0 puntos si no se habla nada sobre turismo.	
6	Centro de información	2 puntos si existe 1 centro de información turística.	1
		1 punto si por lo menos hay 1 agente que brinde información turística en el Gobierno Autónomo Descentralizado.	
		0 puntos si no tiene ninguna de las opciones antes mencionadas.	
7	Funcionarios en la dirección de turismo	2 puntos si tiene 3 o más funcionarios en la dirección de turismo.	2
		1 punto si por lo menos hay 1 o 2 funcionarios en la dirección de turismo.	
		0 puntos si no tiene ningún funcionario encargado del turismo.	
8	Colaboración de instituciones con el territorio	2 puntos si el desarrollo turístico del territorio cuenta con la colaboración de al menos 3 de los siguientes actores: (1)Estado, (2)instituciones privadas, (3)públicas, (4)ONG's, (5)organizaciones comunitarias, (6)instituciones académicas y (7)asociaciones de la sociedad civil.	2
		1 punto si el desarrollo del turismo cuenta con el respaldo de al menos 2 actores de los antes mencionados.	
		0 puntos si el desarrollo del turismo cuenta con 1 o ningún apoyo de los actores antes mencionados.	
9	Acceso a datos de los agentes encargados del turismo	2 puntos si se encuentra en la web del Gobierno Autónomo Descentralizado los datos de contacto de la persona encargada del desarrollo del turismo en el territorio como: nombre, teléfono y e-mail.	2
		1 punto si se encuentra en la web del Gobierno Autónomo Descentralizado información de la dirección de turismo.	
		0 puntos si no se puede encontrar datos de la persona encargada del desarrollo del turismo en el territorio.	
10	Alineación con tendencias turísticas	2 puntos si en el territorio se ofrecen actividades alineadas con 5 a más tendencias del turismo como: (1)turismo comunitario, (2)científico, (3)ecoturismo, (4)agroturismo, (5)histórico, (6)religioso, (7)cultural, (8)aventura, (9)gastronómico, (10)salud, entre otros.	2

		1 punto si en el territorio se ofrecen actividades alineadas con 2 o 4 tendencias del turismo.	
		0 puntos si en el territorio se ofrecen 1 o menos actividades alineadas con las tendencias del turismo.	
11	Existencia de departamento, gerencia o subgerencia de turismo perteneciente al Gobierno Autónomo Descentralizado	2 puntos si el territorio cuenta con un departamento de turismo perteneciente al Gobierno Autónomo Descentralizado.	2
		1 punto si el territorio cuenta con un departamento perteneciente un 50% al Gobierno Autónomo Descentralizado y un 50% a una entidad ajena al Gobierno Autónomo Descentralizado.	
		0 puntos si el territorio no cuenta con departamento perteneciente al Gobierno Autónomo Descentralizado.	
12	Convenios de investigación turística entre la entidad de turismo encargada y las instituciones académicas de investigación.	2 puntos si la entidad de turismo encargada cuenta con 5 o más convenios de investigación en turismo con instituciones académicas de investigación.	2
		1 punto si la entidad de turismo encargada cuenta con 4 o 3 convenios de investigación en turismo con instituciones académicas.	
		0 puntos si la entidad de turismo encargada de cuenta con 2 o menos convenios de investigación en turismo con instituciones académicas.	
13	Número de investigaciones que se realiza por parte de la institución de regulación del turismo.	2 puntos si la institución reguladora de turismo del territorio realiza por lo menos 4 investigaciones sobre turismo al año.	1
		1 punto si la institución reguladora de turismo del territorio realiza por lo menos 2 o 3 investigaciones de turismo al año.	
		0 puntos si la institución reguladora de turismo del territorio realiza 1 o menos investigación por año.	
14	Registro de los emprendimientos turísticos con los que cuenta el territorio en una entidad reguladora de las actividades turísticas.	2 puntos si la entidad reguladora de las actividades turísticas lleva un registro trimestral de los emprendimientos turísticos del territorio.	2
		1 punto si la entidad reguladora de las actividades turísticas lleva un registro semestral o anual de los emprendimientos turísticos del territorio	
		0 puntos si la actividad reguladora no lleva un registro de los emprendimientos turísticos del territorio.	
15	Número de alianzas con fines turísticos entre los sectores	2 puntos existen al menos 5 tipos de alianzas con fines turísticos entre los sectores (público, privado y comunitario)	2

	público, privado y comunitario con fines turísticos	1 punto si existen entre 2 a 4 tipos de alianzas con fines turísticos entre los sectores (público, privado y comunitario)	
		0 puntos si existe 1 o ningún tipo de alianza con fines turísticos entre los sectores (público, privado y comunitario)	
16	Estudios de capacidad de carga	2 puntos si la entidad encargada cuenta con por lo menos 1 estudio de capacidad de carga de sus atractivos en el último año.	1
		1 punto si la entidad encargada cuenta con por lo menos 1 estudios de capacidad de carga mayor a 1 año, pero menor de 5 años.	
		0 puntos si la entidad encargada no cuenta con estudios de capacidad de carga.	
17	Implementación de políticas de comportamiento del visitante en la actividad turística	2 puntos si en el territorio al momento de ejercer una actividad turística, se observa políticas de comportamiento en 2 más idiomas.	1
		1 punto si en el territorio al momento de ejercer una actividad turística, se observa políticas de comportamiento en 1 idioma.	
		0 puntos si en el territorio no se observa políticas de comportamiento para el visitante, al momento de ejercer una actividad turística.	
18	Políticas de fijación de precios en servidores turísticos	2 puntos si la institución encargada mantiene 1 control semestral con respecto a la fijación de precios en los prestadores de servicios turísticos.	1
		1 punto si la institución encargada mantiene un control anual con respecto a la fijación de precios en los prestadores de servicios turísticos.	
		0 puntos si la institución encargada no mantiene un control con respecto a la fijación de precios en los prestadores de servicios turísticos.	
19	Control en actividades de aventura	2 puntos si la institución encargada de las actividades turísticas mantiene un control semestral con respecto a la práctica de los deportes de aventura.	1
		1 punto si la institución encargada de las actividades turísticas mantiene un control anual con respecto a la práctica de los deportes de aventura.	
		0 puntos si la institución encargada de las actividades turísticas no mantiene control con respecto a la práctica de los deportes de aventura.	
20	Obtención de licencia de funcionamiento	2 puntos si entre el 80-100% de establecimientos turísticos en el cantón, cuentan con licencia de funcionamiento.	2
		1 punto si entre el 50-79% de establecimientos turísticos en el cantón, cuentan con licencia de funcionamiento.	

		0 puntos si menos del 49% de establecimientos turísticos en el cantón, cuentan con licencia de funcionamiento.	
21	Procedencia de los visitantes	2 puntos si el territorio maneja datos reales de la procedencia de los turistas, de forma anual.	0
		1 punto si el territorio implicado maneja datos reales de la procedencia de los turistas, cada tres años.	
		0 puntos si el territorio implicado no maneja datos de la procedencia de los turistas.	
22	Bienestar a la población local	2 puntos si el territorio tiene datos sobre los impactos del turismo en la población local anualmente.	0
		1 punto si el territorio tiene datos sobre los impactos del turismo en la comunidad local no más antiguos de 3 años.	
		0 puntos si el territorio no datos sobre el impacto del turismo en la población local	
23	Impacto económico del turismo en el territorio	2 puntos si el territorio tiene datos sobre el impacto del turismo en la economía local anualmente	0
		1 punto si el territorio tiene datos sobre el impacto económico del turismo en la comunidad local no más antiguos de 3 años.	
		0 puntos si el territorio no datos sobre el impacto económico del turismo en la población local	
24	Campañas de protección ambiental (GAD)	2 puntos si el GAD proporciona al menos 3 campañas sobre protección ambiental al año	1
		1 punto si el GAD proporciona al menos 2 campañas sobre protección ambiental al año	
		0 puntos si el GAD no cuenta con ninguna campaña de protección ambiental	
25	Programa de Buenas Prácticas Ambientales de las empresas del sector turístico	2 puntos si al menos 20 empresas del sector turístico cuentan con un programa de Buenas Prácticas Ambientales	1
		1 punto si al menos 10 empresas del sector turístico cuentan con un programa de Buenas Prácticas Ambientales	
		0 puntos si menos de 10 empresas del sector turístico cuentan con un programa de Buenas Prácticas Ambientales	
26		2 puntos si en el territorio se encuentran al menos 5 profesionales en turismo	1

	Profesionales de turismo que trabajan en los establecimientos.	1 punto si en el territorio se encuentra al menos 3 0 puntos si en el territorio no se encuentran profesionales en turismo	
27	Certificación del Catastro Turístico.	2 puntos si al menos una empresa cuenta con certificación de catastro turístico 1 punto si en el territorio se encuentra al menos 3 servicios turísticos que cuenten con el certificación del catastro turístico. 0 puntos si en el territorio no se encuentran ningún servicio turístico registrado en el catastro turístico.	2
28	Delincuencia reportada por turistas	2 puntos si en el territorio cuenta con 2 o más centros de atención a emergencias (Unidad de Policía, hospital, bomberos) 1 punto si en el territorio cuenta al menos 1 centro de atención a emergencias como (Unidad de Policía, hospital, bomberos) 0 puntos si en el territorio no cuenta con ningún centro de atención a emergencias	2
Valoración obtenida:			41
Valoración porcentual sobre:		56	73%
Nivel del potencial en escala Likert			Alto
Nivel del componente en escala Likert			Alto(73%)

Nota. Elaboración propia

Anexo 16

Tabla 67

EVALUACIÓN DEL COMPONENTE POLÍTICAS ADMINISTRATIVAS

N°	Indicador de evaluación	Forma de cálculo	Políticas Administrativas
1	Certificaciones de calidad nacionales e internacionales	2 puntos si al menos una empresa cuenta con 1 certificación internacional y 1 nacional.	2
		1 punto si al menos 1 empresa cuenta con unas de las dos certificaciones.	
		0 puntos si no cuenta con ninguna certificación.	
2	Cantidad de empleo generado	2 puntos si las empresas turísticas generan más del 1.4% de empleo local con respecto a la provincia.	1
		1 punto si las empresas turísticas generan entre el 1.3% al 1% de empleo local.	
		0 puntos si las empresas turísticas generan menos 0.9% de empleo local.	
3	Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (PDOT)	2 puntos si el territorio posee 1 Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial, que sea actualizado a la fecha de evaluación	2
		1 punto si por lo menos posee 1 Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial, aunque no esté completo o actualizado.	
		0 puntos si no posee ningún Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial	
4	Estrategias que estén vinculados al turismo dentro del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (PDOT)	2 puntos si el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial por lo menos tiene 3 o más estrategias vinculadas al desarrollo del turismo.	2
		1 punto si el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial por lo menos tienen 1 o 2 estrategias vinculadas al desarrollo del turismo.	
		0 puntos si el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial no contempla ninguna estrategia vinculada al desarrollo del turismo.	

5	Plan de desarrollo del turismo en el PDOT	2 puntos si dentro del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial se habla directamente de un plan de desarrollo del turismo.	2
		1 punto si dentro del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial se habla indirectamente del turismo.	
		0 puntos si no se habla nada sobre turismo.	
6	Centro de información	2 puntos si existe 1 centro de información turística.	2
		1 punto si por lo menos hay 1 agente que brinde información turística en el Gobierno Autónomo Descentralizado.	
		0 puntos si no tiene ninguna de las opciones antes mencionadas.	
7	Convenios de investigación turística entre la entidad de turismo encargada y las instituciones académicas de investigación.	2 puntos si la entidad de turismo encargada cuenta con 5 o más convenios de investigación en turismo con instituciones académicas de investigación.	2
		1 punto si la entidad de turismo encargada cuenta con 4 o 3 convenios de investigación en turismo con instituciones académicas.	
		0 puntos si la entidad de turismo encargada de cuenta con 2 o menos convenios de investigación en turismo con instituciones académicas.	
8	Registro de los emprendimientos turísticos con los que cuenta el territorio en una entidad reguladora de las actividades turísticas.	2 puntos si la entidad reguladora de las actividades turísticas lleva un registro trimestral de los emprendimientos turísticos del territorio.	2
		1 punto si la entidad reguladora de las actividades turísticas lleva un registro semestral o anual de los emprendimientos turísticos del territorio	
		0 puntos si la actividad reguladora no lleva un registro de los emprendimientos turísticos del territorio.	
9	Implementación de políticas de comportamiento del visitante en la actividad turística	2 puntos si en el territorio al momento de ejercer una actividad turística, se observa políticas de comportamiento en 2 más idiomas.	1
		1 punto si en el territorio al momento de ejercer una actividad turística, se observa políticas de comportamiento en 1 idioma.	
		0 puntos si en el territorio no se observa políticas de comportamiento para el visitante, al momento de ejercer una actividad turística.	
10	Políticas de fijación de precios en servidores turísticos	2 puntos si la institución encargada mantiene 1 control semestral con respecto a la fijación de precios en los prestadores de servicios turísticos.	1
		1 punto si la institución encargada mantiene un control anual con respecto a la fijación de precios en los prestadores de servicios turísticos.	

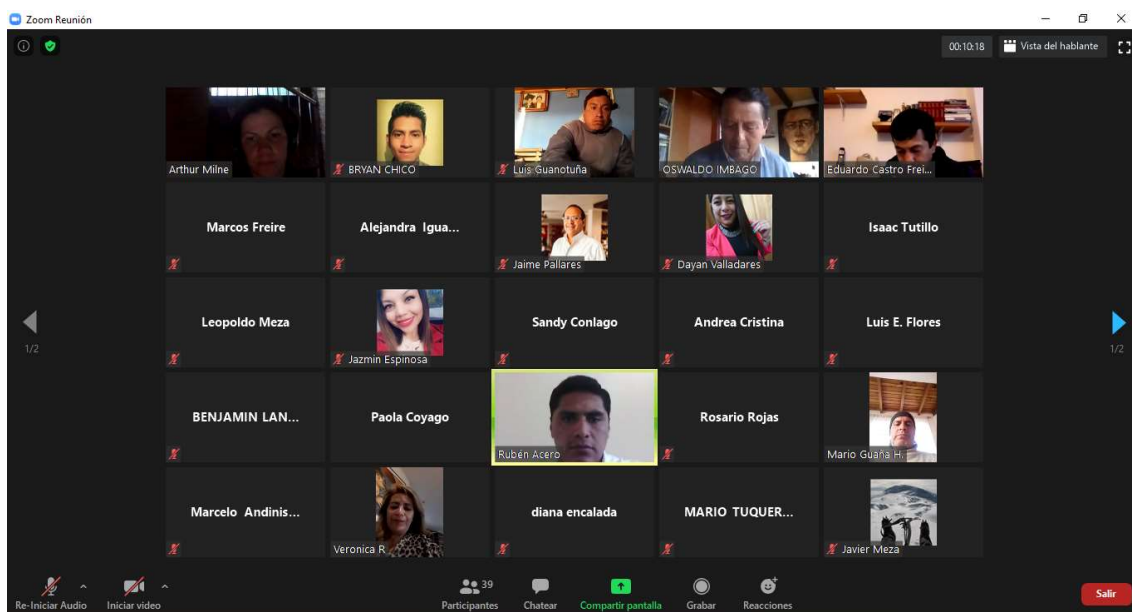
		0 puntos si la institución encargada no mantiene un control con respecto a la fijación de precios en los prestadores de servicios turísticos.	
11	Control en actividades de aventura	2 puntos si la institución encargada de las actividades turísticas mantiene un control semestral con respecto a la práctica de los deportes de aventura.	1
		1 punto si la institución encargada de las actividades turísticas mantiene un control anual con respecto a la práctica de los deportes de aventura.	
		0 puntos si la institución encargada de las actividades turísticas no mantiene control con respecto a la práctica de los deportes de aventura.	
12	Obtención de licencia de funcionamiento	2 puntos si entre el 80-100% de establecimientos turísticos en el cantón, cuentan con licencia de funcionamiento.	2
		1 punto si entre el 50-79% de establecimientos turísticos en el cantón, cuentan con licencia de funcionamiento.	
		0 puntos si menos del 49% de establecimientos turísticos en el cantón, cuentan con licencia de funcionamiento.	
13	Bienestar a la población local	2 puntos si el territorio tiene datos sobre los impactos del turismo en la población local anualmente.	1
		1 punto si el territorio tiene datos sobre los impactos del turismo en la comunidad local no más antiguos de 3 años.	
		0 puntos si el territorio no datos sobre el impacto del turismo en la población local	
14	Impacto económico del turismo en el territorio	2 puntos si el territorio tiene datos sobre el impacto del turismo en la economía local anualmente	1
		1 punto si el territorio tiene datos sobre el impacto económico del turismo en la comunidad local no más antiguos de 3 años.	
		0 puntos si el territorio no datos sobre el impacto económico del turismo en la población local	
15	Campañas de protección ambiental (GAD)	2 puntos si el GAD proporciona al menos 3 campañas sobre protección ambiental al año	1
		1 punto si el GAD proporciona al menos 2 campañas sobre protección ambiental al año	
		0 puntos si el GAD no cuenta con ninguna campaña de protección ambiental	

16	Programa de Buenas Prácticas Ambientales de las empresas del sector turístico	2 puntos si al menos 20 empresas del sector turístico cuentan con un programa de Buenas Prácticas Ambientales	1
		1 punto si al menos 10 empresas del sector turístico cuentan con un programa de Buenas Prácticas Ambientales	
		0 puntos si menos de 10 empresas del sector turístico cuentan con un programa de Buenas Prácticas Ambientales	
Valoración obtenida:			24
Valoración porcentual sobre:		32	75%
Nivel del potencial en escala Likert			Alto
Nivel del componente en escala Likert			Alto (75%)

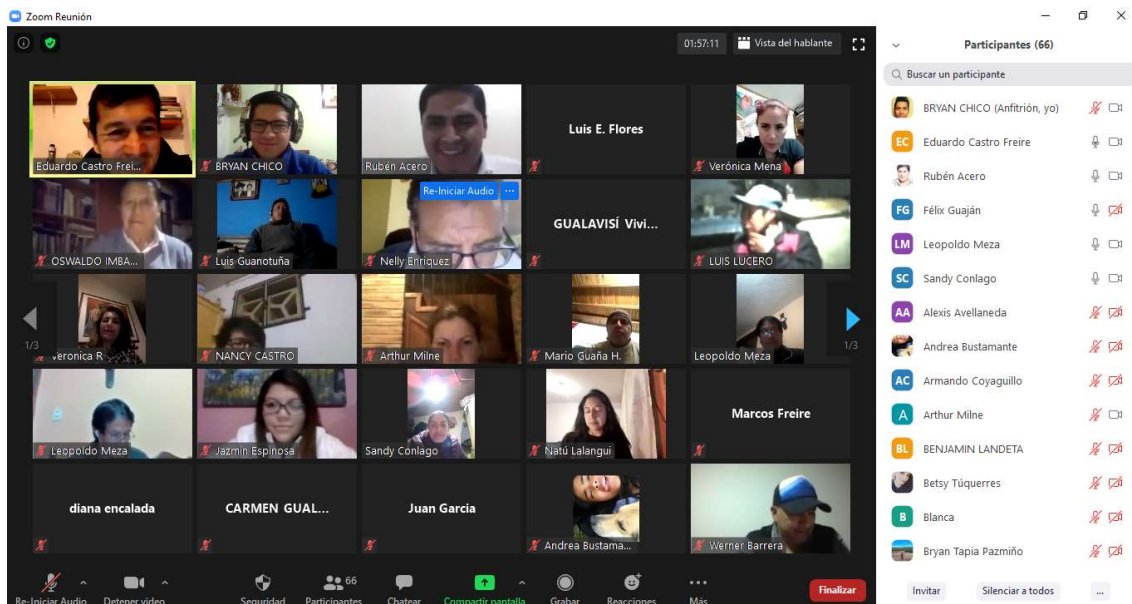
Nota. Elaboración propia

Anexo 17

Capturas de pantalla de reuniones con prestadores de servicio del Cantón Cayambe



Captura de pantalla N°1 - 14-ene-2021



Captura de pantalla N°1 - 16-Dic-2020