



**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**

**MODELO DE GESTIÓN ESTRATÉGICA DEL TURISMO PARA LA  
PARROQUIA DE GUANUJO, BASADO EN EL POTENCIAL TURÍSTICO  
TERRITORIAL.**

**AUTORA**

**JOSELIN ALEJANDRA PÁLIZ SOLIS**

**DIRECTOR DE TESIS**

**DR. ENRIQUE ARMANDO CABANILLA VÁSCONEZ PHD.**

**QUITO – ECUADOR**

**2020**

**FORMULARIO DE REGISTRO BIBLIOGRÁFICO**

**PROYECTO DE TITULACIÓN**

<b>DATOS DE CONTACTO</b>	
<b>CÉDULA DE IDENTIDAD:</b>	020198629-6
<b>APELLIDO Y NOMBRES:</b>	Joselin Alejandra Páliz Solis
<b>DIRECCIÓN:</b>	Marcos de Valera y Melchor de Valdez N 56-166 Condominios San Carlos (segunda etapa) Bloque: Valdivia (Cochapamba, Quito)
<b>EMAIL:</b>	aleja@hotmail.es
<b>TELÉFONO FIJO:</b>	23400942
<b>TELÉFONO MOVIL:</b>	+593 982980783

<b>DATOS DE LA OBRA</b>	
<b>TÍTULO:</b>	Modelo de gestión estratégica del turismo para la parroquia de Guanujo, basado en el potencial turístico.
<b>AUTOR O AUTORES:</b>	Joselin Alejandra Páliz Solis
<b>FECHA DE ENTREGA DEL PROYECTO DE TITULACIÓN:</b>	09-02-2021

<b>DIRECTOR DEL PROYECTO DE TITULACIÓN:</b>	Dr. Enrique Armando Cabanilla Vásquez PHD.
<b>PROGRAMA</b>	<b>PREGRADO</b> <input type="checkbox"/> <b>POSGRADO</b> <input checked="" type="checkbox"/>
<b>TITULO POR EL QUE OPTA:</b>	<b>MAGÍSTER EN TURISMO CON MENCIÓN EN GESTIÓN DE DESTINOS TURÍSTICOS</b>
<b>RESUMEN: Mínimo 250 palabras</b>	<p>La parroquia urbana de Guanujo, ubicada en la provincia de Bolívar, Ecuador es beneficiada con recursos naturales, culturales y gastronómicos, razón por la cual es necesario desarrollar un modelo de gestión estratégica acorde a la parroquia, basándonos en el potencial turístico territorial de algunos recursos mencionados en este proyecto.</p> <p>Esta investigación se realiza mediante el diagnóstico y análisis con la metodología de los doce componentes del sistema turístico, para posteriormente cada componente ser sometido a una evaluación a través, de indicadores que permitan medir su potencialidad turística para luego ser evaluados y poder revertir y reforzar aquellos indicadores que estuvieron bien y aquellos que tuvieron un valor bajo.</p> <p>Se utilizó otras herramientas como la (observación, encuesta, entrevistas y grupo focal), que permitieron desarrollar lineamientos, tomando como base la</p>

	<p>identificación de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas-FODA del sistema turístico ya evaluado. El resultado que se obtuvo demostró que la parroquia de Guanujo no cuenta con potencialidad turística debido a la falta de desarrollo de los recursos en lo correspondiente a implementación, adecuación, actividades y mejora de los mismos, es por eso que este modelo de gestión estratégica menciona estrategias centradas en el fortalecimiento de la actividad turística de la parroquia, estableciendo un sistema adecuado de gobernanza turística, desarrollo de productos y servicios locales, fortalecer la promoción y comercialización que permitan contribuir al desarrollo turístico de la parroquia, contando con la ayuda de la empresa pública y privada que permita mejorar estos recursos para que Guanujo sea un lugar a visitar.</p>
<p><b>PALABRAS CLAVES:</b></p>	<p>Modelo de gestión estratégica, desarrollo turístico, estrategias de intervención, potencial turístico.</p>
<p><b>ABSTRACT:</b></p>	<p>The urban parish of Guanujo, located in the province of Bolívar, Ecuador, benefits from natural, cultural and gastronomic resources. For this reason, it is necessary to develop a strategic management model according to the parish, based on the</p>

territorial tourist potential of some of the resources mentioned in this project.

This research is carried out by means of the diagnosis and analysis with the methodology of the twelve components of the tourist system, for later each component to be submitted to an evaluation through indicators that allow for the measurement of its tourist potential to be evaluated and to be able to revert and reinforce those indicators that were good and those that had a low value.

Other tools were used (observation, survey, interviews and focal group), which allowed the development of guidelines, taking as a base the identification of the strengths, opportunities, weaknesses and threats-FODA of the tourist system already evaluated. The result that was obtained showed that the parish of Guanujo does not have tourist potential due to the lack of development of the resources in what corresponds to implementation, adaptation, activities and improvement of the same, that is why this model of strategic management mentions strategies centered on the strengthening of the tourist activity of the parish, establishing an adequate system of tourist governance, development of local products and services, strengthening the promotion and commercialization that allow to contribute

	to the tourist development of the parish, counting on the help of the public and private enterprise that allows to improve these resources so that Guanujo is a place to visit.
<b>KEYWORDS</b>	Strategic Management model, Tourism Development, Intervention Strategies, Tourism Potential.

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

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Alejandra Páliz Solís', written over a horizontal line.

f: \_\_\_\_\_

JOSELIN ALEJANDRA PÁLIZ SOLIS

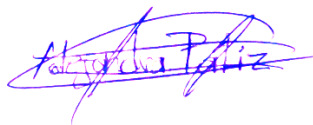
C.I: 020198629-6

## DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **JOSELIN ALEJANDRA PÁLIZ SOLIS**, CI 020198629-6 autora del proyecto titulado: **Modelo de gestión estratégica del turismo para la parroquia de GUANUJO, basado en el potencial 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, 10/11/2020



f: \_\_\_\_\_

JOSELIN ALEJANDRA PÁLIZ SOLIS

C.I: 020198629-6



## CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de tutor de tesis de grado certifico que el presente trabajo que lleva por título **MODELO DE GESTIÓN ESTRATÉGICA DEL TURISMO PARA LA PARROQUIA DE GUANUJO, BASADO EN EL POTENCIAL TURÍSTICO**, para aspirar al título de **MAGÍSTER EN TURISMO CON MENCIÓN EN GESTIÓN DE DESTINOS TURÍSTICOS**, fue desarrollado por **PÁLIZ SOLIS JOSELIN ALEJANDRA**, 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.



---

Dr. Enrique Armando Cabanilla Vásconez PHD.

DIRECTOR DEL TRABAJO

## DECLARACION JURAMENTADA DEL AUTOR

Yo, **PÁLIZ SOLIS JOSELIN ALEJANDRA**, portadora de la cédula de identidad N.º **020198629-6**, 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: \_\_\_\_\_

JOSELIN ALEJANDRA PÁLIZ SOLIS

C.I: 020198629-6

## **AGRADECIMIENTO**

*Al finalizar con éxito una investigación, que promueve el desarrollo turístico del territorio, ofrezco un agradecimiento a los pobladores de la parroquia urbana de Guanujo, así como a su vicepresidenta del Comité de Desarrollo Ulpiano Páez la Lic Tanya Viscarra por su aporte, ayuda y gestión en esta investigación.*

*Al Dr. Enrique Cabanilla, por compartir sus conocimientos y ser maestro guía y tutor durante el desarrollo de la investigación.*

*Agradezco a la Universidad Tecnológica Equinoccial, Maestría en Turismo, Mención Gestión de Destinos Turísticos, por darme la oportunidad de ser parte en este programa académico.*

## **DEDICATORIA**

*Este logro profesional está dedicado a mi padre Guillermo Páliz Segura por brindarme la oportunidad de seguirme especializándome, quien me enseña cada día que el conocimiento es el camino a la sabiduría.*

*A mi ángel que me acompaña desde el cielo (+) María del Rocío Solis Vascones mi Madre, quien me da la fortaleza y valentía de seguir adelante con todo lo que emprendo. A mis Hermanos Adrián y Ma de Roció que siempre están ahí con sus sugerencias y ayuda.*

## ÍNDICE DE CONTENIDO

<i>INTRODUCCIÓN</i> .....	<i>III</i>
<i>I. ANTECEDENTES DEL MODELO DE GESTIÓN ESTRATÉGICA DEL TURISMO PARA LA PARROQUIA DE GUANUJO, BASADO EN EL POTENCIAL TURÍSTICO TERRITORIAL</i> .....	<i>III</i>
<i>II. ENUNCIADO DEL PROBLEMA</i> .....	<i>VI</i>
<i>III. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA</i> .....	<i>VII</i>
<i>IV. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN</i> .....	<i>VIII</i>
<i>V. JUSTIFICACIÓN</i> .....	<i>VIII</i>
<i>CAPÍTULO I</i> .....	<i>1</i>
1.1. Desarrollo local.....	1
1.2. Modelo de gestión estratégica .....	6
1.3. Potencial turístico.....	9
1.4. Marco Legal.....	16
1.5. Marco Institucional.....	17
<i>CAPÍTULO II</i> .....	<i>22</i>
2.1. Enfoque cuantitativo.....	22
2.2. Tipo de investigación .....	22
2.3. Métodos de investigación.....	23
2.4. Técnicas de investigación.....	23
2.5. Herramientas de estudio.....	26
2.6. Sistematización del procedimiento .....	26
2.7. Diagnóstico de los 12 componentes del sistema turístico .....	27
2.8. Evaluación cualitativa y cuantitativa de los hallazgos.....	27
2.9. Lineamientos estratégicos del turismo .....	28
2.10. Población y muestra.....	28

2.11.	<b>Análisis de la información recopilada .....</b>	<b>30</b>
2.12.	<b>Descripción del área de estudio.....</b>	<b>30</b>
<b><i>CAPÍTULO III .....</i></b>		<b>34</b>
3.1.	<b>Componente natural .....</b>	<b>34</b>
3.1.1.	Comparación competitiva nacional y regional .....	35
3.2.	<b>Componentes hechos culturales.....</b>	<b>35</b>
3.2.1.	Comparación competitiva nacional y regional .....	35
3.3.	<b>Componente gastronómico.....</b>	<b>36</b>
3.3.1.	Comparación competitiva nacional y regional .....	36
3.4.	<b>Componente festividades y eventos .....</b>	<b>36</b>
3.4.1.	Comparación competitiva nacional y regional .....	37
3.5.	<b>Componente actividades recreacionales .....</b>	<b>37</b>
3.5.1.	Comparación competitiva nacional y regional .....	37
3.6.	<b>Componente vías de acceso .....</b>	<b>38</b>
3.6.1.	Comparación competitiva nacional y regional .....	39
3.7.	<b>Componente seguridad, salud y servicios básicos .....</b>	<b>40</b>
3.7.1.	Salud de la parroquia urbana de Guanajuo.....	40
3.7.2.	Planteles educativos en la parroquia urbana de Guanajuo .....	40
3.7.3.	Comparación competitiva nacional regional .....	41
3.8.	<b>Componente servicios turísticos .....</b>	<b>42</b>
3.8.1.	Comparación competitiva nacional y regional .....	44
3.9.	<b>Servicios Complementarios.....</b>	<b>44</b>
3.9.1.	Comparación competitiva nacional y regional .....	44
<b>DEMANDA TURÍSTICA .....</b>		<b>45</b>
3.10.	<b>Componente consumidor.....</b>	<b>45</b>
3.10.1.	Demanda real.....	45
3.11.	<b>Perfil del visitante de la parroquia de Guanajuo .....</b>	<b>48</b>

3.11.1.	Demanda potencial .....	48
<b>3.12.</b>	<b>Componente de comercialización y promoción turística .....</b>	<b>51</b>
3.12.1.	Comparación competitiva nacional y regional .....	51
<b>3.13.</b>	<b>Componentes políticas administrativas.....</b>	<b>51</b>
3.13.1.	Comparación competitiva nacional y regional .....	52
<b>3.14.</b>	<b>Componente instituciones administrativas .....</b>	<b>52</b>
3.14.1.	Comparación competitiva nacional y regional .....	54
<b>3.15.</b>	<b>Evaluación de la potencialidad turística de la parroquia de guanujo.....</b>	<b>54</b>
3.15.1.	Matriz general de evaluación de la potencialidad turística del territorio .....	54
<b>3.16.</b>	<b>Evaluación matricial por cada componente del sistema turístico.....</b>	<b>55</b>
3.16.1.	Valoración del componente natural .....	55
3.16.1.1.	<i>Nivel de potencial turístico del componente natural en base a Likert .....</i>	<i>56</i>
3.16.2.	Valoración del componente hechos culturales .....	57
3.16.2.1.	<i>Interpretación según escala de Likert .....</i>	<i>57</i>
3.16.3.	Valoración del componente gastronómico .....	58
3.16.3.1.	<i>Interpretación según escala de Likert .....</i>	<i>59</i>
<b>3.17.</b>	<b>Valoración del componente festividades y eventos.....</b>	<b>60</b>
3.17.1.1.	<i>Interpretación según escala de Likert .....</i>	<i>60</i>
<b>3.18.</b>	<b>Valoración del componente actividades recreacionales.....</b>	<b>61</b>
3.18.1.	Interpretación según escala de Likert .....	61
<b>3.19.</b>	<b>Valoración del componente vías de acceso.....</b>	<b>62</b>
3.19.1.	Interpretación según escala de Likert .....	63
<b>3.20.</b>	<b>Valoración del componente seguridad, salud y servicios básicos .....</b>	<b>63</b>
3.20.1.	Interpretación según escala de Likert .....	64
<b>3.21.</b>	<b>Valoración del componente servicios turísticos.....</b>	<b>64</b>
3.21.1.	Interpretación según escala de Likert .....	65
<b>3.22.</b>	<b>Valoración del componente consumidor .....</b>	<b>66</b>
3.22.1.	Interpretación según escala de Likert .....	66

<b>3.23.</b>	<b>Valoración del componente promoción y comercialización .....</b>	<b>67</b>
3.23.1.	Interpretación según escala de Likert .....	67
<b>3.24.</b>	<b>Valoración del componente políticas administrativas .....</b>	<b>68</b>
3.24.1.	Interpretación según escala de Likert .....	68
<b>3.25.</b>	<b>Valoración del componente instituciones administrativas .....</b>	<b>69</b>
3.25.1.	Interpretación según escala de Likert .....	69
<b>3.26.</b>	<b>Matriz general de valoración de los 12 componentes del sistema turístico.....</b>	<b>69</b>
3.26.1.	Descripción de los objetivos estratégicos ofensivos y defensivos.....	71
3.26.2.	Explicación de los proyectos y acciones propuestos para este modelo de gestión estratégica	
	73	
	<b>Conclusiones .....</b>	<b>82</b>
	<b>Recomendaciones.....</b>	<b>84</b>



## INDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Diferencia de Modelos de Gestión Estratégica</i> .....	8
Tabla 2 <i>Métodos para el análisis del potencial turístico del territorio rural</i> .....	10
Tabla 3 <i>Sustento Legal</i> .....	16
Tabla 4 <i>Sustento Institucional</i> .....	17
Tabla 5 <i>Técnicas de Investigación para la Recolección de Datos</i> .....	24
Tabla 6 <i>Herramientas a utilizar</i> .....	26
Tabla 7 <i>Los 12 Componentes</i> .....	27
Tabla 8 <i>Niveles de Evaluación</i> .....	27
Tabla 9 <i>Valoración para los 12 Componentes del Sistema Turístico</i> .....	28
Tabla 10 <i>Servicios básicos de la parroquia de Guanujo</i> .....	41
Tabla 11 <i>Demanda real de la parroquia urbana de Guanujo</i> .....	46
Tabla 12 <i>Organizaciones Institucionales de la Provincia de Bolívar</i> .....	53
Tabla 13 <i>Matriz general de evaluación de la potencialidad turística del territorio</i> .....	54
Tabla 14 <i>Matriz de valoración del Componente Natural</i> .....	55
Tabla 15 <i>Matriz de Valoración del componente Hechos Culturales</i> .....	57
Tabla 16 <i>Matriz de Valoración del Componente Gastronómico</i> .....	58
Tabla 17 <i>Valoración del Componente Festividades y Eventos</i> .....	60
Tabla 18 <i>Matriz de Valoración del Componente actividades Recreacionales</i> .....	61
Tabla 19 <i>Matriz de Valoración del Componente Vías de Acceso</i> .....	62
Tabla 20 <i>Valoración componente seguridad salud y servicios básicos</i> .....	63
Tabla 21 <i>Matriz de valoración del Componente Servicios Turísticos</i> .....	64
Tabla 22 <i>Matriz de valoración del componente Consumidor</i> .....	66
Tabla 23 <i>Matriz de Valoración del Componente promoción y Comercialización</i> .....	67
Tabla 24 <i>Matriz de Valoración del componente Políticas Administrativas</i> .....	68
Tabla 25 <i>Matriz de Valoración del Componente Instituciones Administrativas</i> .....	69
Tabla 26 <i>Matriz General de Valoración</i> .....	71

Tabla 27 <i>Matriz Objetivos Ofensivos y Defensivos</i> .....	72
Tabla 28 <i>Proyectos propuestos para el modelo de gestión estratégica de la parroquia de Guanujo</i> .....	74

## INDICE DE FIGURAS

Figura 1 <i>Aspectos a fortalecer para lograr el desarrollo local turístico</i> .....	2
Figura 2 <i>Elementos del Sistema Turístico</i> .....	4
Figura 3 <i>Tipología de modelos de gestión estratégica</i> .....	7
Figura 4 <i>Los 12 componentes</i> .....	13
Figura 5 <i>Localización de la Investigación, parroquia Guanujo -Ecuador</i> .....	31
Figura 6 <i>Parroquias Urbanas de la Ciudad de Guaranda</i> .....	32
Figura 7 <i>Mapa vial de la provincia de Bolívar</i> .....	39
Figura 8 <i>UPC- Atandagua -Guanujo</i> .....	40
Figura 9 <i>Subcentro de salud</i> .....	40
Figura 10 <i>Hostal Sumak Samyra</i> .....	43
Figura 11 <i>Restaurante Papitas guanujeñas</i> .....	43
Figura 12 <i>Propuesta del Modelo de gestión estratégica para la parroquia de Guanujo</i> .....	81

## ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo A <i>Ejemplo de algunas fichas que se usó para el levantamiento de recursos de Guanaju</i> .....	93
Anexo B <i>Atractivos Naturales de la Parroquia de Guanaju</i> .....	103
Anexo C <i>Flora de la Parroquia de Guanaju</i> .....	106
Anexo D <i>Fauna de la Parroquia de Guanaju</i> .....	110
Anexo E <i>Componentes Culturales de la Parroquia de Guanaju</i> .....	114
Anexo F <i>Componente Gastronómico de la Parroquia de Guanaju</i> .....	116
Anexo G <i>Fiestas y Eventos más Representativos de la Parroquia de Guanaju</i> .....	119
Anexo H <i>Actividades Recreacionales de la Parroquia Guanaju</i> .....	122
Anexo I <i>Vías de Acceso a la Parroquia de Guanaju</i> .....	124
Anexo J <i>Transporte de la Parroquia Urbana de Guanaju</i> .....	126
Anexo K <i>Instituciones Educativas de la Parroquia de Guanaju</i> .....	129
Anexo L <i>Servicios Complementarios de la Parroquia de Guanaju</i> .....	131
Anexo M <i>Restaurantes de la Parroquia Urbana de Guanaju</i> .....	132
Anexo N <i>Check List de los Establecimientos de A y B de la Parroquia Urbana de Guanaju</i> .....	133
Anexo O <i>Consumidor Perfil del turista de la Parroquia de Guanaju</i> .....	134
Anexo P <i>Políticas Administrativas</i> .....	137
Anexo Q <i>Comparación de las Motivaciones del Turista Quiteño con Relación a las Actividades que Presentan en la Parroquia de Guanaju.</i> .....	139
Anexo R <i>Matriz General de Evaluación de la Potencialidad del Territorio</i> .....	176
Anexo S <i>Matriz de Valoración del Componente Natural</i> .....	179
Anexo T <i>Matriz de Valoración del Componente Hechos Culturales.</i> .....	185
Anexo U <i>Matriz de Valoración del Componente Gastronómico</i> .....	191
Anexo V <i>Matriz de Valoración del Componente Festividades y Eventos.</i> .....	196
Anexo W <i>Matriz de Valoración del Componente Actividades Recreacionales.</i> .....	200
Anexo X <i>Matriz de Valoración del Componente Vías de Acceso.</i> .....	204
Anexo Y <i>Matriz de Valoración del Subcomponente Seguridad.</i> .....	206
Anexo Z <i>Matriz de Valoración del Subcomponente Salud</i> .....	208

Anexo AA <i>Matriz de Valoración del Subcomponente Servicios Básicos</i> .....	210
Anexo BB <i>Matriz de Valoración del Subcomponente Alojamiento</i> .....	211
Anexo CC <i>Matriz de Valoración del Subcomponente Restauración</i> .....	214
Anexo DD <i>Matriz de Valoración del Subcomponente Servicios Complementarios</i> .....	216
Anexo EE <i>Matriz de Valoración del Componente Consumidor</i> .....	218
Anexo FF <i>Matriz de Valoración del Componente Promoción y Comercialización</i> .....	221
Anexo GG <i>Matriz de Valoración del Componente Políticas Administrativas</i> .....	222
Anexo HH <i>Matriz de Valoración del Componente Instituciones Administrativas</i> .....	223
Anexo II <i>Matriz General de Valoración de los Indicadores de los 12 Componentes</i> .....	226
Anexo JJ <i>Rango de Indicadores Alto, Medio y Bajo</i> .....	238
Anexo KK <i>Nivel de Potencial Turístico de los 12 Componentes en Base a Likert</i> .....	240
Anexo LL <i>Entrevista 1</i> .....	246
Anexo MM <i>Modelo de Encuesta de la Demanda Real</i> .....	254
Anexo NN <i>Matriz de Priorización de Actores/ Focus Group</i> .....	255
Anexo OO <i>Análisis e Interpretación de Resultados de las Encuestas Demanda Real</i> .....	260
Anexo PP <i>Procesamiento de Datos</i> .....	281
Anexo QQ <i>Base de datos Ministerio de Turismo</i> .....	282
Anexo RR <i>Matriz de Análisis FODA de la Parroquia de Guanujo</i> .....	283
Anexo SS <i>Matriz de Planificación de los Programas</i> .....	290
Anexo TT <i>Ruta de los Hieleros de Bolívar</i> .....	296
Anexo UU <i>Ruta de las Parroquias 1.0</i> .....	298

## RESUMEN

La parroquia urbana de Guanujo, ubicada en la provincia de Bolívar, Ecuador es beneficiada con recursos naturales, culturales y gastronómicos, razón por la cual es necesario desarrollar un modelo de gestión estratégica acorde a la parroquia, basándonos en el potencial turístico territorial de algunos recursos mencionados en este proyecto.

Esta investigación se realiza mediante el diagnóstico y análisis con la metodología de los doce componentes del sistema turístico, para posteriormente cada componente ser sometido a una evaluación a través, de indicadores que permitan medir su potencialidad turística para luego ser evaluados y poder revertir y reforzar aquellos indicadores que estuvieron bien y aquellos que tuvieron un valor bajo.

Se utilizó otras herramientas como la (observación, encuesta, entrevistas y grupo focal), que permitieron desarrollar lineamientos, tomando como base la identificación de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas-FODA del sistema turístico ya evaluado. El resultado que se obtuvo demostró que la parroquia de Guanujo no cuenta con potencialidad turística debido a la falta de desarrollo de los recursos en lo correspondiente a implementación, adecuación, actividades y mejora de los mismos, es por eso que este modelo de gestión estratégica menciona estrategias centradas en el fortalecimiento de la actividad turística de la parroquia, estableciendo un sistema adecuado de gobernanza turística, desarrollo de productos y servicios locales, fortalecer la promoción y comercialización que permitan contribuir al desarrollo turístico de la parroquia, contando con la ayuda de la empresa pública y privada que permita mejorar estos recursos para que Guanujo sea un lugar a visitar.

## ABSTRACT

The urban parish of Guanujo, located in the province of Bolívar, Ecuador, benefits from natural, cultural and gastronomic resources. For this reason, it is necessary to develop a strategic management model according to the parish, based on the territorial tourist potential of some of the resources mentioned in this project.

This research is carried out by means of the diagnosis and analysis with the methodology of the twelve components of the tourist system, for later each component to be submitted to an evaluation through indicators that allow for the measurement of its tourist potential to be evaluated and to be able to revert and reinforce those indicators that were good and those that had a low value.

Other tools were used (observation, survey, interviews and focal group), which allowed the development of guidelines, taking as a base the identification of the strengths, opportunities, weaknesses and threats-FODA of the tourist system already evaluated. The result that was obtained showed that the parish of Guanujo does not have tourist potential due to the lack of development of the resources in what corresponds to implementation, adaptation, activities and improvement of the same, that is why this model of strategic management mentions strategies centered on the strengthening of the tourist activity of the parish, establishing an adequate system of tourist governance, development of local products and services, strengthening the promotion and commercialization that allow to contribute to the tourist development of the parish, counting on the help of the public and private enterprise that allows to improve these resources so that Guanujo is a place to visit.

**Keywords:** Strategic Management model, Tourism Development, Intervention Strategies, Tourism Potential.

## INTRODUCCIÓN

### I. ANTECEDENTES DEL MODELO DE GESTIÓN ESTRATÉGICA DEL TURISMO PARA LA PARROQUIA DE GUANUJO, BASADO EN EL POTENCIAL TURÍSTICO TERRITORIAL

La provincia Bolívar se encuentra situada en la parte centro del país y se destaca por una gran diversidad de atractivos naturales y turísticos. El Gobierno Autónomo Descentralizado de Guaranda (2020), señala que:

El cantón está dividido en tres parroquias urbanas y ocho rurales, y son representadas por las Juntas Parroquiales ante el Municipio de Guaranda. Las parroquias urbanas son: Ángel Polibio Chávez, Gabriel Ignacio Veintimilla y Guanujo. Las parroquias rurales son: Salinas, Simiátug, San Simón, San Lorenzo, Santa Fe, Julio Moreno, Facundo Vela, San Luis de Pambil. (p.1)

La parroquia San Pedro de Guanujo hoy Santuario Diocesano de acuerdo al decreto-001-2018, cantón Guaranda, Provincia de Bolívar, no se ha desarrollado como un sector turístico productivo, por lo cual al revisar la literatura se encontró estudios enfocados a los temas que se exponen a continuación.

Jáuregui (2013), realizó un proyecto de factibilidad para la implementación de un plan turístico rural en los páramos de la parroquia Guanujo, cantón Guaranda, provincia de Bolívar, y expone que:

Se efectuó con el fin de aportar al desarrollo socio-económico de los pueblos, el cual considera al turismo rural como una herramienta básica, para la promoción y comercialización de productos paisajísticos y agroalimentarios locales, para la conservación de los parajes comunales, así como su flora, fauna y es promotor de los productos artesanales y culturales del territorio. (p.1)

León & Gonzáles(2016), realizaron una investigación enfocada en el turismo, como sustento económico de la parroquia San Pedro de Guanujo; donde se menciona que, “dicha parroquia, no cuenta con una estrategia elaborada técnicamente que permita desarrollar las actividades turísticas de forma sostenible” (p. 16).

Ibarra (2018), realizó un estudio que está direccionado exclusivamente al sector norte de la parroquia de Guanujo, cantón Guaranda, provincia Bolívar; en donde anota que “el turismo comunitario es incipiente, no por falta de recursos naturales, sino por la ausencia de un enfoque sociocultural” (p. 14). El cual plantea un turismo comunitario para impulsar el desarrollo local en la organización “Unión y Progreso” del sector norte de la parroquia de Guanujo, para así poder empoderar a los moradores de este sector.

A pesar que estos estudios antes mencionados han contribuido de cierta manera al desarrollo turístico de la parroquia de Guanujo, no se ha realizado un estudio que se enfoque en la realización de un modelo de gestión estratégica, basado en el potencial turístico.

Molina & Cabanilla (2015) señalan que:

Un modelo de gestión estratégica territorial permite administrar adecuadamente los recursos de un territorio, haciendo factible la aplicación de estrategias que aporten al desarrollo del turismo.

Al reconocer las fases del ciclo de vida en los destinos es necesaria una acertada planificación; por ello la aplicación de un modelo de gestión territorial determina técnicamente la situación actual, las potencialidades, limitaciones del destino y diseña herramientas gerenciales capaces de elevar los parámetros ideales para la atención de la demanda establecida y abre posibles mercados claves. (p.2)

El Plan Nacional de Desarrollo (2017), menciona que:

Una adecuada gestión territorial debe estar acompañada de un pacto social que garantice la gobernanza multinivel y multi actor. Este pacto requiere de acuerdos mínimos, que consideren principios como la participación de multiplicidad de actores públicos y privados, cooperación, asociatividad, apertura, transparencia, inclusión y coherencia. Paralelamente, se debe promover la producción y gestión de información, la transferencia metodológica y el fortalecimiento de capacidades para la planificación, incluyendo propuestas y acciones que fortalezcan los espacios de planificación participativa y alineamiento de la cooperación internacional con las prioridades nacionales. (p.39)



Estas razones decretan la obligación de contar con una metodología propia que, direcciona a los estudiantes y profesionales del turismo a la elaboración de modelos de gestión territoriales para el posicionamiento de los destinos turísticos locales.

En la provincia Bolívar específicamente, podemos señalar que el turismo no tiene mucha relevancia o connotación popular, en virtud de que las pocas personas que han tratado de impulsar esta actividad han tenido muchos problemas, debido a distintas causas; entre ellas el factor económico, conocimiento empírico, falta de apoyo por parte del sector empresarial, entre otras. Esto ha hecho que la provincia carezca de un desarrollo local especialmente en el turismo, a pesar de que cuenta con una gran variedad de pisos climáticos y con extraordinarios lugares atractivos para el turismo. Así tenemos, el nevado Chimborazo en todo su esplendor, cascadas, ríos, valles, cordilleras, acantilados, pesca deportiva, senderismo, montañismo, microempresas, folklore, artesanías propias del sector en estudio, entre otros.

Este trabajo de investigación está direccionado exclusivamente a la parroquia urbana de Guanujo provincia de Bolívar, debido a que posee características turísticas que podrían ser mejor aprovechadas; y para ello se requiere de un Modelo de Gestión Estratégica. Menciona Reinoso, (2017) que: “un modelo de gestión estratégica, garantiza el manejo del turismo, esencialmente mediante un proceso de planificación y organización del trabajo, realizando un diagnóstico del territorio y efectuando un estudio profundo para obtener las mejores estrategias” (p.18).

La información que sirvió como base para el planteamiento de la investigación se la obtuvo de documentos académicos, tesis, artículos y estudios. La misma, se convierte en relevante porque, luego de la recolección, revisión literaria y análisis, se pudo detectar que no existen estudios relacionados a modelos de gestión estratégica del turismo, basados en el estudio de la potencialidad turística. En lugar de ello, existen estudios que se enfocan en realizar planes, rutas y proyectos de factibilidad; pero de ahí en adelante, no ha habido otro tipo de investigación enfocada al posicionamiento del turismo en la parroquia.

## II. ENUNCIADO DEL PROBLEMA

La provincia de Bolívar, a pesar de ser una de las más pequeñas del país, se caracteriza por ser la única que, según indica el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de La Provincia Bolívar (2015), “cuenta con zonas aptas para la agricultura y ganadería propias de la región sierra como de la costa, gracias a la diversidad de climas y ecosistemas que posee por su posición geográfica”. (p.5)

Los turistas pueden admirar desde grandes páramos, hasta paisajes verdes de vegetación propia del clima; una muestra de ello es la parroquia de Guanujo, lugar que posee los recursos necesarios, pero no cuenta con un modelo de gestión estratégica que le ayude a ser turístico.

Esto se debe a las siguientes causas: a) la falta de un diagnóstico territorial para la planificación del turismo en la zona, b) el desconocimiento de la parroquia en otros lugares, c) la falta de apoyo directa o indirecta del GAD de Bolívar- cantón Guaranda, d) la falta de adecuación e implementación de mejoras en el área de parques, jardines y alrededores, la cual es limitada y poco cuidada, e) la falta de señalética que perjudica a la población y al desarrollo del turismo de este lugar.

Lo anotado anteriormente refleja que hay una escasa atención de las autoridades locales y nacionales, así como una nula inversión por parte de los pobladores para realizar emprendimientos en el ámbito turístico; estas falencias dificultan que la parroquia Guanujo pueda desarrollarse como punto referencial del turismo.

Los actores que se identifican son:

1. El GAD de la provincia de Bolívar cuyo rol es preocuparse de la adecuación, infraestructura, mantenimiento, limpieza, recolección de basura, alcantarillado y presupuesto de la parroquia.
2. El Comité de Desarrollo Ulpiano Páez quienes son los encargados de realizar, organizar y planificar todo lo referente a actividades de mejoramiento para la parroquia, así como también de la elaboración y de la coordinación de actividades de las fiestas de San Pedro de Guanujo.

3. La asociación de Guanujeños residentes en Quito que son los encargados de publicitar las fiestas y los carnavales de la misma, así como también colaboran con gestiones encaminadas al desarrollo de la parroquia.

Debido a que no se cuenta con una planificación que permita el desarrollo de actividades en la parroquia de Guanujo, si no se interviene en el desarrollo de un estudio territorial de la misma, no se podrá realizar turismo y no habrá desarrollo ni empoderamiento de la comunidad, así como tampoco, publicidad del sector. Esto agudizará más la situación y producirá la pérdida del recurso natural, cultural, religioso y gastronómico.

La evaluación de la potencialidad turística de la parroquia urbana de Guanujo provincia Bolívar, cantón Guaranda se hará mediante la metodología propuesta por Cabanilla (2013), la cual aplica los 12 componentes. Posteriormente, los elementos identificados serán evaluados por medio de 100 indicadores, que determinarán la potencialidad del área de estudio. Con esta base, se procederá a la elaboración de un Modelo de Gestión Estratégica acorde a las necesidades de la parroquia de Guanujo. En este proyecto podría participar todos quienes deseen darle otro enfoque a la parroquia y procuren el surgimiento de esta, como la comunidad, el municipio, el comité de la parroquia de Guanujo y las asociaciones.

### III. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

#### a. Pregunta general:

- ¿Cuál es el modelo de gestión estratégica acorde con el potencial turístico de la parroquia de Guanujo?

#### b. Preguntas Específicas:

- ¿Cuáles son los elementos del sistema turístico de la parroquia de Guanujo, provincia Bolívar?
- ¿Cuál es el potencial del sistema turístico de la parroquia de Guanujo según la metodología de los 12 componentes?
- ¿Cuáles son las estrategias que se podrían implementar para el desarrollo turístico y la gestión estratégica basada en la evaluación del potencial territorial?

#### IV. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

**a. Objetivo General:**

“ Definir un modelo de gestión estratégica del turismo basado en el potencial turístico territorial para la parroquia de Guanujo.”

**b. Objetivos Específicos:**

- Determinar los elementos del sistema turístico de la parroquia de Guanujo, provincia Bolívar
- Evaluar el potencial turístico de la parroquia de Guanujo mediante la metodología de los 12 componentes.
- Identificar las estrategias de desarrollo turístico acordes con la realidad de la parroquia.

#### V. JUSTIFICACIÓN

Ecuador es un lugar de grandes ecosistemas y posee diversidad de lugares turísticos naturales y culturales, que aún no son explorados ni dados a conocer a nivel nacional ni internacional. Así, la parroquia urbana de Guanujo posee algunos atractivos que pueden ser intervenidos y luego proceder a fomentarlos, para hacerlos turísticos. Así tenemos varios ejemplos como: el lago las Cochas, la Mailona, la plaza de toros, el barrio Tomabela, la loma Dulce, el parque, y lo más importante las fiestas del patrono San Pedro, hoy santuario diocesano. Una vez conocidos estos recursos, podremos determinar si son un potencial para los turistas.

En el presente proyecto se realizará un “*Modelo de gestión estratégica*”, para lograr un desarrollo turístico con procedimientos de planificación y una correcta administración de los recursos; basándonos en técnicas de manejo como son la conservación, protección y racional gestión de espacios. Los cuales estarán basados en el potencial turístico que permitirá alcanzar un desarrollo sustentable mediante actividades novedosas y sobre todo de alta categoría.

Para establecer lineamientos y estrategias en base al nivel de potencialidad turística que se obtenga; veo necesario basarme en el estudio del potencial turístico territorial de Roselló (2017), quien indica que:

Para evaluar el potencial turístico y tener un desarrollo local de un destino se debe analizar los factores como la Oferta (Recursos + servicios, oferta básica y complementaria), la demanda, es decir el público objetivo, la competencia, cuáles son los destinos competidores (actuales y potenciales) y las tendencias de mercado. (p.1)

Al ponerse en marcha el proyecto de un modelo de gestión estratégica para la parroquia de Guanajuato, los principales beneficiarios directos serán los potenciales turistas nacionales y extranjeros que visiten la mencionada parroquia, y quienes residen en la misma, deseosos de conocer la riqueza natural, cultural, ancestral y gastronómica que brinda esta zona. Adicionalmente, el beneficiario indirecto será la sociedad en general, ya que ampliará sus preferencias de turismo. A través de este estudio que brinda más opciones en cuanto a visitas, paseos y caminatas en los principales atractivos que posee esta zona; lo cual, a su vez ayudará a reactivar esta parroquia y permitirá darla a conocer como otro destino turístico a visitar.

Es por todo esto que esta investigación es relevante, debido a que va a permitir conocer cómo se encuentra la parroquia y cuáles son las alternativas que le permitirán potenciar el turismo en su zona; y va a aportar con el diseño de un modelo turístico acorde a las necesidades de la misma. Asimismo, el impacto social y económico que se va a lograr con este estudio, permitirá demostrar a los moradores de la parroquia que, la misma, si tiene potencial turístico; mostrándoles ejemplos de microemprendimientos que han tenido éxito en otras parroquias, los cuales pueden ser tomados como referencia para potencializar el turismo en Guanajuato.

El impacto ambiental que tendrá este estudio es que indicará a la población como realizar actividades de reciclaje y cuidado del espacio de las áreas verdes, para fomentar la parte ecológica urbana de la parroquia; con el fin de hacer recorridos por los senderos y otros recursos abandonados.

## **CAPÍTULO 1**

### **1. MARCO REFERENCIAL**

En el presente capítulo se identifican, analizan y clasifican las variables que fundamentan este modelo de gestión estratégica turística; las cuales constituyen indicadores determinantes que deben ser incorporados al diseño. Para encausar esta investigación se establecieron las bases teóricas que sustentan la misma, determinando los indicadores básicos que caracterizan la gestión turística del territorio y definen un modelo de gestión que fomente el desarrollo local de la parroquia urbana de Guanajuato.

#### **1.1. Desarrollo local**

El desarrollo local, de acuerdo a Burbano (2011):

Es un proceso global, integrado y sostenible de cambio social, protagonizado por la comunidad organizada en un territorio bien definido, que participa activamente en el aprovechamiento de los recursos locales: humanos, materiales, naturales, financieros y sociales, para la mejora de las condiciones de vida de la población.  
(p.31)

Por otro lado, el desarrollo local como se menciona en la conceptualización, es un proceso de crecimiento económico y de cambio estructural que conduce a una mejora en el nivel de vida de la población local. En él se pueden identificar tres dimensiones: económicas y socioculturales, con el fin de que los valores y las instituciones sirvan de base para el proceso de desarrollo de esta zona. Y finalmente una dimensión político-administrativa en la cual, las políticas territoriales permitan crear un entorno económico local favorable, protegido de interferencias externas y que impulse el desarrollo local de la parroquia urbana de Guanajuato.

Formichella (2014), asegura que:

En el proceso dinámico e integrador en zonas locales el desarrollo permite mejorar las condiciones de vida de los habitantes. De allí que para que se pueda dar un desarrollo local turístico y como resultado final, el mejoramiento de la calidad de

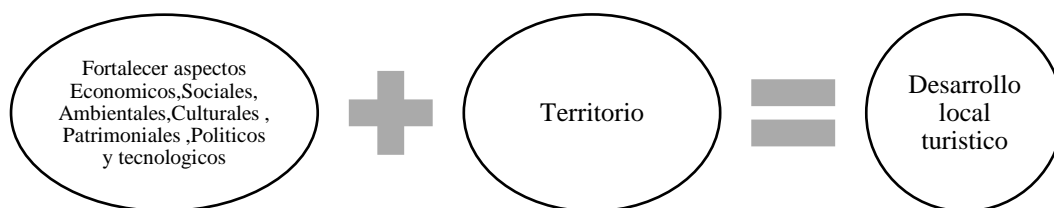
vida de los habitantes, se debe atender aspectos centrales como ejes de desarrollo. (p. 16-17)

Orientados a:

- Aspectos Económicos. Fomentar la cultura emprendedora en la localidad, con la finalidad de generar trabajos productivos que cubran las necesidades de la población.
- Aspectos Ambientales. Mantener y conservar los espacios ambientales de la localidad.
- Aspectos Sociales. Participación activa con equidad de género, con la finalidad de crear un espacio de participación y empoderamiento del proceso de desarrollo local, otorgando un ambiente de igualdad y buena convivencia.
- Aspectos Culturales y Patrimoniales. Empoderamiento del sistema cultural y valorización del patrimonio cultural por parte de los residentes de la localidad.
- Aspectos Políticos. Generar la cooperación de la gobernanza con los actores directos e indirectos que intervienen en el proceso de desarrollo. Y crear la normativa legal para preservar el proceso de desarrollo local.
- Aspectos Tecnológicos. Fomentar el uso de tecnologías en la localidad con la finalidad de crear mecanismos para la comercialización y la promoción turística.

**Figura 1**

*Aspectos a fortalecer para lograr el desarrollo local turístico*



**Fuente:** Iñiguez 2015,( p. 17)

Una vez comprendidos estos seis aspectos, si bien un tanto abstractos y muy generales, el desarrollo local se entiende como un fenómeno dinámico que experimenta de manera positiva el progreso de una población a lo largo del tiempo.

Consecuentemente, el desarrollo local “Es un proceso de transformación de la economía y la sociedad territorial orientado a superar las dificultades y exigencias del cambio estructural, la apertura y la globalización, con el fin de mejorar las condiciones de vida de la población local.” Cepal 2001, (p. 12)

El desarrollo local está directamente relacionado con este tema de investigación porque el aumentar el desarrollo turístico local en la parroquia de Guanujo, facultará desarrollar el capital social, humano y productivo; mejorando las condiciones de vida de su población mediante una acción concreta entre los diferentes agentes socioeconómicos locales, públicos y privados. Todo ello permitirá aprovechar más eficientemente los recursos turísticos con los que cuenta esta parroquia, logrando así fomentar emprendimientos para la creación de un entorno innovador en el territorio.

Por otra parte, al hablar de **desarrollo sostenible** y su relación con el desarrollo local, se hace referencia a la sostenibilidad del ambiente y de las comunidades locales en el uso responsable de los recursos naturales.

Tomando en cuenta las tres condiciones dadas por Montero (2014), tenemos:

**Sostenibilidad económica**, para disponer de los recursos necesarios para darle continuidad a los procesos productivos que se articulan a través del mercado a lo largo del tiempo;

**Sostenibilidad ecológica**, para asegurar la conservación de la base de recursos naturales hacia el futuro;

**Sostenibilidad social**, para que los modelos de desarrollo y los recursos derivados del mismo beneficien a todas las personas de forma equitativa sin generar desigualdad. (p.9)

Todo lo que se ha mencionado anteriormente, se podrá cumplir siempre y cuando la población haga uso razonable de los recursos. Sean estos físicos, como la infraestructura y los recursos naturales; o ya se trate de recursos intangibles o no visibles como la organización social, la forma de gobierno local y las instituciones que representan. Este uso debe poder asegurar condiciones para su continuidad y la permanencia del sistema en el contexto territorial. Si no se cumplen las condiciones anteriormente descritas, no podemos calificar todas las experiencias de desarrollo local como sostenibles.



El principio de este concepto para el modelo de gestión estratégica es que asegura las condiciones de vida de la población local de la parroquia de Guanujo. Trata de centrarse en la mejor utilización de los recursos locales, de forma equitativa, pero sin deteriorarlos. Las estrategias deben contemplar al territorio como agente de transformación social y no únicamente como espacio o soporte funcional del despliegue de actividades. Para, de esta manera, potenciar las condiciones locales a partir de la vinculación con los actores logrando mayor sostenibilidad, productividad y equidad en su desarrollo.

Para poder llevar a la realidad todos estos conceptos es necesario realizar una **planificación turística** basada en un desarrollo integral de todas las partes del sector turístico, la cual permitirá definir las metas y los medios necesarios para alcanzarlos.

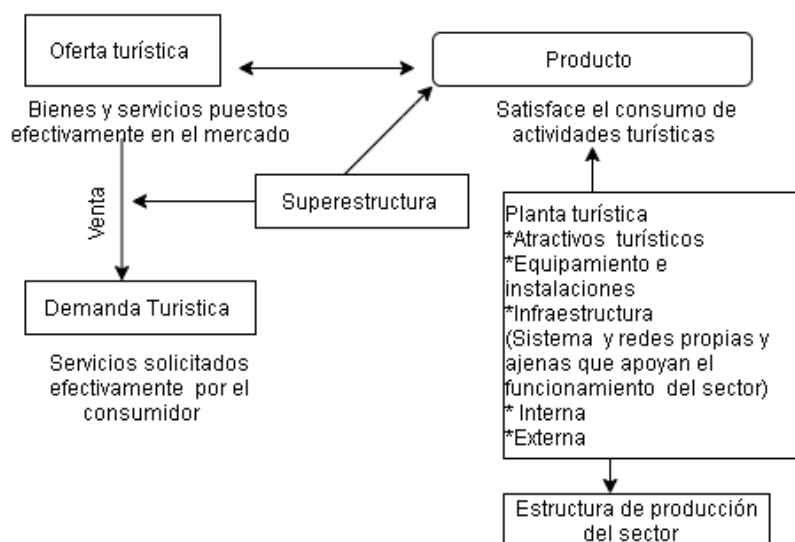
Boullón(2006) indica que el espacio turístico: ‘Comprende a aquellas partes del territorio donde se verifica -o podría verificarse- la práctica de actividades turísticas.’ (p.19). La primera referencia corresponde a los lugares donde efectivamente llegan los turistas. Y la segunda, aquellas partes a las que podrían llegar, pero no lo hacen; debido a que son inaccesibles para ellos. Ya sea por la falta de caminos y senderos aceptables que los conduzcan a los mismos y faciliten su recorrido, o bien debido a la ausencia de comodidades mínimas en el lugar. Ambas condiciones, desalientan su visita.

Una vez entendidos estos conceptos, se pretende realizar una planificación para analizar el destino y conceptualizar el producto turístico que tiene la parroquia de Guanujo, basándonos en el potencial turístico territorial. Además, se identificará el producto turístico para realizar un plan de acción para el desarrollo de la parroquia, lo cual se llevará a cabo a partir del modelo de gestión propuesto en esta investigación.

También es importante tener en cuenta los **elementos de la planificación turística**: físicos, económicos, políticos y culturales que existen en el territorio. Para la adecuada planificación se necesita organizar el sistema turístico, según Boullón(2006), el sistema se representa por el modelo oferta - demanda con sus relaciones esenciales.

## **Figura 2**

*Elementos del Sistema Turístico*



Fuente: Boullón, 2006, (p.32).

Estos contextos reflejan el análisis de la actividad turística y consideran a los **elementos del sistema turístico** como un conjunto de actividades y actores interrelacionados tanto interna como externamente. Sin embargo, la planificación turística dentro de un territorio es necesaria para minimizar los problemas del turismo y para maximizar los beneficios sociales y económicos, dentro de la planificación territorial. No obstante, puede ser completamente independiente, dada la importancia del turismo como base del desarrollo económico para la parroquia de Guanujo.

Este concepto se relaciona con la investigación porque determina todos los elementos del sistema turístico a ser tomados en cuenta para la planificación de un destino, es decir, los **atractivos o recursos turísticos** que son los lugares que despiertan el interés del turista. Al respecto Roselló(2017) menciona que: “Los Recursos Turísticos se basan en los potenciales geográficos, histórico-monumentales y culturales que posee un núcleo turístico, puede ser patrimonio material e inmaterial, como playas, monumentos, paisajes, folclore, gastronomía” (p.17).

Teniendo en claro que estará compuesto por una **superestructura** de orden público y privado que represente a los prestadores de servicio relacionados al turismo, quienes serán los encargados de establecer políticas que velen por el interés de los pobladores; así como por la gestión de proyectos que potencialicen aún más a la parroquia de Guanujo. Además, incluye la **infraestructura y servicios** que se pretende ofertar, porque si no se dispone de

estos recursos se entorpecería el proceso turístico. Es por eso que, para que un destino pueda ser reconocido como un lugar turístico, éste deberá disponer de servicios básicos, es decir aquellos inmuebles que necesita un turista de manera fundamental al momento de viajar y los servicios complementarios que no intervienen directamente con el turista, pero que son necesarios.

## **1.2. Modelo de gestión estratégica**

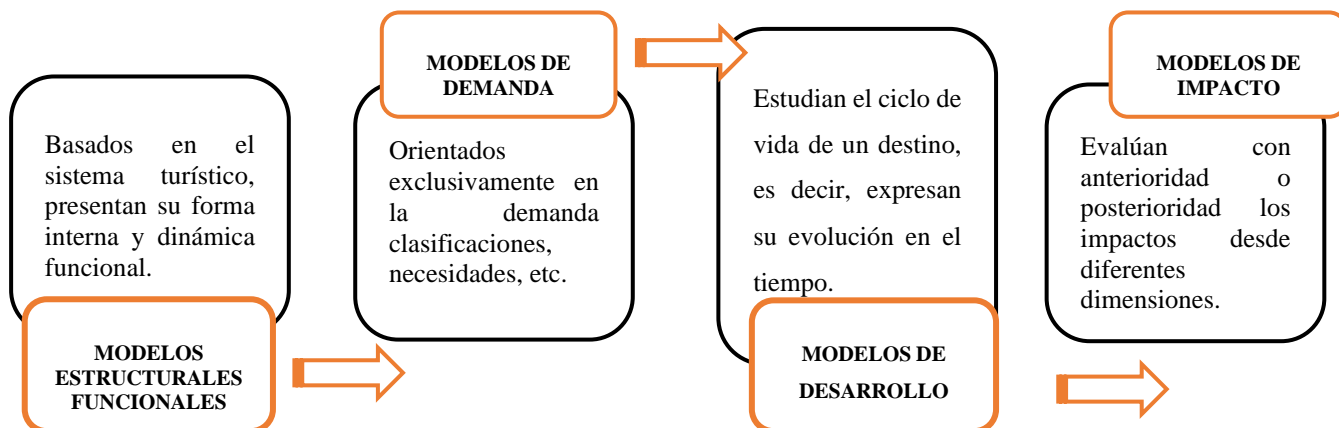
De acuerdo a González & Ribas 2008, citado en Reinoso, (2017), la variable de estudio de un modelo de gestión estratégica es:

Una herramienta que puede ayudar a la coordinación de los actores del turismo en el territorio y su aplicación requiere tener como base, un profundo y acabado conocimiento de las variables que son estratégicas para su sustentabilidad y que por esa razón deben ser identificadas, analizadas y seguidas con una frecuencia y técnicas adecuadas. (p.86)

Para Molina & Cabanilla(2014):

Un modelo de gestión estratégica territorial es importante porque permite administrar adecuadamente los recursos de un territorio, haciendo factible la aplicación de estrategias que aporten al desarrollo del turismo. Al reconocer las fases del ciclo de vida en los destinos es necesaria una acertada planificación; por ello la aplicación de un modelo de gestión territorial determinará técnicamente la situación actual, las potencialidades, limitaciones del destino y diseñará herramientas gerenciales capaces de elaborar los parámetros ideales para la atención de la demanda establecida y abrir posibles mercados claves. (p.2)

No existe un modelo de gestión estratégica para cada ciudad que realmente sea el mejor o el más beneficioso para ésta, dado que cada uno tiene sus objetivos, sus finalidades o su manera de organizar totalmente distinta a la otra. Existe una gran variedad de modelos ligados a la actividad turística, los mismos que han sido propuestos por diferentes autores tomando en cuenta varios criterios. Para Martín (2008), entre los principales modelos más utilizados y conocidos están:

**Figura 3***Tipología de modelos de gestión estratégica*

**Fuente:** Elaboración propia a partir de Martín (2008)

Otros autores como Smith & Lovera (2008) definen a los modelos como:

Una estrategia de construcción colectiva que oriente el desarrollo del municipio de una forma equilibrada y armónica en todos los sectores productivos, proporcionando herramientas para el descubrimiento y la promoción del talento humano y la vocación productivas locales con criterios de sostenibilidad ambiental, permitiendo el acceso comunitario al uso de la tecnología de la información y la comunicación para la generación de ideas conservadoras que permitan la construcción de iniciativas de emprendimiento social. (p.86)

Por lo tanto, al analizar estos criterios, se observa que los modelos varían según el territorio donde se realice la actividad turística e incluyen las variables económicas, culturales, sociales, políticas y ambientales. Teniendo en cuenta que el modelo que se diseñe debe adaptarse a las necesidades que existen en el territorio, el modelo de gestión turística debe exponer una metodología que garantice el manejo del turismo sostenible. Esencialmente mediante un proceso de planificación y organización del trabajo, que permita realizar un diagnóstico del territorio y un estudio profundo para obtener las mejores estrategias, a fin de aplicarlas en los diferentes ejes locales y propender al desarrollo de la zona.

Para el diseño de estrategias de un modelo de gestión se toma en consideración los siguientes modelos:

**Tabla 1***Diferencia de Modelos de Gestión Estratégica*

Modelo de Gestión Estratégico	Contenido	Semejanzas	Diferencias
<b>Wheelen &amp; Hunger, (2013).</b>	<p>Está compuesto por cuatro elementos básicos como:</p> <p><b>Análisis del entorno.</b> -Externo e Interno</p> <p><b>Formulación de la estrategia.</b> - misión, visión, estrategias y políticas.</p> <p><b>Implementación de la estrategia.</b> - programas, presupuesto, procedimientos.</p> <p><b>Evaluación y control.</b> - desempeño retroalimentación-aprendizaje</p>	<p>Inician con un diagnóstico situacional.</p> <p>Los modelos establecen tres etapas en común: formulación, implementación y control estratégico.</p> <p>Establecen, objetivos, planes, actividades, indicadores por cada estrategia definida.</p> <p>Establecen una fase de retroalimentación.</p>	<p>En el desarrollo estratégico únicamente declara a la misión como su componente.</p>
<b>Serna (2014)</b>	<p>El modelo presenta cuatro componentes básicos como son:</p> <p><b>Diagnóstico Estratégico:</b> Análisis del Entorno - Análisis FODA</p> <p><b>Direccionamiento estratégico:</b> Misión, Visión, Valores.</p> <p><b>Formulación estratégica:</b> Ejes Estratégicos, objetivos e indicadores tácticos.</p> <p><b>Operacionalización estratégica:</b> Planes de acción, actividades, metas, tiempos, responsables, recursos, indicadores.</p> <p><b>Control de Gestión:</b> Ejecución, monitoreo y seguimiento.</p>	<p>Establecen una fase de retroalimentación.</p>	<p>El nivel estratégico los separa en dos componentes: direccionamiento y formulación.</p>
<b>Kotler &amp; Armstrong (2007)</b>	<p>El proceso inicia con una:</p> <p><b>Investigación de Mercado.</b> – Cuales son los reales y potenciales deseos de los clientes, que servirá como base para que la empresa proponga la mejor oferta de valor para sus consumidores.</p> <p><b>Definir mercado objetivo.</b> - Se lo realiza mediante un análisis de segmentación de mercado para elegir cual será el mercado meta a servir.</p> <p><b>Diseño de un plan estratégico.</b> - Está conformado por la definición de la misión, el establecimiento de objetivos y metas, el diseño de una cartera de negocios y la elaboración de planes funcionales.</p> <p><b>Construcción de relaciones</b></p>		<p>Se enfoca en el cliente y la forma de cómo satisfacerlo.</p> <p>Se adentra más al proceso de comercialización y marketing de productos o servicios.</p>

**Redituables con el cliente.** - Es el resultado de la forma como la empresa entrega valor a los consumidores meta, mediante la toma de decisiones sobre el producto precio distribución y plaza.

**Captar la recompensa de valor de los clientes**

**Auditoria estratégica.** - Medir y analizar los rendimientos que se obtienen a través de una auditoria en donde se utilizan índices financieros, de ventas, de calidad, etc.

**Fuente:** Elaboración propia en base a Torres (2016) p.14-17)

Todos los modelos estratégicos mencionados en la tabla 1 se apoyan en herramientas que permiten su correcto diseño y aplicación, entre ellas se puede anotar el análisis PESTEL, dado por Wheelen & Hunger (2013) donde se enfatiza en que: “Es una técnica que permite analizar el macro ambiente de la industria, describiendo los factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ecológicos y legales que afectan el ambiente competitivo donde se desarrolla la actividad económica productiva de la empresa” (p.18).

Por otra parte, es necesario obtener información sobre la variable que se desea potenciar, en este caso, el sector turístico en la parroquia de Guanujo; para generar una base de información que permita diseñar un modelo de gestión acorde y que contribuya a propiciar un cambio en el comportamiento de las entidades y las personas que están involucradas en el manejo de la actividad turística del territorio en la zona. Es por ello que se diagnosticará la situación actual del territorio para el desarrollo del turismo en la parroquia de Guanujo, teniendo en cuenta la identificación de problemas y sus causas, así como un inventario de sus recursos turísticos. Todo esto nos permitirá hacer un análisis de la gestión turística de Guanujo basándonos en el potencial de esta zona.

### **1.3. Potencial turístico**

Para esta variable de estudio, el potencial turístico, de acuerdo a Ramírez( 2015) es:

La que conlleva un análisis completo que permite definir si un destino o una zona en específico pueden tener la capacidad de ser desarrollada turísticamente, pues al tener una visión clara de lo que se puede aprovechar, se logra iniciar el desarrollo de nuevos proyectos turísticos, asimismo si se conoce cuáles son los recursos

potencialmente turísticos se consigue definir una oferta turística que permita una diferenciación con los demás productos turísticos. (p.2)

Por otro lado, para realizar una evaluación del potencial turístico es necesario valorar la situación actual del destino, para determinar de qué manera se puede contribuir al mismo, lo cual permitirá definir que tanto puede desarrollarse turísticamente.

Mientras que Zimmer y Grassmann (1996) consideran que:

Evaluar el potencial turístico local requiere de tres fases: la primera es el análisis de la situación turística existente, una fase que examina la oferta, la demanda, la competencia y las tendencias del mercado; después de realizar un diagnóstico con la comparación de los resultados del análisis de la situación el cual permitirá obtener un FODA, y por último decidir si es conveniente o no el desarrollo del turismo en el territorio. (p.4)

La evaluación del potencial turístico de un territorio es de suma importancia para la adecuada planificación de la actividad turística. Lo primero que se necesita hacer es un análisis del lugar que permita identificar qué es lo que se puede realizar en ese destino, para después poder establecer estrategias para el aprovechamiento de la zona. Y finalmente, se pueda ofrecer un producto que satisfaga las necesidades de los potenciales turistas.

Más allá de conocer y diferenciar un atractivo turístico, es necesario valorar los recursos que posee esa localidad, tomando en cuenta que los diferentes espacios de territorio son una base para el análisis del objeto de estudio. Por esto, una vez realizada la valoración respectiva de los elementos turísticos, se puede proceder a la evaluación de la calidad de los recursos y los atractivos potenciales que tiene dicha localidad.

A través del tiempo, diversos autores han diseñado diferentes metodologías que tienen como objetivo evaluar el potencial turístico del territorio rural, entre los cuales se destacan los siguientes:

**Tabla 2**

*Métodos para el análisis del potencial turístico del territorio rural*

Métodos de Análisis	Objetivo	Producto	Autores	Año
---------------------	----------	----------	---------	-----

Análisis de la situación turística existente (oferta, demanda, competencia y tendencias del mercado).	Evaluar el potencial para el desarrollo turístico de un territorio.	Propuesta metodológica y criterios para determinar el potencial turístico.	Zimmer & Grassmann 1997
Evaluación multicriterio. Ajuste de funciones de pertenencia borrosa y ponderación acoplado a SIG.	Determinar el índice de potencialidad turística del medio natural.	Mapa de índice de potencialidad turística	Marín-Yaseli & Nogués 2001
Encuesta de atractivos. Modelado espacial de potencial turístico. SIG para el análisis espacial de los atractivos.	Desarrollar modelo de potencial recreacional basado en la naturaleza.	Modelo espacial de potencial recreativo del área.	Prem Chhetri & Colin Arrowsmith 2008
Análisis de imágenes satelitales y fotografía aérea. SIG para evaluar el potencial de zonas.	Evaluar el potencial ecoturístico.	Mapas de aptitud para el ecoturismo.	Nouri, et al. 2008
Entrevistas a informantes clave, inventario de recursos, evaluación por indicadores de potencialidad turística y evaluación de rutas turísticas.	Identificar, caracterizar y evaluar los sitios con potencial para el desarrollo de rutas de turismo alternativo.	Identificación de 19 sitios con potencial turístico y 6 rutas con alto potencial turístico.	Juárez, et al. 2008
Inventario de recursos turísticos. Evaluación multicriterio discreta.	Evaluar recursos turísticos potenciales y recursos turísticos consolidados.	Jerarquización de recursos naturales con potencial recreativo.	Franco-Maass, et al. 2009
Jerarquización analítica en SIG de índices para la valoración del potencial ecoturístico.	Identificar sitios ecoturísticos potenciales.	Identificación y priorización de posibles sitios.	Kumari, et al. 2010
Análisis documental. Generación de indicadores. Agrupación de indicadores por ámbitos, variables, sub variables y parámetros. Por centralización de la valoración del potencial.	Evaluar el potencial ecoturístico de cuatro zonas.	Identificación de núcleos distribuidores de turismo en zonas municipales	Huerta & Sánchez 2011
Inventario de atractivos. Generación de índice de valoración turística con base en la jerarquización y ponderación de recursos. Tipificación probabilística y método cartográfico asociado con la asimilación económica. Determinación de nubes tipológicas.	Determinar el potencial turístico con base en los recursos naturales - culturales, infraestructura y acceso.	Metodología para determinar el potencial turístico regional. Tipología del territorio, índice de potencialidad turística.	Reyes-Pérez, et al. 2012
Análisis de la oferta, demanda, comercialización y	Evaluar el potencial, como estrategia de	Manual integral de trabajo de campo, con un enfoque participativo, en lo social,	Cabanilla 2013



---

superestructura desde la comunidad/ turismo.	vista relación	desarrollo con el turismo.	vinculada	espacial y económico, para la determinación potencial de la relación comunidad / turismo.
--	-------------------	-------------------------------	-----------	--

---

**Fuente:** Basado en Gutiérrez & Pérez (2014).

La evaluación del potencial turístico de un lugar proporciona la información necesaria para el diseño, ejecución e implementación de los productos y servicios que se ofrecerá al visitante. Para ello, se realiza un FODA dirigido a la creación de planes y estrategias para mejorar los proyectos en la zona. De esta manera, se incrementará el sistema turístico y el desarrollo local del lugar; sin dejar de lado los principales ejes: ambiental, económico y social. Para lograr el desarrollo de la actividad turística en el territorio nos basaremos en los 12 componentes que menciona Cabanilla (2013) en *su Manual integral de trabajo de campo, con un enfoque participativo, en lo social, espacial y económico, para la determinación potencial de la relación comunidad/ turismo.*

El autor plantea una evaluación cuantitativa del sistema turístico territorial, obteniendo resultados descriptivos y datos numéricos a través de una matriz matemática. Elaborada bajo mecanismos propuestos por el Consejo de Evaluación Acreditación y Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior (CEAACES), que cuenta con 6 apartados que se describen a continuación, con base en CEAACES (2015).

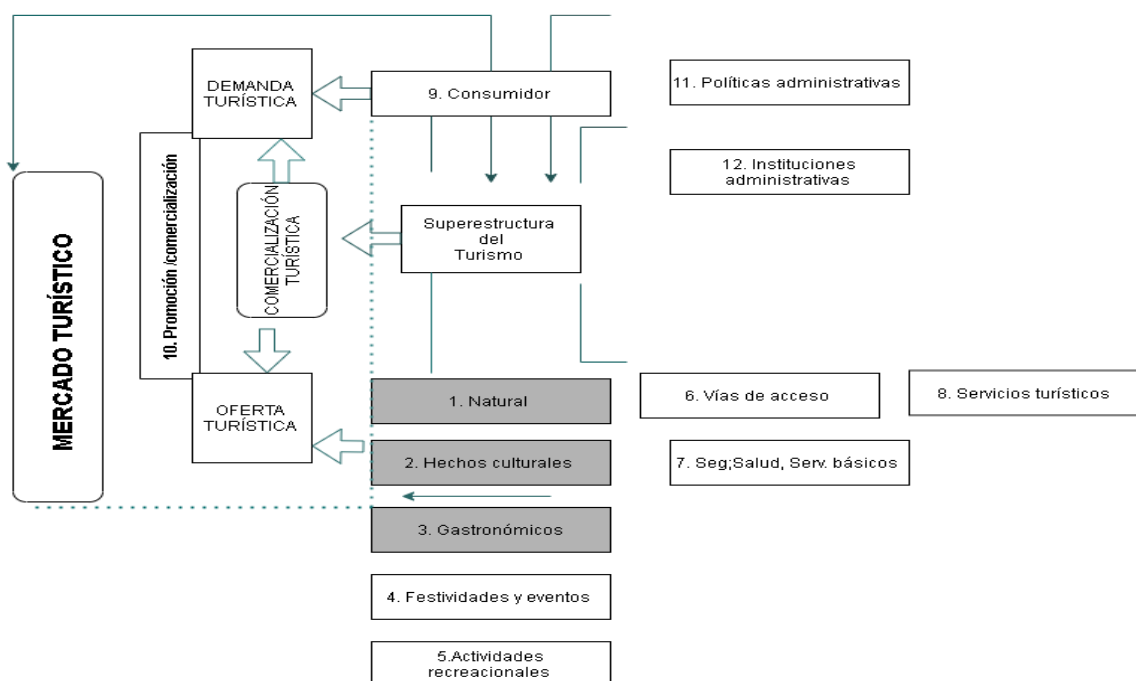
- **Indicador de evaluación:** Cualitativo y cuantitativo.
- **Periodo de evaluación:** Tiempo de recopilación de información para la correspondiente evaluación, proceso que se desarrollará durante el periodo determinado donde se realizará el diagnóstico del sistema turístico dentro del área de estudio.
- **Forma de cálculo (indicadores cuantitativos):** Se establece parámetros matemáticos en base a los indicadores.

- **Estándar:** Se refiere a la evaluación de los parámetros de calidad que deben ser diagnosticados en el territorio para asegurar el nivel de potencialidad.
- **Descripción:** Se definen los elementos que permiten entender en la ejecución del indicador.
- **Evidencias:** Documentación que permita la verificación del proceso de evaluación del potencial turístico del territorio.

Una vez obtenidos los resultados podemos trabajar en el **sistema turístico** que se compone de cuatro elementos que son: la demanda, la oferta, el espacio geográfico y los operadores de mercado. Por otro lado, Boullón(2006) plantea los siguientes elementos: la demanda, la oferta, la infraestructura, la superestructura, los atractivos y las facilidades. El sistema turístico se comprende a través de varias facetas y éstas a su vez han dado origen a distintos modelos analíticos.

De acuerdo con Molina (2000), la idea general del sistema turístico es que se forme una interrelación entre los diferentes elementos del sistema turístico para llegar a un fin común. “El objetivo común de todo sistema turístico es atraer y mantener a la demanda, pero a veces este objetivo puede afinarse durante la planificación turística en función de los intereses locales” (Citado en Ricaurte, 2009, pág. 15).

**Figura 4**  
*Los 12 componentes*



**Fuente:** Cabanilla (2013).

De acuerdo con Cabanilla (2013), el sistema turístico está dividido en oferta, demanda, promoción, comercialización y súper estructura turística. Según Fuentes (2013), la oferta turística son los “bienes y servicios que se encuentran a disposición de los turistas, a un precio y por un tiempo determinado. El análisis económico entiende por oferta, a la cantidad de bienes y servicios que entran en el mercado consumidor” (p.91).

Consecuentemente, **la oferta** de un territorio dependerá de la existencia de alojamientos, hoteles, atractivos, actividades y transporte turístico, que permitan cubrir las necesidades de los turistas que visitan la zona.

La oferta turística consta de 8 componentes del territorio, que son:

- Componente natural
- Componente cultural
- Componente gastronómico
- Componte festividades y eventos
- Componente actividades recreacionales
- Componente servicios básicos
- Componente vías de acceso
- Componente servicios turísticos

Mientras que, la **demanda:** Es la cantidad de personas que llegan a consumir un servicio o producto, es decir que puede ser medida, contabilizando el total de personas que consumen un servicio.

- Demanda real, indica la cantidad de personas que visitan un determinado lugar y consumen los bienes y servicios de dicho lugar.
- Demanda potencial, son los futuros consumidores que llegarán a desplazarse en un momento determinado de tiempo.

**Comercialización:** Un producto turístico podrá mantenerse en el mercado siempre y cuando su precio sea competitivo, es decir, que, de una manera u otra, la oferta y la demanda influyen en el precio del producto.

- Promoción y comercialización

**Superestructura:** comprende tanto lo público como lo privado, estos organismos se encargan de optimizar y modificar los servicios que componen el producto turístico.

- Políticas administrativas
- Instituciones administrativas

Con lo expresado anteriormente en las conceptualizaciones desarrolladas, éstas aportan con los objetivos planteados porque determinan los elementos que componen el sistema turístico y permiten acceder a un diagnóstico actual de la parroquia de Guanujo. Lo cual nos faculta a saber cuáles son los atractivos turísticos que posee y observar la vinculación que tienen los sectores de orden público y privado con la parroquia; basados en la infraestructura, servicios y demanda que estos podrían generar.

Por lo expuesto en las bases teóricas, el aporte que tiene el objetivo de la evaluación del potencial turístico en esta investigación posibilitará evaluar cada uno de los componentes que posee la parroquia de Guanujo; con el fin de conocer si cuenta con los recursos y con todas las facilidades. Todo ello permitirá describirlo a través de porcentajes y saber si puede ser reconocido como un componente alto a ser tomado en cuenta para el modelo de gestión que se definirá.

Las estrategias de desarrollo turístico acordes con la realidad de la parroquia, sustentan los lineamientos de acción en función de las brechas de desarrollo efectuado en el

diagnóstico. Las cuales hacen referencia a la asociatividad y al trabajo en conjunto con los actores públicos y privados, al desarrollo de productos turísticos y a la generación de capacidades humanas presentes en el territorio. Además de incorporar lineamientos de gestión orientados al mejoramiento continuo y al aseguramiento de la calidad. Para de esta manera poder llegar a un desarrollo turístico en la parroquia de Guanujo.

Asimismo, la estrategia que se identifique recalcará la necesidad asociativa entre los diferentes actores locales que participan en el territorio, quienes tendrán una importante gestión en el desarrollo de Guanujo como una zona turística.

#### 1.4. Marco Legal

El siguiente trabajo de investigación se encuentra sujeto a la Constitución de la Republica del Ecuador, al Código Orgánico de Organización Territorial Autónomo Descentralización COOTAD, Código Orgánico de Planificación y Finanzas Públicas y a la Ley de Turismo. Los cuales proporcionan las bases legales que sustentan esta investigación.

**Tabla 3**  
*Sustento Legal*

Normativa	Objetivo	Artículos	Relación con el Objeto de Estudio
<b>1.2.1. Constitución de la Republica del Ecuador (2008)</b>	Asegurar la vigencia de los derechos humanos, las libertades fundamentales de mujeres y hombres, y la seguridad social.	Art 03 Art 204 Art. 241 Art. 275	La Constitución del Ecuador, el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización –COOTAD, y el Código Orgánico de Planificación y Finanzas Públicas, establecen la obligación de los Gobiernos Autónomos Descentralizados de planificar su territorio, de igual manera determinan que los gobiernos municipales tienen competencias exclusivas entre otras, las de planificar el desarrollo cantonal y formular los correspondientes planes de ordenación del territorio con el fin de regular su uso y la ocupación del suelo urbano y rural.
<b>1.2.2. Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización COOTAD( 2010)</b>	Establece una nueva organización territorial del Estado, incorpora nuevas competencias a los gobiernos autónomos descentralizados y dispone que por ley se establezca el sistema nacional de competencias, los mecanismos de financiamiento y la institucionalidad responsable de administrar estos procesos a nivel nacional.	Art.03 Art.04	
<b>1.2.3 Código Orgánico de Planificación y</b>	Establece como deber primordial del Estado planificar el desarrollo	Art. 85 Art. 280	

<b>Finanzas Públicas (2010)</b>	nacional, erradicar la pobreza, promover el desarrollo sustentable y la redistribución equitativa de los recursos y la riqueza para acceder al buen vivir.		
<b>1.2.4. Ley de Turismo (2002)</b>	Determinar el marco legal que regirá para la promoción, el desarrollo y la regulación del sector turístico; las potestades del Estado y las obligaciones y derechos de los prestadores y de los usuarios.	Art. 01. Art3. Art 4. Art 17.	Permite potencializar las actividades mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo para garantizar el uso de los recursos, proteger al turista, así como coordinar con los estamentos del gobierno nacional y por último permite la coordinación con otras instituciones con el fin de no afectar el desarrollo del turismo.
<b>1.2.5. Código Orgánico del Ambiente (2017)</b>	El estado promoverá el desarrollo sustentable y la redistribución equitativa de los recursos y la riqueza, así como proteger el patrimonio natural y cultural del país;	Art.24	Permitirá defender el patrimonio natural y cultural del país y proteger el medio ambiente con el fin de evitar el mal aprovechamiento del recurso natural en cualquier destino turístico

## 1.5. Marco Institucional

Las leyes que forman parte del marco legal donde se enmarca el proyecto de investigación están articuladas con el estudio abordado de la siguiente manera.

**Tabla 4**  
*Sustento Institucional*

Normativa	Objetivo	Artículos	Relación con el Objeto de Estudio
<b>1.3.1 El Plan Nacional del Buen Vivir (2017)</b>	Propone 12 objetivos que buscan alcanzar este desarrollo, también conocido como <i>sumak kawsay</i> .	Se vincula directamente con el objetivo 10 que pretende “Impulsar la transformación de la matriz productiva” para dar un giro a las actividades económicas que han venido protagonizando la economía nacional, incorporando al turismo entre los sectores prioritarios de interés para inversión nacional y extranjera.	De esta manera, la investigación encaja como parte de la política que busca impulsar la oferta productiva turística, considerando no sólo el ámbito cultural si no integrando varios aspectos de motivación para los turistas y así poder diversificar el mercado de destino y dinamizar la economía cantonal y parroquial.
<b>1.3.2 Plan de Desarrollo y Ordenamiento</b>	Busca impulsar un desarrollo equitativo del país, reconociendo y		Permitirá utilizar todas las Herramientas indispensables para

<b>Territorial de la Provincia Bolívar (2015)</b>	potencializando las características de cada uno de los territorios, de tal manera que exista una planificación local con incidencia en la planificación nacional y con miras a alcanzar el “BUEN VIVIR”	orientar y administrar el desarrollo físico del territorio; mediante objetivos, directrices, políticas, estrategias, metas y programas. Las cuales son necesarias para el desarrollo del modelo de gestión estratégica que estamos desarrollando.
---	---	---

#### 1.4. Marco conceptual

Este marco recopila varias definiciones textuales de terminología técnica requerida en la investigación, en su mayoría han sido extraídas de libros digitales.

- **Articulación territorial:** Óptima relación entre los elementos estructurantes y partes diferenciadas que forman un territorio. La aplicación del término articulación al territorio hace referencia preferentemente a las comunicaciones y los transportes de diverso tipo; pero con frecuencia se usa esta expresión con un significado más amplio y abierto, de similares resonancias sociales o políticas que cohesión territorial, o incluso casi ideológicas, como quizás sugiere en mayor medida la locución vertebración territorial. (Burgos, 2019, p. 69)
- **Capacidad de carga:** Está relacionada estrechamente con el ciclo de vida de un destino turístico, considerándose así que los indicadores de la capacidad de carga son los umbrales más allá de los cuales los flujos turísticos declinan, porque los propios visitantes empiezan a juzgar como sobrepasadas determinadas capacidades del espacio- declive de la calidad de los servicios ofrecidos, descompensación de la relación calidad/ precio y búsqueda de destinos alternativos. (Clavé & Gonz, 2011, p. 94)
- **Modelo de plan estratégico:** Se fundamenta en la revisión y actualización de sus componentes respecto a la dinámica de los factores internos y externos, con la finalidad de ajustar el plan estratégico a las nuevas necesidades de la organización y a los requerimientos del entorno como nuevos atractores que liberen a la misma de períodos largos en condición de equilibrio, ya que esto situaría a la empresa en un nivel máximo de riesgo, haciéndola menos sensible a los cambios del entorno. (Fuentes & Luna Cardozo, 2011,p.128)

- **Demanda turística interna total:** “La demanda turística interna total consiste en la suma del consumo turístico interno, la formación bruta de capital fijo turístico y el consumo colectivo turístico no incluye el consumo turístico emisor “ (UNWTO, 2020, p. 1).
- **Desarrollo territorial:** Proceso de cambio progresivo, que propicia la armonía entre el bienestar de la población, el uso del territorio, la conservación y protección de los recursos naturales y de las actividades productivas; para el mejoramiento de la calidad de vida de la población, bajo un enfoque de sostenibilidad. (Karlsen.J & Larrea.M, 2015, p. 8)
- **Gobernanza:** Organización para gobernar y ejercer el poder que genere gobernabilidad, bajo principios basados en las estructuras, procesos, reglas y prácticas eje de las interacciones entre los actores afectados por el ejercicio de gobierno; la manera de tomar decisiones en lo público, buscando la participación de diferentes actores locales. (Scheid.A, 2019, p. 3)
- **Identidad cultural:** Es aquella que va emparejada con la identidad, la toma de conciencia sobre la identidad que consiste en un proceso de afianzamiento de la comunidad de valores de formas de vida del pueblo como componentes históricos, culturales y ancestrales que define la cultura de una sociedad. (Arce, 2015, p. 5)
- **Indicador de impacto:** Mide el cambio logrado en la situación de la población como resultado de los productos y efectos obtenidos con el proyecto. Se trata del nivel más elevado de resultados o de la finalidad última del ciclo del proyecto, cuando se genera la totalidad de los beneficios previstos cuando entra a la etapa de operación. (Palomo, 2015, p. 143)
- **Oferta turística:** Comprende el conjunto de bienes y servicios capaces de facilitar la comercialización del producto turístico a fin de satisfacer la demanda de los visitantes, en esta condición se entiende por cualquier establecimiento en donde el cliente y/o usuario son principalmente turista. Por lo tanto, el mismo deberá cumplir con las siguientes condiciones para establecerse como oferta turística: Vender bienes y servicios que por sus características sean demandados en su mayoría por turistas. Estos establecimientos deberán vender su producto para uso final en zonas turísticas, por lo tanto, la mayoría de sus clientes sean turistas. (Novás, 2015, pág. 8)



- **Organización territorial:** “División del espacio correspondiente a un ente político diferenciado en entes menores a los que también se atribuyen territorios propios. En el caso del estado español se organiza territorialmente en comunidades autónomas, provincias y municipios “ (Boullon, 2006, p. 65).
- **Plan de desarrollo y ordenamiento territorial:** “Es una herramienta participativa e incluyente, que con una adecuada metodología busca el desarrollo ambiental, social, económico, cultural y equilibrado de la población, identificando sus características y potencialidades” (PDOT.Bolivar, 2015, p. 2).
- **Planificación sectorial:** Tipo de acción planificadora o conjunto de planes dedicados a prever y hacer posible la evolución deseada para una determinada actividad. En relación a la planificación pública se entienden como tales los planes dedicados a carreteras, recursos hídricos, ferrocarril, energía, sanidad, educación o cualquiera de los departamentos en que está dividida o subdividida una administración de estructura preferentemente sectorial o vertical. (Manjavacas, 2016, pág. 14)
- **Potencial turístico:** Por sus orígenes etimológicos del latín, el término potencial se conforma de la unión de tres partes: el vocablo *potis* que significa “poder”, el *nexo -nt-* que equivale a “agente”, y el sufijo *-al* que puede traducirse como “relativo a”, lo cual podría entenderse como “relativo a un agente de poder”. El término potencial posee varias acepciones, una de ellas es “referido a algo que puede suceder o existir en contraposición de lo que existe”. En este sentido, el potencial puede ser entendido como un adjetivo que hace referencia a lo que puede existir en el territorio. Éste también se ha utilizado para referirse a la aptitud de uso de un área. (Gutiérrez & Vázquez, 2014, p. 2)
- **Recurso turístico:** Son aquellos elementos con potencial turístico que aún no cuentan con las adecuaciones necesarias para atender visitantes, pero que se presentan como un activo turístico en stock (en español: conjunto de mercancías o productos que se tienen almacenados en espera de su venta o comercialización); son “materia prima” para las atracciones. (Navarro, 2015, p. 336)
- **Sostenibilidad:** “En ecología, sostenibilidad o sustentabilidad describe cómo los sistemas biológicos se mantienen productivos con el transcurso del tiempo. Se

refiere al equilibrio de una especie con los recursos de su entorno’’ (Giraldo, 2015, p. 19).

- **Superestructura turística:** Comprende todos los organismos especializados, tanto públicos como de la actividad privada, encargados de optimizar y modificar, cuando fuera necesario, el funcionamiento de cada una de las partes que integran el sistema, así como armonizar sus relaciones para facilitar la producción y venta de los múltiples y dispares servicios que componen el producto turístico. (Boullon, 2006, p. 71)
- **Territorialidad:** Necesidad de espacio que tienen los individuos y los grupos por razones de identidad, seguridad, protección y estímulo. Está asociada a territorios específicos, considerados, al menos parcialmente, como exclusivos de sus ocupantes y donde se producen relaciones espaciales, determinadas por inclusiones o rechazos, es decir, por relaciones disimétricas con el exterior. (Furtado, Oklinger, & Cioce, 2012, p. 1377)
- **Tipologías turísticas:** “Son todos los tipos que están en el Mercado que posee zonas turísticas y áreas turísticas como: Oferta turística, Políticas locales, Deseos y Expectativas de la demanda y Creatividad e innovación ‘’ (Curiel, 2015, p. 47).
- **Zonificación:** Se entiende al proceso mediante el cual se identifican las áreas del territorio que tiene una mayor potencialidad turística, el cual tiene características propias que permitirían atraer la motivación del turista siempre y cuando haya una adecuada planificación de desarrollo. (Iñiguez, 2015, p. 72)

## CAPÍTULO II

### 2. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

#### 2.1. Enfoque cuantitativo

El enfoque cuantitativo se fundamentó en ratificar de forma numérica la problemática en mención, por tanto, con la ayuda de herramientas estadísticas se obtendrán datos que sustenten el proceso investigativo.

Rodríguez Peñuelas (2010), señala que:

El enfoque cuantitativo se centra en los hechos o causas del fenómeno social, con escaso interés por los estados subjetivos del individuo. Este método utiliza el cuestionario, inventarios y análisis demográficos que producen números, los cuales pueden ser analizados estadísticamente para verificar, aprobar o rechazar las relaciones entre las variables definidas operacionalmente. (p. 32)

Adicionalmente se plantea que el **enfoque cualitativo**

(...) se orienta a profundizar casos específicos y no generalizar. Su preocupación no es prioritariamente medir, sino cualificar y describir el fenómeno social a partir de rasgos determinantes, según sean percibidos por los elementos mismos que están dentro de la situación estudiada. (Bernal, 2010, p.60)

Es por ello que, para el enfoque cualitativo, se llevarán a cabo entrevistas que describirán la demanda real. Mientras que, para la demanda potencial, se utilizarán los resultados de las motivaciones de ocio de los habitantes de la parroquia, obtenidos a través del enfoque cuantitativo (encuestas); para posteriormente realizar el análisis de todos los datos numéricos y estadísticos que se obtendrán.

#### 2.2. Tipo de investigación

Para el trabajo de investigación se utilizó el tipo de investigación **descriptiva**, la cual implicó la observación y descripción de un sujeto, posibilitando un diagnóstico de la situación actual del sitio, lo que permite determinar el nivel de potencialidad que tiene el lugar. De acuerdo con (Sampieri et al.2014) esta tipología:

Consiste en describir fenómenos, situaciones, contextos y sucesos; esto es, detallar cómo son y se manifiestan. Con los estudios descriptivos se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. (p. 92)

Para el fortalecimiento de la técnica cualitativa, se utilizó la investigación bibliográfica y de campo, de esta manera se obtuvo toda la información pertinente dando uso a los 12 componentes del sistema turístico propuestos por Cabanilla (2013). Además, se aplicó una entrevista al delegado de turismo del GAD de Guaranda y a la vicepresidenta del Comité de Desarrollo Ulpiano Páez de la parroquia de Guanujo.

### **2.3. Métodos de investigación**

Al realizar el modelo de gestión estratégica para la parroquia urbana de Guanujo, se tomó en consideración varios métodos investigativos. Los cuales permitirán detallar el diagnóstico situacional y el impacto que éste dejará en los habitantes, así como la interpretación de los datos a obtener y las posibles soluciones a proponer; es decir los capítulos del proyecto.

Entre los métodos de investigación que se utilizó está el **Método analítico-sintético** que: “Estudia los hechos, partiendo de la descomposición del objeto de estudio en cada una de sus partes para estudiarlas en forma individual (análisis), y luego se integran esas partes para estudiarlas de manera holística e integral (síntesis) (Bernal, 2010, p.60). Su uso se aplicará al análisis del sistema turístico, sus componentes y su funcionamiento.

Tomando en cuenta también el **Método mixto** que es:

Un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación que implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio. (Sampieri et al.2014, p.534)

### **2.4. Técnicas de investigación**

**Tabla 5**  
*Técnicas de Investigación para la Recolección de Datos*

Técnica	Método	Descripción
<b>Indicadores</b>	Cuantitativo	Permite valorar las características que tiene el lugar.
<b>Encuestas</b>	Cuantitativo	Bernal (2010) señala que “el cuestionario es un conjunto de preguntas diseñadas para generar los datos necesarios, con el propósito de alcanzar los objetivos del proyecto de investigación” (p.250). Esta técnica permite obtener información de la demanda real que tiene la parroquia de Guanujo, para lo cual se aplicaron encuestas dirigidas a turistas que visitan la parroquia. Por otro lado, para conocer la demanda potencial se realizó una revisión bibliográfica de los siguientes estudios: (Ver Anexo Q) <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Estudio de las motivaciones de Ocio de los residentes en las parroquias rurales de Quito (Ociotipos)</li> <li>2. Estudio de las motivaciones de ocio de los residentes en Quito (Ociotipos)</li> </ol>
<b>Entrevistas</b>	Cualitativo	Se aplicó a las siguientes personas: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sr. Hugo Gustavo Fierro Guama <b>Coordinador del Departamento de Turismo en Municipio de Guaranda.</b></li> <li>• Lcda. Tanya Viscarra <b>Vicepresidenta Comité de desarrollo Ulpiano Páez de la parroquia de Guanujo.</b></li> </ul>
<b>Grupos focales</b>	Cualitativo	Para esta investigación se realizó un mapeo de actores de priorización en el ámbito turístico, cultural, hotelero, restaurantero, educativo; ellos son: <b>Lcdo. Hugo Fierro:</b> coordinador del departamento de turismo de Guaranda <b>Lcda. Tanya Viscarra:</b> vicepresidenta del comité Ulpiano Páez <b>Téc. Yajaira Escudero Pinos:</b> presidenta de la asociación de Guanujeños residentes en Quito <b>Germán Sánchez:</b> docente de la universidad estatal de Bolívar en el área de Turismo <b>Rebeca Quitio:</b> representante del Hostal Sumak Samyra <b>Anabella Monar:</b> representante del Restaurante de Papitas-Guanujeñas.
<b>Observación participativa</b>	Cualitativo	Se pretende recabar información necesaria para los 12 componentes, que no está disponible en las páginas web oficiales.
<b>Revisión bibliográfica</b>	Cualitativo	Se aplicó en la investigación con el fin de fortalecer la información recabada.
<b>Visita de campo</b>	Cualitativo	La visita de campo se la realizó mediante zoom, para la elaboración de un diagnóstico, encuestas y entrevistas.

Adicionalmente, están las **fuentes primarias**, que son “aquellas pruebas que un investigador reúne con el propósito específico de abordar el problema que enfrenta”

(Malhotra, 2008, p.106). Para este cometido será necesario hacer uso de algunas técnicas, tales como:

**Observación:** “Incluye registrar los patrones de conducta de la gente, objetos y eventos en forma sistemática para obtener información acerca del fenómeno de interés. La información se puede obtener conforme ocurren los eventos pasados” (Malhotra, 2008). Por tanto, se pretendía hacer visitas de campo para aplicar esta técnica, de manera que se pudiera supervisar todos los aspectos de los fenómenos que parecen relevantes para la problemática en mención. Sin embargo, por circunstancias de la pandemia, se realizó un zoom con un poblador de la parroquia y se le tomaron fotografías, como respaldo de esta investigación, para poder observar el recurso.

**Encuesta:** Esta técnica lleva consigo un cuestionario estructurado que se entrega a los encuestados y que está diseñado para obtener información específica. Por lo tanto, este método contiene una variedad de preguntas en cuanto a conducta, actitudes, conocimiento, motivaciones y características demográficas y de estilo de vida. Las preguntas pueden hacerse de manera verbal, escrita o virtual Malhotra (2008). Las encuestas serán aplicadas a los turistas de la parroquia de Guanujo, pues esta permitirá medir aspectos como preferencias, motivaciones, estancia, gasto promedio, satisfacción, entre otros.

**Entrevista:** La aplicación de esta técnica también viene acompañada de un cuestionario previamente estructurado para ser aplicado con el entrevistado. El número de preguntas varía, acorde a las necesidades y la disposición de tiempo Malhotra (2008). Las entrevistas tienen un guion y se aplicaron a un especialista en turismo del GAD de Guaranda quien, haciendo uso de su experiencia dio su apreciación con respecto a la situación actual de la parroquia de Guanujo; haciendo énfasis en sus fortalezas, limitantes y problemáticas. También se contó con la colaboración de la representante del Comité de desarrollo Ulpiano Páez, quien nos compartió sus criterios acerca del desarrollo turístico de la parroquia.

Para efectos de la investigación se han considerado como **fuentes secundarias**, aquellas que suministran información básica, muchas veces ya reunida para diferentes propósitos del problema en cuestión. Estos datos se pueden localizar con rapidez y a bajo costo

Malhotra (2008). Se ha acudido al material contenido en trabajos de grado, planes de desarrollo turístico, libros, periódicos, material impreso y artículos científicos digitales.

**Focus Group:** Dentro del modelo de trabajos y técnicas para la obtención y análisis de datos, se destaca una metodología por su gran uso y múltiples áreas de aplicación: Los denominados “focus group”, también llamados “grupos de discusión” o “entrevistas de grupo”. La modalidad focus group constituye una técnica de investigación cualitativa ampliamente difundida en diversos ámbitos de la investigación en psicología, y otras disciplinas científicas. (Guillén & Quesada, 2011)

## 2.5. Herramientas de estudio

**Tabla 6**

*Herramientas a utilizar*

Herramienta	Método	Técnica	Descripción
<b>Evaluación de los 12 componentes del sistema turístico</b>	Cualitativo	Matriz de indicadores	La evaluación permite determinar el nivel de potencialidades y debilidades de los 12 componentes del sistema turístico a través de la elaboración de matrices de estudio.
<b>Escala de Likert</b>	Cualitativo/ cuantitativo	Observación participativa	Blanco & Alvarado (2005), afirman que: Esta escala es un instrumento estructurado, de recolección de datos primarios utilizado para medir variables en un nivel de medición ordinal a través de un conjunto organizado de ítems, llamados también sentencias, juicios o reactivos, relativos a la variable que se quiere medir, y que son presentados a los sujetos de investigación con respuestas en forma continua de aprobación-desaprobación para medir su reacción ante cada afirmación. (p.3) Por lo tanto, la regla de medición para evaluar los componentes del sistema turístico es la siguiente: muy alto, alto, medio, bajo y muy bajo.

## 2.6. Sistematización del procedimiento

Para el trabajo de investigación se ejecutaron los siguientes pasos:

- a) Levantamiento de información para el diagnóstico de los 12 componentes del sistema turístico.
- b) Evaluación cualitativa y cuantitativa de los hallazgos.

c) Determinación de lineamientos y estrategias.

## 2.7. Diagnóstico de los 12 componentes del sistema turístico

Para la elaboración del diagnóstico de los 12 componentes del sistema turístico (oferta, demanda, comercialización y superestructura), se realizaron fichas de observación para el proceso de levantamiento de información correspondiente.

**Tabla 7**

*Los 12 Componentes*

Nº	Elementos del Sistema Turístico	Componente	Observación
<b>1</b>	<b>Oferta turística</b>	Natural	Diagnóstico de recursos turísticos
<b>2</b>		Hechos culturales	
<b>3</b>		Gastronómico	
<b>4</b>		Festividades y eventos	
<b>5</b>		Actividades recreacionales	
<b>6</b>		Vías de acceso	Diagnóstico de infraestructura para uso turístico
<b>7</b>		Seguridad, salud y servicios básicos	
<b>8</b>		Servicios turísticos	
<b>9</b>	<b>Demanda turística</b>	Consumidor	Diagnóstico de la demanda turística
<b>10</b>		<b>Comercialización</b>	Promoción y comercialización
<b>11</b>	<b>Superestructura</b>		Políticas administrativas
<b>12</b>		Instituciones administrativas	Diagnóstico de actores (GAD parroquial)

Fuente: Cabanilla (2013).

## 2.8. Evaluación cualitativa y cuantitativa de los hallazgos.

Una vez identificados los recursos turísticos, se realizó la valoración de cada componente en la escala de Likert; posterior a ello se ubicó esta valoración en la matriz de indicadores.

La matriz de evaluación que se analizó consta de 100 indicadores, como se menciona en el (Anexo R). Para la evaluación se considera los siguientes parámetros: indicadores de evaluación, periodo de evaluación, forma de cálculo, estándar, descripción y evidencias. Dichos parámetros establecen cada uno de los indicadores para el proceso de evaluación del sistema turístico, donde existen tres niveles de evaluación, estos son:

**Tabla 8**

*Niveles de Evaluación*



Nivel	Descripción
<b>Alto</b>	Se valorarán con 2 puntos si cumplen con el estándar superior.
<b>Medio</b>	Se valorarán con 1 punto si cumplen parcialmente con el estándar definido.
<b>Bajo</b>	Se valorarán con 0 puntos si no cumplen con el estándar definido.

La evaluación de los indicadores se dio por componente y cada uno obtuvo una calificación de acuerdo a sus características (Ver Anexo II), cada componente fue evaluado con sus indicadores, de 0 a 2, alcanzando una calificación general que se transformó en porcentajes mediante la regla de tres.

Una vez obtenidos los resultados, se desarrolló el nivel de potencialidad que tiene cada componente basado en la Tabla 9. Se realizó un promedio general de porcentajes para llegar a obtener la potencialidad del área de estudio.

**Tabla 9**  
*Valoración para los 12 Componentes del Sistema Turístico*

Nivel de Potencial Turístico	Descripción	Porcentaje
	<b>Muy alto</b>	
<b>Alto</b>		80.99-61%
<b>Medio</b>		60.99-41%
<b>Bajo</b>		40.99-21%
<b>Muy bajo</b>		0-20.99%

## 2.9. Lineamientos estratégicos del turismo

Para el trabajo de investigación se elaboró los lineamientos y estrategias basados en “El plan estratégico turístico” de Cabanilla (2013). Para lo cual se realizó una matriz de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas (FODA) que ayuda a evaluar de forma general el área de estudio. Posteriormente se construyeron los objetivos ofensivos y defensivos con el fin de iniciar el desarrollo turístico en la parroquia de Guanujo.

## 2.10. Población y muestra

Para la siguiente investigación se analizó la demanda real y la demanda potencial, descritas a continuación.

- **Demanda real**

La parroquia de Guanujo no cuenta con un registro que controle la llegada de visitantes. Por lo cual, se realizó el cálculo utilizando la fórmula de proporción infinita.

Fórmula de proporción infinita: (no se conoce el número total de la población N).

$$n = \frac{k^2 PQ}{e^2}$$

**Fuente:** (Sampieri et al.2014)

**Donde:**

**N** = población

**k** = nivel de confianza (95%=1.96)

**P** = probabilidad de éxito (0.5)

**Q** = probabilidad de fracaso (0.5)

**e** = Margen de error (5%)

**Cálculo:**

$$N = \frac{(1.96)^2 (0.5)(0.5)}{(0.05)^2} = \frac{(384.16) (0.25)}{(0.0025)} = \mathbf{384 \text{ población}}$$

Para obtener dicha información, se realizó una encuesta de acuerdo a las necesidades y realidades del área de estudio.

- **Demanda potencial**

Para conocer la demanda potencia es necesario saber cuáles serán los posibles visitantes que llegarán a la parroquia de Guanujo, para lo cual se pretende tomar como referencia lo que mencionan Orozco & Tonato (2018) en su investigación acerca de los (Ociotipos) en de 32 parroquias urbanas de Distrito Metropolitano de Quito. Enfocado en tres variables de análisis: socioeconómicas, estilos de vida y las motivaciones que poseen las personas para realizar actividades de ocio y turismo.

Ellos mencionan que el **OCIOTIPOS:**

Se realiza para conocer las tendencias que tienen las personas, en base a las preferencias de ocio y tiempo libre, con un solo propósito estructurar un modelo de segmentación de la demanda para incentivar a los negocios turísticos a fomentar el turismo, con la incursión de nuevos proyectos encaminados a satisfacer las exigencias de los nuevos segmentos descubiertos. (p.22)

Una vez clara la conceptualización, nos va a permitir conocer profundamente los gustos y preferencias que tienen los turistas en Guanujo; lo cual será importante en la determinación de la demanda real y potencial. En este estudio se mencionan 18 motivaciones que tiene el potencial turista, las cuales los agrupa por actividad, para obtener un porcentaje y de esta manera determinar qué es lo que más les gustaría hacer en el lugar.

### **2.11. Análisis de la información recopilada**

Mediante la aplicación de las técnicas e instrumentos para la investigación se utilizará en primera instancia la herramienta Google Forms, para el ingreso de datos de las encuestas realizadas, y mediante esta herramienta se creará una base de datos en el programa Microsoft Excel; esto nos ayudará a analizar los resultados obtenidos.

### **2.12. Descripción del área de estudio**

El proyecto de investigación será desarrollado en la región Andina de la Provincia Bolívar, la cual está compuesta por 7 cantones: Cantón Guaranda, Las Naves, Caluma, Chimbo, San Miguel, Chillanes y Cantón Echeandía. Está constituida por 8 parroquias rurales: Salinas, Simiatug, Facundo Vela, Julio Moreno, Santa Fe, San Lorenzo, San Luis de Pambil, San Simón, y 3 parroquias urbanas: Gabriel Ignacio de Veintimilla Ángel Polibio Chaves y **Guanujo**. (GAD-Guaranda, 2020, p. 1)

**Figura 5**  
*Localización de la Investigación, parroquia Guanujo -Ecuador*



**Fuente:** Dirección de Planificación - GPP

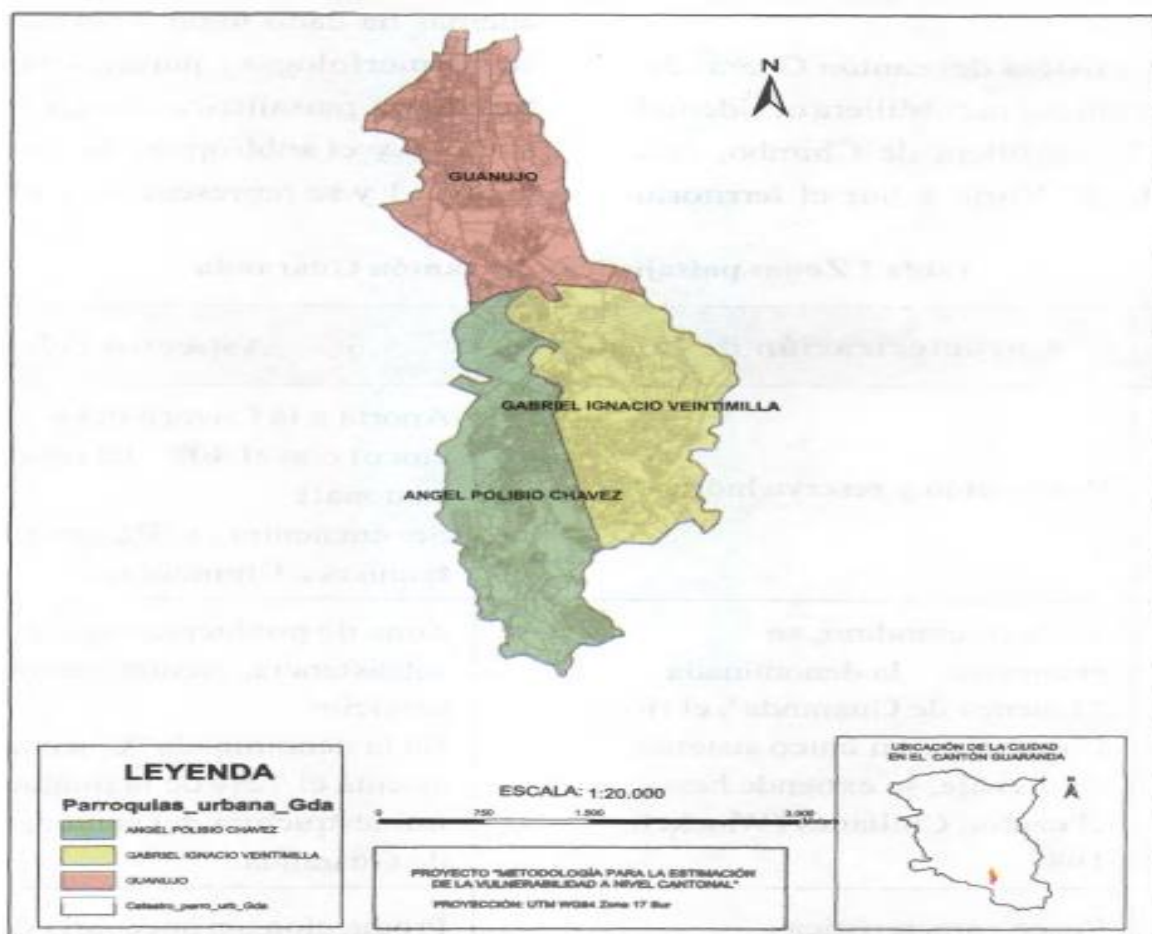
**Fuente:** Mapas del Ecuador (2020)

**Parroquia Urbana de Guanujo**



**Fuente:** [ Fotografía] Páliz, J. (2020)

**Figura 6**  
*Parroquias Urbanas de la Ciudad de Guaranda*



**Fuente:** Plano Catastral de la ciudad de Guaranda (GAD Guaranda, 2011b); INEC (2010).

**Elaborado por:** Universidad Estatal de Bolívar, 2012.

**Denominación:** San Pedro de Guanujo

**Fecha de fundación de la Ciudad de Guaranda:** 23 de abril de 1571

**Altitud:** 2.668msnm

**Superficie:** 9,5Km<sup>2</sup>

**Población:** 23.874 habitantes, representa el 26 % de total cantonal (INEC, 2010) 54% son mujeres y 46% son hombres (INEC, 2010)

**Densidad:** 25,1 hab/Ha

**Tabla 10***Ficha Técnica de la parroquia de Guanujo*

<b>Datos</b>	<b>Descripción</b>
<b>Provincia</b>	Bolívar
<b>Capital</b>	Guaranda
<b>Parroquia</b>	Guanujo <b>Fecha de creación:</b> creada el 29 de mayo de 1861
<b>Ubicación</b>	Guanujo es una parroquia urbana del cantón Guaranda, localizada en la provincia de Bolívar en el Ecuador. A tan solo 5 kilómetros de la ciudad de Guaranda.
<b>Limites</b>	<b>Norte:</b> Parroquia Salinas <b>Sur:</b> Cantón Guaranda – Ciudad Primero de Mayo- Julio Moreno41 <b>Este:</b> Riveras de la cordillera Occidental de los Andes -Provincia de Chimborazo <b>Oeste:</b> Zona Subtropical – Breñas de la Cordillera de Chimbo – Cantón Echeandía y La Parroquia Julio Moreno al Sur Oeste.
<b>Toponimia</b>	Viene de GUANUXO o HUAN-UJO, que significa “Quebrada de Tos”. Martínez (2010)
<b>Extensión Territorial</b>	La parroquia cuenta con una superficie de 363 kilómetros cuadrados.
<b>Clima</b>	Temperatura promedio de 12 grados centígrados.

## CAPÍTULO III

### 3. ANÁLISIS Y DIAGNÓSTICO DE RESULTADOS

En este capítulo se plasma los resultados obtenidos tras la aplicación del proceso metodológico propuesto, desglosando los aspectos más importantes que permiten la comprensión de las respectivas partes que integran el desarrollo del modelo de gestión estratégica.

Partiendo del levantamiento de los elementos del sistema turístico de la parroquia de Guanujo, seguido de la evaluación y calificación de los 12 componentes a base de matrices que pasarán a determinar el nivel de potencialidad turística y la valoración según la escala de Likert. De esta manera, se procederá al desarrollo de un FODA que logre identificar los objetivos defensivos y ofensivos los cuales, darán las estrategias y lineamientos para definir el modelo de gestión estratégica acorde a las condiciones actuales de la parroquia.

#### **Oferta Turística**

##### **3.1. Componente natural**

La parroquia de Guanujo se distingue por varios atractivos naturales, los cuales son aprovechados para la atracción de los visitantes gracias a su clima, su gente y sus lugares naturales que esta posee.

Estos se han convertido en los complementos indicados para que Guanujo abra sus puertas al turismo debido a que es un lugar que ofrece descanso, relajación y experiencias inolvidables como: El Rio Salinas, la Mailona, Suruguayco, Loma Dulce, Lago las Cochas, Patococha, El Arenal y la Reserva de producción faunística del Chimborazo.

Con lo correspondiente a flora Guanujo se caracteriza, por tener algunas plantaciones de pujín, mortiño, chuquiragua, cedro, sigse, helechos, trébol, gramínea, alfafa, raigrás, flor de chocho, penco y aliso que son parte de las plantaciones y tierras de la parroquia. Por otro lado, en lo que compete a fauna de la parroquia posee animales como: ardillas, conejos, venados, raposas, cuyes, llamas, búhos, gorriones, golondrinas, palomas, codornices, patos y pavos los cuales son animales característicos de la zona.

### **3.1.1. Comparación competitiva nacional y regional**

El Ecuador cuenta con abundantes áreas de protección y conservación natural, las cuales poseen una gran biodiversidad siendo una riqueza invaluable, la parroquia urbana de Guanujo conserva una biodiversidad aceptable. No obstante, su punto más fuerte es la cercanía que tiene con la reserva del Chimborazo, el Arenal y la parroquia Salinas.

La parroquia urbana de Guanujo, posee un clima variado algo muy característico en esta región, esta alberga diferentes especies en flora, el cual dispone de extensos bosques de los que se ha extraído en primera línea la cascarilla<sup>1</sup> y maderas finas. Además, la fauna está formada por ganado vacuno, caballar, lanar y porcino.

### **3.2. Componentes hechos culturales**

La Parroquia de Guanujo cuenta con atractivos culturales tales como: la casa artesanal Feliza Egúez, sitios históricos como el Camino de los Molinos, la piedra Colonial y arquitectura religiosa que posee la iglesia de Guanujo, así como la piedra colonial de Guanujo que guarda la historia de la disputa de territorio que había entre Guaranda y Guanujo.

#### **3.2.1. Comparación competitiva nacional y regional**

En el territorio ecuatoriano destacan muchos atractivos culturales, como museos, santuarios, iglesias muy conocidos y destacados del país tanto a nivel nacional y mundial, los cuales son protegidos, cuidados y publicitados, pero en el caso de la parroquia de Guanujo estos recursos carecen de desarrollo turístico y puesta en valor. Así como también, existe desinterés por parte de algunas autoridades por hacer de estos recursos algo turístico.

Si le comparamos a nivel regional Guanujo es una zona que se caracteriza por su religiosidad y cultura de su pueblo debido a la fe que tienen sus pobladores y visitantes, esta parroquia ahora que se convirtió en Santuario Diocesano tiene que ser potenciada y puesta en valor. Además, en la

---

<sup>1</sup> Cascarilla. - es una planta silvestre medicinal del cual se utiliza la corteza con fines medicinales y se comercializa principalmente en Echanda. “Es un producto intertropical andino que se daba en las estribaciones de la cordillera de los Andes, en un radio aproximado de 1.800 Km, a partir de la línea equinoccial- se convirtió en un producto privilegiado de exportación” (Torres, 1994,p.24).



provincia de Bolívar existe otro santuario que es el Guayco, ubicado en la Magdalena que también es otro recurso que no es muy bien valorado debido a la falta de compromiso que hay con las autoridades.

### **3.3. Componente gastronómico**

La gastronomía de la parroquia de Guanujo es muy variada tanto en sopas como en platos fuertes y cocina popular, la cual es un deleite para los visitantes locales, nacionales y extranjeros debido a su sabor característico y forma de conservación de las recetas.

Posee un plato referente que es el hornado preparado por Doña Flor Herminia Rivadeneira Ponce, que con su exquisito sabor deleita a todos los que visitan Guanujo principalmente en las fiestas de Guanujo y el pase del Chagra. Entre los platos que se pueden mencionar tenemos: chigüiles, fritada, papas con cuy, quimbolitos, buñuelos, dulce de sambo, tortillas de tiesto, caldo de gallina criolla, mote pelado, humas, sopa de lluspas y de bebidas tenemos el pájaro azul y la exquisita chicha.

#### **3.3.1. Comparación competitiva nacional y regional**

La cocina del Ecuador es una variada forma de preparar comidas y bebidas hechas en dicha región o zona que se visita. Ecuador se encuentra en cuatro regiones como costa, Andes, Amazonia y región insular o Galápagos, cada una con sus costumbres, tradiciones y platillos diferentes que hacen alude a los productos que se dan en cada una de las regiones.

Los otros platillos como humas y los chigüiles han permitido ganar reconocimiento por su característico sabor y tradición Bolivareense, al hablar de bebida emblemáticas Guanujo tiene el pájaro azul y la chicha que son bebidas apetecidas en las festividades. Esta bebida se la produce en el cantón Echeandía por Guanujeños que son propietarios de trapiches y de tierras de caña de los mismos se extrae panela y dulce de caña.

### **3.4. Componente festividades y eventos**

La parroquia de Guanujo cuenta con algunas festividades representativas como las fiestas del Patrono San Pedro, Semana Santa, fiesta del Inti Raymi y el Carnaval.

En lo referente a eventos tenemos: el Pase de la Chamiza, la elección de reina, Chagra bonita, Taita carnaval, Chagra del año y Torneos deportivos. Todos estos eventos antes mencionados reflejan la tradición que tiene la parroquia pues, esto nos permite mostrar nuestras costumbres como: el folclor, danzas y vestuarios, consiguiendo de esta manera llamar la atención de gente local y de los turistas que visitan esta zona.

### **3.4.1. Comparación competitiva nacional y regional**

El Ecuador se destaca por tener eventos de gran magnitud como es el Carnaval de Guaranda, la fiesta de la Mamá Negra en Latacunga, la fiesta de las flores y las frutas en Ambato, la llamada fiestas Julianas en Guayaquil, entre otras. Pese a no contar con un gran número de festividades y eventos la parroquia de Guanujo genera flujo de visitantes principalmente de localidades cercanas.

Comparándonos con la provincia Bolívar en general. Las fiestas de Guanujo son una de las más importantes que se realiza en el cantón por ende presenta un gran potencial, debido al gran flujo de visitantes que tiene las festividades de San Pedro sean estos locales, nacionales o extranjeros.

### **3.5. Componente actividades recreacionales**

Las actividades recreacionales son acciones que el ser humano realiza para su distracción o diversión las cuales se identifican a continuación: ciclismo, caminatas, montar a caballo, futbol, básquet y ecua vóley, natación y motocrós.

#### **3.5.1. Comparación competitiva nacional y regional**

Las actividades turísticas en Guanujo son pocas, debido a que no cuenta con el apoyo necesario para el desarrollo de estas acciones, los cuales limitan la participación, estadía y distracción de los visitantes. A nivel nacional la oferta de actividades recreativas es muy amplia y variada como: el caso de Puyo, Mindo, Baños, Puerto Quito, donde se realiza: deportes extremos, canopy, puénting, rafting, pesca deportiva, ciclismo, caminatas etc. Todo esto se debe al desarrollo que ha tenido un destino turístico y como vemos Guanujo aún no lo tiene debido a que le falta desarrollar e implementar un producto turístico.

Al compararnos a nivel regional existen varios sitios ideales para realizar actividades con fines recreacionales como: el caso de Balzapamba, Echeandía, Caluma y Babahoyo que son regiones cercanas que ofrecen más actividades al visitante.

### **3.6. Componente vías de acceso**

El Gobierno Autónomo Descentralizado (2020) indica en su plan de desarrollo y ordenamiento territorial que: existen dos carreteras principales que conectan a la ciudad; una de ellas deja a la ciudad de Guaranda como ciudad de paso propiamente dicha, pues tal vía une las ciudades de Babahoyo con la ciudad de Ambato; es una vía asfalta y de primer orden. La otra, une a Guaranda – Gallo Rumi - Riobamba, y posee características de segundo orden. (p.176)

En este componente se describen las vías de acceso terrestre que tiene la parroquia como: ruta Quito Guanujo, Ambato – Guanujo, Guayaquil - Guanujo y Guanujo – Echeandía que son las vías que permiten la visita y transporte de productos.

La parroquia de Guanujo posee transporte interprovincial como el: Express Atenas y cooperativa San Pedrito los mismos cuentan con diferentes horarios y rutas que permiten llegar a Guanujo. Además, posee transporte provincial como: la cooperativa de transporte universidad de Bolívar y cooperativa de transporte Cándido Rada. Además, cuenta con servicio adicional como: cooperativa de camionetas 12 de junio y cooperativa de taxis el libertador que ayudan al transporte interno en la parroquia de Guanujo.

**Figura 7**  
*Mapa vial de la provincia de Bolívar*



**Fuente:** Plan de Ordenamiento Territorial de la provincia Bolívar, 2015.

Este mapa muestra la ubicación de la capital de provincia, cabecera cantonal, parroquia – recinto, carretera panamericana, carretera asfaltada, línea ferrocarril, límite provincial y río.

### 3.6.1. Comparación competitiva nacional y regional

Ecuador posee vías de primer, segundo y tercer orden, las mismas que se conectan fácilmente a las regiones costa, Sierra y Amazonia que ayudan al transporte de productos y comunicarnos entre cantones.

En la parroquia las distintas vías que se comunican con las colectividades pertenecientes a la provincia de Bolívar no necesitan mantenimiento, a excepción de la vía Guanujo- Echandía que

siempre se dañan debido a las condiciones climáticas que tiene, pero con respecto a las vías de Quito, Ambato, Guayaquil se encuentran en buen estado.

### 3.7. Componente seguridad, salud y servicios básicos

La parroquia de Guanujo con respecto a la seguridad posee un UPC ubicado en Atandagua, quienes son los encargados de brindar seguridad control a los pobladores de la parroquia en general.

La delincuencia en la parroquia es escasa, por lo que el número de elementos policiales es menor.

#### 3.7.1. Salud de la parroquia urbana de Guanujo

La parroquia de Guanujo cuenta con un Sub Centro de Salud ubicado en las calles Junín y coronel Vásquez el mismo fue creado en 1975.

Actualmente cuenta con cuatro profesionales: dos odontólogos,

un médico y una enfermera, un estadígrafo, un inspector sanitario, un auxiliar de enfermería y una auxiliar de odontología. Mensualmente se atiende de 250 a 300 pacientes tanto del área médica, como de odontología. (Nuñez, 2000, p. 57)

La parroquia de Guanujo cuenta con 4 farmacias que brindan servicio a los pobladores como: farmacia Santa Fe, farmacias Comunitarias, Medifarma plus y farmacia Zuly. Para ver información adicional (Ver anexo K)

#### 3.7.2. Planteles educativos en la parroquia urbana de Guanujo

La parroquia de Guanujo posee algunas instituciones educativas que han ayudado a la formación de muchos niños, adolescentes y jóvenes como:

**Figura 8**

*UPC- Atandagua -Guanujo*



**Figura 9**

*Subcentro de salud*



Fuente: [ Fotografía] Páliz, J. (2020)

El Jardín de Infantes “Maruja Tapia de Velasco”, La Escuela Vicente Rocafuerte, La Escuela Trinidad Camacho, El Colegio San Pedro y la Universidad de Bolívar entre otras. La provincia de Bolívar está dotada de los siguientes servicios básicos, los cuales dan cobertura, dotación y articulación a las diferentes parroquias.

**Tabla 10**  
**Servicios básicos de la parroquia de Guanujo**

	<b>Agua Potable</b>	<b>Luz eléctrica</b>	<b>Desechos Solidos</b>
<b>Descripción</b>	Este recurso se encuentra manejado por la Junta Parroquial de agua potable; estas son organizaciones comunitarias sin fines de lucro, que tiene la finalidad de preservar el servicio público de agua potable. Su acción se fundamenta en criterios de eficiencia económica, sostenible de recurso hídrico, calidad en la prestación de los servicios y equidad en el reparto del agua. (Segura, 2007, p. 37)	En la provincia de Bolívar, la electrificación es través de la empresa CENEL que brinda el servicio eléctrico a la población y a las parroquias del cantón. El servicio se realiza en base de las líneas de alto y bajo voltaje, a través de redes suspendidas, llegando la dotación a cada domicilio. (GAD,2020, p.158)	En la ciudad de Guaranda la recolección se lo hace a través de carros recolectores, y de allí al botadero de basura que todavía se encuentra funcionando. Se tiene los estudios para la construcción del relleno sanitario Mancomunado con los GAD de Guaranda, Chimbo, San Miguel, Chillanes está en proceso de licenciamiento en el Ministerio del Ambiente de Bolívar ya que la viabilidad técnica existe, se está realizando el cierre técnicos del botadero a cielo abierto de Curgua (GAD,2020, p.160)
<b>Datos</b>	Como menciona en su libro Núñez (2000) Las fuentes naturales de la parroquia urbana de Guanujo son tres fuentes: a) Tomabela b) El Mantilla c) Se encuentra en el sector norte de la población en la entrada del señor Joaquín Bonilla. (p.57)	El Plano de Cobertura de Energía Eléctrica, en el cual indica que se cubre con 100% del servicio en la cabecera parroquial reflejando los siguientes datos: 1 El % de cobertura en área rural es de 83,6% 2 Mientras que él % de cobertura en área urbana es de 0	Según el GAD, (2020) menciona que: 1 El % de cobertura en el sector urbano es de 62, 30 % que corresponde a la parroquia de Guanujo. 2 Mientras que él % de viviendas que no eliminan la basura por carro recolector es 0.
		(1). - SIISE 4.5, en base a censo INEC 2001. (2). - EMELBO, 2011.	(1). - SIISE 4.5, en base a censo INEC 2001. (2). - INEC 2010

**Fuente:** Basado en el plan de desarrollo y ordenamiento territorial cantón Guaranda, 2011-2020.

### 3.7.3. Comparación competitiva nacional regional

Ecuador tiene grandes centros de salud y hospitales con diferentes especialidades médicas, cuenta con diferentes instituciones educativas municipales, fiscales y particulares, de la misma manera, en el ámbito de servicios básicos, las zonas urbanas del país poseen estos servicios, aunque cabe mencionar que en el área rural se encuentra en déficit de estos servicios. A nivel regional la

seguridad, educación, salud y servicios básicos, hospitales, instituciones educativas, UPC, Subcentros de Salud son cosas necesarias en un destino turístico por que, sin estos servicios no se podría cubrir a cabalidad las necesidades de los turistas a diferencia de la parroquia de Guanujo que cuenta con un subcentro de salud que no presentan atención las 24 horas del día, produciendo un efecto negativo por falta de atención médica oportuna.

Para el GAD (2020) en su plan de desarrollo y ordenamiento territorial indica que esto hace que los enfermos y sus familias recurran a otras poblaciones, ciudades aledañas o grandes urbes en busca de atención médica especializada. La infraestructura hospitalaria asentada en la ciudad de Guaranda, consta de centros y subcentros de salud, Hospital Provincial Alfredo Noboa Montenegro y hospital del IESS. (p.162). Por otro lado, en lo correspondiente a educación cuenta con centros parvularios, escuelas, colegios y la Universidad Estatal de Bolívar. Es un servicio relativamente amplio, que con la universidad y su ubicación geográfica han permitido que la migración se reduzca y se dé oportunidad a las nuevas generaciones.

Con respecto al sub componente de servicios básicos este menciona el estado de dotación de agua potable en la parroquia, por lo que se indica en la Tabla 11 que Guanujo cuenta con buena cobertura de agua debido a que posee sus propias fuentes de este mineral y no presenta inconvenientes en la distribución de agua. Con respecto a la cobertura del servicio de luz eléctrica el cantón Guaranda está dotado de servicio de electricidad a través de CENEL, la energía llega por el sistema interconectado a las estaciones Plantas de Energía Eléctrica y estas se encargan de distribuir a las demás parroquias que posee la provincia. No obstante, con lo referente a servicio de desechos sólidos la unidad de ambiente del GAD Guaranda, impulsado por la salud e higiene de la comunidad, tiene un sistema de recolección y destino final de los desechos, les falta trabajar un poco más en la cobertura de recolección de desechos sólidos a nivel de comunidades, así como de la implementación de basureros en la parroquia.

### **3.8. Componente servicios turísticos**

El componente servicios turísticos comprende toda actividad turística referente a alojamiento, restauración y operadoras turísticas. En lo que corresponde a alojamiento Guanujo lamentablemente no cuenta con muchos hoteles solo posee un hostel.

### a) Hostal Sumak Samyra

La parroquia de Guanujo cuenta con un hostal ubicado: Av. Monseñor Leónidas Proaño/Guanujo/a dos cuadras de colegio San Pedro/ vía Ambato.

- Te ofrece una vista panorámica a la Cordillera de los Andes.
- Cuentan con parqueadero, Wifi, TV Cable, telefonía, agua caliente, cámaras de vigilancia, habitaciones para personas con discapacidad.
- Es un hotel de 3 pisos que cuenta con 7 habitaciones y un restaurante.

### b) Restaurantes

La parroquia cuenta con 10 restaurantes a los cuales se les realizó un *check list* del estado de sus instalaciones para determinar si cumplen con la infraestructura, tipo de alimentación, imagen, calidad de producto, calidad de servicio, variedad de la oferta, plazas y tipo de establecimiento.

Los restaurantes evaluados fueron: papitas Guanujeñas, Marcello's, la Casa de Mama, la sazón de Casa de Mari, Estefanía, restaurante Manabita, paradero restaurante Parra. Cabe aclarar que los restaurantes Don Café, Esquina del Sabor y cevichería doña Lourdes no se les incluyo en esta evaluación porque son nuevos y aun no forman parte del catastro del Ministerio de turismo. Después del análisis de la situación de cada establecimiento se determinó que: papitas Guanujeñas tiene una capacidad de 16 plazas, infraestructura buena, con buena imagen, así como buen servicio y una buena calidad en sus productos.

A diferencia de lo 4 restaurantes que ofertan comida casera entre ellos se destaca la casa de mama con infraestructura buena, imagen agradable, calidad de productos excelente, buena atención y una capacidad de 40 plazas. Igualmente tenemos una soda bar que es Marcello's, con capacidad de 8 plazas, con una calidad de servicio medio con un servicio regular y con buena infraestructura. También, tenemos un restaurante que es comedor la sazón de la casa de Mari con capacidad de 10 plazas, atención media, buena variación en los platos y buen servicio, destacando que: hay 4

**Figura 10**  
*Hostal Sumak Samyra*



**Fuente:** Páliz, J. (2020)

**Figura 11**  
*Restaurante Papitas guanujeñas*



**Fuente:** Páliz, J. (2020)



restaurantes de tercera categoría como: papitas Guanujeñas, la casa de mama, la sazón de casa de Mari y restaurante manabita. Por otro lado, la categoría 1 comedor cocina corresponde a: Marcello's, Estefanía, paradero y restaurante Parra y tres nuevos establecimientos. Por el momento Guanujo no cuenta con otro tipo de servicios a más de los que ya se ha mencionado en este apartado.

### **3.8.1. Comparación competitiva nacional y regional**

En lo que respecta nivel nacional Ecuador posee grandes hoteles, restaurantes los cuales cuentan con todos los servicios turísticos necesarios para atender a los visitantes. Si nos comparamos con grandes ciudades como Quito y Guayaquil, ellos poseen cadenas hoteleras y restauranteras renombradas que cubren a cabalidad los requerimientos de los huéspedes que reciben por turismo.

A nivel regional la parroquia de Guanujo posee los servicios turísticos limitados en comparación con otras cantones y parroquias. Guanujo aún no cuenta con hoteles y con servicios necesarios para los turistas, esto limita poder competir con otros destinos de la zona.

### **3.9. Servicios Complementarios**

Por otra parte, posee servicios complementarios como: cooperativa de ahorro San Pedrito, ferreterías, cybers, lavandería de carros, panaderías, abastos entre otros servicios que ayuda a cubrir las necesidades de los pobladores y de los que lo visitan.

### **3.9.1. Comparación competitiva nacional y regional**

El Ecuador cuenta con infraestructura óptima para brindar a los turistas cualquier servicio sean estos de primera necesidad y de tecnología como las grandes ciudades Quito, Guayaquil y Cuenca que tienen aún más servicios por ofrecer esto se debe al desarrollo que han tenido. A nivel regional la parroquia de Guanujo, posee los servicios turísticos limitados, pero eso no ha sido impedimento para que se desarrollen otros servicios como: peluquerías, zapaterías, taller de arreglo de bicicletas entre otros.

## **DEMANDA TURÍSTICA**

### **3.10. Componente consumidor**

En este elemento del sistema turístico, se analiza la demanda real y potencial de la parroquia urbana de Guanajuato. En base a las encuestas online realizadas se describe los siguientes resultados referentes al componente del consumidor.

#### **3.10.1. Demanda real**

La demanda real permite fijar las principales características de los visitantes de la parroquia para ello se realizaron 384 encuestas en el área de estudio. Los análisis e interpretaciones (Ver anexo M) de las encuestas permitió definir un perfil del visitante (Ver anexo O) que llega a la parroquia.

Como resumen, se muestra los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas en la siguiente tabla.

**Tabla 11***Demanda real de la parroquia urbana de Guanujo*

Aspectos Sociodemográficos												
Sexo		Edad		Estado Civil		Categoría Laboral		Lugar de Residencia		(221 Cantones)		
1Femenino	52.60%	36-45	33%	1Soltero	56%	1Empleado publico	29%	Quito	24%	<b>Nivel de Instrucción</b>		
2Masculino	47.4%	26-35	31%	2Casado	26.6%	2Empleado privado	22%	Guaranda	20.8%	1Superior	52.30%	
		16-25	16%	3Divorciado	6.1%	3Estudiante	16.4%	San Miguel	13.60%	2Secundaria	16.40%	
		46-65	8%	4Viudo	4.7%	4Emprendedor	16.1%	Bolívar	6 %	3Primaria	10.1%	
		Más de 56	9.60%	5Unión libre	4.7%	5Desempleado	7%	Caluma	4.20%	4Técnico	21%	
						6Jubilado	4.9%	Chillanes	3.90%	5Posgrado	0%	
						7Comerciante	3.10%	Riobamba	3.60%	¿Conoce usted la parroquia Guanujo?		
								Echandía	3.40%	<b>SI</b> 97.4%		
								Chimbo	2.90%	<b>NO</b> 2.6%		
								Ambato	1.80%			
								Naves	1%			
Motivos de Viaje												
¿Con quién viaja generalmente?		¿Cuántas personas le acompañan?		Objetivo de Viaje			¿Indique por qué medio conoció a esta parroquia?					
1Familia	39.4 %	Adultos (+16)		1Religioso (visita al santuario)		34.5%	8Eventos culturales		1.8%	Referencia (amigos y/o familiares )		91.3%
2Solo	22.8%	124 personas van acompañadas de gente adulta.		2Festividades de la parroquia		26.8%	9Gastronomía		1.8%	Redes Sociales		4.9%
3Amigos	13.8%	Niños (-16)		3Visita a familiares o amigos		18.9%	10Turismo de deporte		1.6%	Tv		2.7%
4Pareja	11.9%	54 personas van acompañadas de menores de edad.		4En tránsito / de paso		3.9%	11Turismo de aventura		1.6%	Radio		0.8%
				5Ecoturismo y turismo de naturaleza		3.2%	12Salud, visitas médicas		0.35%	Periódicos / diarios		0.3%
				6lugares de relevancia natural y cultura		2.9%	13Turismo comunitario		0.5%			
				7Educación		2.1%	14Científico /académico		0.3%			
¿Qué lugares le gusta de la parroquia?		¿Ha visitado la parroquia de Guanujo en otras ocasiones?		¿Con que frecuencia?		¿Durante que temporada visita la parroquia?		¿A través de qué medio de transporte visitó la parroquia de Guanujo?		¿En dónde se ha alojado cuando ha visitado Guanujo?		
1.La iglesia de Guanujo		<b>Si</b> 94.3%		1 vez al año 40.5%		1Feriados 48.8%		1Trasporte publico 49.9%		Guanujo 82.7%		
2. La reserva producción de fauna Chimborazo		<b>No</b> 5.7%		Más de 5 veces 26.3 %		2Indistinto 26.8%		2Trasporte propio 47.3%		Guaranda 17.3 %		
				2 veces al año 18.5%		3Fines de semana 17.4%		3Trasporte turístico 1.6%				
						4Entre semana 7%		4Taxi ruta 0.8%				

3.Complejo Turístico lago las Cochas		3-5 veces al año 14.7%			
¿Cómo califica el servicio de alojamiento?	¿Cuál es el tiempo de duración de su estadía?	¿Cuánto Estimaría usted gastar (en dólares) <b>por persona, día, visita</b> a la parroquia de Guanujo?	¿Recomendaría a amigos y familiares visitar la parroquia de Guanujo?	¿Volvería a visitar la parroquia de Guanujo más de una vez?	¿Qué tipo de Alojamiento eligió para su Estadía?
1 Bueno 46.3%	1 noche 42.5%	Por persona	<b>SI</b> 98.2%	<b>Si</b> 98.9%	1 Casa de familiares 40.4%
2 Muy bueno 24.5%	2 noches 34.6%	10-20 dólares			2 Hostal 32.6 %
3 Excelente 21.8%	3 noches 10.4%	51.3%	<b>NO</b> 1.8%	<b>No</b> 1.1%	3 Casa propia 17.3%
4 Regular 5.6%	5 noches 9.3%	Por día			4 Residencia 4.5%
5 Malo 1.8 %	4 noches 3.1%	21-40 dólares			5 Hostelería 2.8%
		43%			6 Pensión 2.5 %
		Por visita			
		41-60 dólares			
		40.4%			

### Mejoras de la parroquia de Guanujo

¿Qué deberían mejorar la parroquia de Guanujo, para una buena experiencia turística?		En base a su visita a la parroquia de Guanujo que le faltaría por mejorar		
		positivo (+) negativo (-)		
1 seguridad	6 servicios turísticos <b>X</b>	servicios turísticos (-)	aseo/ limpieza	accesibilidad
2 accesibilidad	7 información <b>X</b>	apariciencia/ paisaje (-)	trafico	tranquilidad (+)
3 infraestructura <b>X</b>	8 limpieza	operadoras turísticas (-)	seguridad	cultura (+)
4 atención al cliente <b>X</b>	9 carreteras	trasporte publico	costos	gastronomía (+)
5 servicios básicos		información (-)	hospitalidad (+)	ninguno
		clima	discriminación	otro

### **3.11. Perfil del visitante de la parroquia de Guanujo**

Los visitantes que acuden a la parroquia de Guanujo son ecuatorianos y en su mayoría pertenecen a la ciudad de Quito que refleja un 24% también, cuenta con la visita de sectores aledaños de la provincia Bolívar. Este turista se encuentra en un rango de edad de 26 a 45 años de edad, el cual pertenece más al género femenino con un valor de 52.60% y masculino con un 47.4%.

En su mayoría estos visitantes son solteros y pocos de ellos son casados, cuentan con un nivel superior y se encuentran laborando en el sector público y privado, particularmente les gusta viajar solos y con la familia. A estos visitantes les gusta mucho visitar la iglesia de Guanujo, la reserva de producción de fauna de Chimborazo, el complejo las Cochas, el parque Central y el complejo deportivo Plaza Cordobés.

Antes de viajar utilizan como medio de información las referencias de familiares o amigos y sus principales objetivos de viaje son: recreacionales y religiosos es así que los sitios más visitados por los turistas son: el santuario de San Pedro, festividades de la parroquia y la visita a familiares y amigos. Los visitantes prefieren visitar la parroquia en feriados o simplemente no lo planifican. Su estadía está comprendida de 1 a 2 noches dependiendo de las actividades que se quiera realizar.

Al momento de movilizarse al sitio lo hacen en transporte público y transporte propio, se hospedan en el hostel de la parroquia y en casa de familiares, ellos gastan por persona de 10-20 dólares y por toda la visita gastan entre 41-60 dólares. Finalmente, los visitantes consiguieron experiencias positivas durante su estadía como: apariencia paisajística que tiene el lugar, la tranquilidad, cultura, folclor, gastronomía y tradición, existen algunos aspectos negativos que refleja la elección de ciertos parámetros en la encuesta como: la falta de infraestructura, servicios turísticos e información, para solucionar esto se debería contar con la ayuda de una operadora Turística que mejore y venda estos recursos.

#### **3.11.1. Demanda potencial**

Para la demanda potencial se tomó en cuenta el proyecto de investigación “Estudio de las motivaciones de ocio de los residentes en Quito (OCIOTIPOS)” realizado en el periodo 2017-2018

por Orozco & Tonato en el año 2018. Esta investigación se centró en la identificación de las motivaciones de Ocio y Turismo de los residentes Quiteños, de las 32 parroquias urbanas del Distrito Metropolitano de Quito, para la búsqueda de las motivaciones, las estudiantes utilizaron el modelo de encuesta con relación a los ociotipos realizadas por Phd Edison Molina, Docente de la Universidad Central del Ecuador de la carrera de Turismo Ecológico.

De acuerdo a la investigación, consiguieron agrupar un total de 10 ociotipos de las encuestas aplicadas. Según Orozco & Tonato (2018), mencionan que “el ociotipo de mayor interés o que resalta dentro de los demás es: el **ociotipo Deportivo-Activo** seguido por el **ociotipo Cultural-Eco deportivo**, ambos tienen una característica en particular las motivaciones primarias en el primer caso y las motivaciones secundarias en el segundo caso, son las mismas lo que resulta definir que más del 40% de los quiteños les agrada la naturaleza y la cultura este no resulta ajeno a la realidad ya que Ecuador es un país diverso y cultural por lo tanto,

los residentes quiteños prefieren aprovechar su tiempo de ocio para visitar lugares dentro del Ecuador y de esta manera se fomenta el turismo nacional” (p.78).

Para ver más información revisar el (Anexo 13), mismo que menciona una comparación entre el turista quiteño, comparándole con las motivaciones que se encuentran en la parroquia de Guanujo.

- **Análisis de los ociotipos**

De acuerdo con los 10 ociotipos realizados por parte de Orozco & Tonato (2018), se tomaron en cuenta cuatro ociotipos que corresponde al 63%, de los cuales tiene relación con los atractivos y actividades con las que cuenta la parroquia de Guanujo.

**El turista Cultural-Eco deportivo**, con un total de 22%, siendo una de las principales actividades que realiza la población. Se caracteriza por hacer actividades culturales combinado el ambiente natural y la práctica de deportes al aire libre, y degustar de varios platos típicos en diferentes lugares.

**El turista Animoso-Lúdico**, con un total de 12%, este es un turista social, natural y festivo, les gusta estar en ambientes masivos y entretenidos y también les gusta realizar deportes en espacios libres.

**El turista Festivo-Cultural** con un total de 6%, a este tipo de personas le gusta el aspecto cultural, relacionarse con distintas personas. En cuanto a festividades y eventos culturales que presentan el lugar.

**El turista Hogareño**, con un total de 2%, este tipo de turista se inclina por actividades en las cuales comparta el mayor tiempo posible en familia y amigos, le agrada los ambientes tranquilos y acogedores, le encanta disfrutar de la deliciosa gastronomía en diferentes lugares turísticos.

- **Análisis del perfil 1:** Cultural-Eco deportivo con 22%, de acuerdo con los datos recopilados, se considera que es un turista joven, el cual su ocupación es estudiar, sus principales motivaciones son: Cultura y raíces, naturaleza, deportes y gastronomía.

Con relación a la parroquia de Guanujo, este tipo de turista se asocia a actividades culturales combinado de un ambiente natural que disfruta del paisaje y de su apariencia, le complace la práctica de deportes al aire libre; y además disfruta de platos y bebidas típicas del lugar.

- **Análisis del perfil 2:** Animoso-Lúdico con 12%, de acuerdo con los datos recopilados, se considera que es un turista joven, el cual su ocupación es estudiar, sus principales motivaciones son: Espectáculos y eventos, gastronomía, deportes, aventura y naturaleza.

Con relación a la parroquia de Guanujo, este tipo de turista puede realizar actividades deportivas de aventura en diferentes lugares de la parroquia, podrá formar parte de las festividades que se realice en él, como es las festividades del patrono San Pedro y las fiestas del carnaval.

- **Análisis del perfil 3:** Festivo-Cultural con 6%, de acuerdo con los datos recopilados, se considera que es un turista joven, el cual su ocupación es estudiar, sus principales motivaciones son: gastronomía, relación, cultura y raíces.

Con relación a la parroquia de Guanujo, este tipo de turista llega a la parroquia para festejar las celebraciones que se llevan a cabo en el lugar, disfrutando de bailes, comparsas, carros alegóricos y música, sin dejar a un lado la degustación de una gastronomía ancestral de platos y bebidas típicas de la localidad.

- **Análisis del perfil 4:** Hogareño con 2%, de acuerdo con los datos recopilados, se considera que es un turista joven, el cual su ocupación es estudiar, sus principales motivaciones son: Naturaleza, hobbies domésticos, relación y gastronomía.

Con relación a la parroquia de Guanujo, este tipo de turista conoce la importancia de compartir el mayor tiempo en familia.

### **3.12. Componente de comercialización y promoción turística**

Este componente hace referencia a los medios de difusión por los que la parroquia de Guanujo realiza promoción de sus atractivos sean estos: material impreso diarios, afiches, revistas digitales, páginas web, videos promocionales, entrevistas televisivas entre otros.

#### **3.12.1. Comparación competitiva nacional y regional**

Ecuador posee muchos atractivos turísticos que son promocionados y comercializados a nivel nacional e internacional como es Baños, Mindo, Galápagos, entre otros que básicamente se han convertido en los preferidos y más cotizados por los turistas.

En cuanto a la parroquia de Guanujo, no se lo promociona adecuadamente en lo que respeta a comercialización, debido a que no cuenta con el material adecuado para la publicidad en los medios y la información que se encuentra en las páginas es muy limitado. Además, no se da la importancia que se debería por parte del GAD de Bolívar.

## **SUPERESTRUCTURA TURÍSTICA**

### **3.13. Componentes políticas administrativas**

Las políticas administrativas son lineamientos que se establecen en un territorio y tiene por objeto orientar una adecuada administración por parte de la institución, con la finalidad de establecer leyes, reglamentos, decretos, ordenanzas y normas.



Dicho componente consiste en analizar las políticas que rigen o gobiernan sobre un territorio, en este caso se analizarán las políticas enfocadas en la parroquia de Guanujo, dentro del ámbito turístico. Tomando en cuenta que las principales normas que rigen en el cumplimiento de las funciones de los gobiernos autónomos descentralizados, se expresan en las siguientes leyes como: Constitución de la República del Ecuador (2008); Ley de Turismo (MINTUR, 2017); COOTAD (Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización) y PDOT (Plan de desarrollo y ordenamiento territorial de la provincia Bolívar, (2015).

### **3.13.1. Comparación competitiva nacional y regional**

En el aspecto nacional es mucho más amplio al compararlo con la parroquia, porque se rigen a normas y estatutos que permiten el cumplimiento óptimo de las mismas, gracias a las autoridades competentes que trabajan para un mejor desarrollo del territorio, tomando en cuenta que sus políticas varían dependiendo de la localidad.

La provincia de Bolívar ciudad de Guaranda, está regido por varias políticas administrativas que en el ámbito turístico defienden el derecho al fortalecimiento de la diversidad natural, cultural, cuidado y protección de lugares naturales. Así pues, de un medio ambiente sostenible y sustentable de respeto a los espacios y a la preservación de la memoria cultural.

A nivel regional se puede decir que dichas políticas administrativas del cantón, no se las cumple en su totalidad como en otras localidades de la región, estas normas se rigen de manera ineludible.

### **3.14. Componente instituciones administrativas**

El componente de instituciones administrativas hace referencia básicamente a las instituciones y organizaciones públicas o privadas, que intervienen en la gestión turística dentro de la parroquia y de la provincia. quienes son los encargados de brindar el apoyo, así como del fortalecimiento del sector turístico, agropecuarios, entre otros; para beneficio de la provincia en general, que nos indica el tipo de organización y las funciones que desempeñan estas son:

**Tabla 12***Organizaciones Institucionales de la Provincia de Bolívar*

Tipo de Organización	Organización o Institución	Función
Instituciones Gubernamentales	Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Guaranda	Encargada de velar por el bienestar de sus pobladores e impulsar el desarrollo de la parroquia en el ámbito económico, social y ambiental.
	Gobierno Municipal de Guaranda	Cumple con la aprobación de resoluciones y acuerdos para la parroquia de Guanujo.
Sociales Culturales y Educativas	Asociación de radios difusores de Bolívar	Servicio de radio privado con un alcance regional desde el subtrópico de Bolívar hasta la provincia de los ríos, difusión de diversos temas de interés social y en beneficio de la población
	Cuerpo de Bomberos	Institución de derechos públicos, destinada específicamente a la prevención de incendios, defensa ciudadana, rescate, atención pre hospitalaria, socorro en catástrofes; el personal dispone de capacitaciones según los reglamentos ya establecidos.
	Unidad Nacional de Educadores Núcleo de Bolívar	Promueven la educación mediante planificación mensuales para el desarrollo educativo de instituciones educativas.
	Unidad de Gestión de Riesgos de Bolívar	Controlan y monitorean los riesgos, desastres naturales en la parroquia de Guanujo
Aplicación de derechos y responsabilidades	Ministerio de inclusión Económica y Social (MIES) Asociación de ganaderos centro Agrícola	Atención humanitaria a familias del cantón. Dedicado al desarrollo, cuidado y progreso pecuario de la parroquia.
Economía Productivas	Asociación de agricultores	Enfocados al desarrollo y emprendimiento de comunidades en el ámbito agrícola.
	Consejo Provincial de Bolívar	Gestión y participación para el desarrollo de recursos Humanos, económicos y materiales.
	Ministerio de Obras Publicas	Desarrollo vial de la provincia de Bolívar
	Secretaria nacional de agua SENAGUA	Distribución del líquido vital a diferentes localidades de la provincia Bolívar
Organizaciones Gubernamentales	Ministerio de Agricultura Ganadería Acuacultura y Pesca MAGAP	Promotor y desarrollo agrícola, pecuario acuacultura y pesca.
	Ministerio de salud Pública	Protección social mediante la política de salud pública en beneficios de la población.
	Ministerio del Ambiente	Cuidado ambiental.
	Ecu-911 Bolívar	Control monitoreo de la seguridad ciudadana Provincial.
	Policía	Control y monitoreo de la seguridad ciudadana cumpliendo las normas y políticas cantonales.

**Fuente:** basado en el Registro Institucional del GAD de Guaranda, 2015 y del PDOT Bolívar, 2015

### 3.14.1. Comparación competitiva nacional y regional

A nivel nacional, es importante destacar que ciudades más grandes como Quito, Guayaquil y Cuenca cuentan con más instituciones administrativas, que se enfocan en el cuidado y desarrollo en beneficio de la población, debido a que poseen mayores fondos económicos. Comparándonos con la parroquia, se puede mencionar la diferencia en la densidad poblacional que existe, por el factor económico y el déficit administrativo de algunas instituciones administrativas.

La provincia de Bolívar en general cuenta con algunas instituciones gubernamentales en beneficio de la población las mismas que dan soporte a las parroquias cercanas.

### 3.15. Evaluación de la potencialidad turística de la parroquia de guanujo.

La evaluación del potencial turístico del área de estudio, se desarrolló mediante la matriz matemática de indicadores, a cada uno de los 12 componentes del sistema turístico, propuestos por Cabanilla (2013). Los resultados obtenidos de los indicadores, fueron colocados en la escala de Likert para medir la potencialidad de cada componente.

#### 3.15.1. Matriz general de evaluación de la potencialidad turística del territorio

La presente Tabla13, muestra todos los indicadores que fueron utilizados para cada componente. Cabe mencionar que algunos indicadores fueron utilizados repetitivamente, para su evaluación. A continuación, la tabla general de evaluación.

**Tabla 13**

*Matriz general de evaluación de la potencialidad turística del territorio*

<b>Sistema Turístico</b>	<b>Componentes</b>	<b>Número De Indicadores</b>
<b>Oferta turística</b>	Natural	19
	Hechos culturales	20
	Gastronomía	15
	Festividades y eventos	15
	Actividades recreacionales	17
	Vías de acceso	11
	Seguridad, salud, servicios básicos	9
	Servicios turísticos	21
<b>Demanda turística</b>	Consumidor	15
<b>Comercialización y promoción turística</b>	Promoción y comercialización	6

<b>Superestructura turística</b>	Administrativas	4
	Instituciones administrativas	14

### 3.16. Evaluación matricial por cada componente del sistema turístico

Para la evaluación de los 12 componentes que integran el sistema turístico planteado por Cabanilla (2013), se realizó una valoración de cada componente. Por lo tanto, se acude a la matriz matemática de evaluación de indicadores, que consta de tres niveles: alto (2 puntos), medio (1 punto) y bajo (0 puntos). Posteriormente se realizó la escala de Likert donde permite interpretar los resultados de una manera más sencilla y define el nivel de potencialidad turística en las siguientes escalas: muy alto, alto, medio, bajo o muy bajo, esto dependiendo del porcentaje obtenido en la valoración.

En la matriz general se muestran los 100 indicadores con su respectivo componente a evaluar los mismos están enfocados a los elementos del sistema turístico. Por lo tanto, se realizó la evaluación matricial de cada uno de los indicadores. A continuación, se presenta la valoración por cada componente del sistema turístico de la parroquia de Guanujo.

#### 3.16.1. Valoración del componente natural

La evaluación del componente natural se realizó a través de la matriz de valoración, mismo que muestra la evaluación que se hicieron a los recursos como: El río Salinas, Mailona, loma Dulce, Suruguayco, Patococha, el Arenal y la Reserva de Producción Faunística Chimborazo. A continuación, se muestra los resultados obtenidos en la evaluación.

**Tabla 14**  
*Matriz de valoración del Componente Natural*

Nombre de los Recursos	Puntuación Total	Puntuación Máxima	Porcentaje
Reserva de Producción Faunística Chimborazo	16	38	42,11%
El Arenal	15	38	39,47%
Lago las Cochas	11	38	28,95 %
Laguna Patococha – Jatumpamba	9	38	23,68%
Loma Dulce	8	38	21,05%
Surguayco	7	38	18,42%
Mailona	7	38	18,42%
Río Salinas	6	38	15,79%
<b>Total</b>	79	304	25,99

### 3.16.1.1. Nivel de potencial turístico del componente natural en base a Likert

Se aplicaron 19 indicadores para la evaluación del componente natural, mismo que está conformado por 8 recursos los puntajes altos son: contenido de flora, fauna y geomorfología, ambiente limpio, accesibilidad universal, accesibilidad de tipos de transporte, facilidades de parqueo. Esto nos muestra que los diferentes recursos tienen una alta cantidad de biodiversidad misma que se encuentra en estado de limpieza, así como accesibilidad para todo tipo de transporte.

Los indicadores con puntuación media son los siguientes: asociación con otros atractivos, señalética y movilidad, infraestructura de apoyo para el componente natural, horario permanente para recibir visitas y servicios higiénicos públicos. Estos indicadores presentes necesitan ser reforzados por el GAD parroquial para una mejor experiencia del visitante.

Finalmente, los indicadores con puntuación baja son los siguientes: participación comunitaria en el mantenimiento del atractivo, servicios de guías, conectividad de voz y datos, información del atractivo por internet, seguridad, servicio de alojamiento, servicio de restaurante e implementación de políticas de comportamiento del visitante en la actividad turística. Los servicios antes mencionados son una parte importante en la actividad turística, por lo tanto, deben ser tomados muy en cuenta por el GAD de la provincial de Bolívar para que se trabaje en ellos con el fin de fortalecer el territorio evaluado.

Los resultados obtenidos del componente natural muestran que los recursos identificados reflejan un **nivel bajo (25,99)** de potencialidad turística como: laguna Patococha, Loma Dulce, Sarguayco, Mailona y río Salinas, debido a que no cuentan con la infraestructura y servicios básicos necesarios que requieren para ser un lugar a visitar. A diferencia de las Cochas, el Arenal, y la reserva del Chimborazo que son recursos que se encuentran mejor adecuados y con todas las condiciones para realizar cualquier actividad.

El recurso con mayor puntuación es la reserva de producción faunística Chimborazo, debido a que cuentan con todos los servicios turísticos e infraestructura adecuada para recibir turistas a diferencia de los otros recursos ya mencionados en esta investigación. Como menciona Lcda. Tania Viscarra (2020) los recursos naturales no han tenido la atención de vida que se merecen como la Mailona, y Loma Dulce que son cosas históricas que merecen la atención y la re potencialización

por las autoridades para de esta forma poder vender mejor estos recursos. Es decir que el GAD de la provincia de Bolívar debe plantearse proyectos enfocados a la mejora e implementación de servicios, partiendo de un diagnóstico que identifique las falencias existentes en los recursos de Guanujo.

### 3.16.2. Valoración del componente hechos culturales

La evaluación del componente de hechos culturales se realizó a través de la matriz de valoración descrita en el (Anexo T). A continuación, se muestran los resultados obtenidos en la evaluación.

**Tabla 15**

*Matriz de Valoración del componente Hechos Culturales*

Nombre de los Recursos	Puntuación Total	Puntuación Máxima	Porcentaje
Iglesia de Guanujo	18	40	45,00%
Casa Artesanal Felisa Egüez	16	40	40,00%
Mercado	12	40	30,00%
Piedra Colonial de Guanujo	9	40	22,50%
El camino de los Molinos	4	40	10,00%
<b>Total</b>	59	200	29,50

#### 3.16.2.1. Interpretación según escala de Likert

Se aplicaron 20 indicadores para la evaluación del componente hechos culturales, mismo que está conformado por 5 recursos. Los indicadores con puntuación alta son: ambiente limpio, accesibilidad universal, conectividad de voz y de datos, accesibilidad de tipos de transporte, estado de funcionamiento del patrimonio cultural, horario permanente para recibir visitantes y servicios higiénicos públicos. Estos muestran que los diferentes recursos son de fácil acceso para todo tipo de transporte y para los visitantes en diferentes horarios.

Los indicadores con puntuación mediana son los siguientes: facilidades de parqueo, alineación con tendencias turísticas. Estos indicadores deben ser tomados en cuenta para todos los recursos de la parroquia. Finalmente, los indicadores con puntuación baja son: participación comunitaria, servicios de guías, información del atractivo por internet, asociación con otros atractivos, seguridad señalética y movilidad, infraestructura de apoyo, servicio de alojamiento, servicio restauración, implementación de políticas y profesionales de turismo. Los servicios antes mencionados son una

parte indispensable en la actividad turística, por lo tanto, deben ser tomados en cuenta por el GAD de la provincia de Bolívar, con el fin de fortalecer los servicios en la parroquia.

El recurso con mayor puntuación es la Iglesia de Guanujo debido a su infraestructura, seguido de la casa artesanal Felisa Egüez que es un recurso que se encuentra adecuado para el desarrollo de muchas actividades turísticas debido a la intervención que se hizo en el 2018, así como de la administración que le da el comité de desarrollo Ulpiano Páez, quienes velan y administran este patrimonio cultural.

A diferencia del camino de los molinos carecen de infraestructura, señalética y adecuaciones., reflejando un nivel bajo a la Piedra Colonial de Guanujo que a más de ser un recurso cultural histórico guarda la historia de Guanujo y Guaranda, el motivo de la **baja valoración (29,50)**, es por qué estos recursos culturales no son adecuados y puestos en valor como se debe.

Según el Lic. Hugo Fierro lo que se propone para mejorar la situación de estos recursos es generar un plan de marketing donde se pueda articular una marca a nivel del cantón Guaranda y dentro de esta marca va estar representado todo lo que es la parroquia de Guanujo y sus alrededores.

### 3.16.3. Valoración del componente gastronómico

La evaluación del componente gastronómico se realizó a través de la matriz de valoración descrita (Anexo U). A continuación, se muestran los resultados obtenidos en la evaluación.

**Tabla 16**

*Matriz de Valoración del Componente Gastronómico*

Nombre de los Recursos	Puntuación Total	Puntuación Máxima	Porcentaje
Pájaro Azul	20	30	66,67%
Hornado	15	30	50,00%
Papas con Cuy	12	30	40,00%
Fritada	13	30	43,33%
Buñuelos	9	30	30,00%
Chicha de Jora	9	30	30,00%
Tortillas de Tiesto	10	30	33,33%
Quimbolito	6	30	20,00%
LLuspas	6	30	20,00%
Humitas	6	30	20,00%
Caldo de Patas	7	30	23,33%

Chigiüiles	5	30	16,67%
Dulce de Zambo	5	30	16,67%
Caldo de Gallina Criolla	5	30	16,66%
Mote	5	30	16,66%
<b>Total</b>	<b>133</b>	<b>450</b>	<b>29,56%</b>

### 3.16.3.1. Interpretación según escala de Likert

Se aplicaron 15 indicadores para la evaluación del componente gastronómico, mismo que está conformado por 15 recursos. los indicadores con puntuación alta son: infraestructura, accesibilidad de tipo de transporte, facilidad de parqueo, horarios de funcionamiento y productos para la preparación gastronómica. estos indicadores son una fortaleza para el componente gastronómico.

Los indicadores con puntuación media son los siguientes: asociación con otros atractivos, etnicidad gastronómica, calificación de los visitantes. De acuerdo a la puntuación se deberá trabajar en estos indicadores debido a que influyen mucho en lo que busca un turista al momento de adquirir un servicio.

Finalmente, los indicadores con puntuación baja son: accesibilidad universal, conectividad de vos y datos, información por internet, seguridad, señalética y movilidad, promoción gastronómica y protección de turismo que trabajan en los establecimientos. Estos indicadores se deberían tomar en cuenta porque, si no hay la promoción, la conectividad y la señalización correcta el turista no es adivino al momento de saber dónde quiere ir a comer.

Los resultados obtenidos del componente gastronómico en la escala de Likert establecen el **nivel bajo (29,56)** de los siguientes platos como: papas con cuy, fritada, buñuelos, chicha de jora, tortilla de tiesto, quimbolitos, lluspas, humitas y caldo de pata, estos alimentos son característicos de la zona y son consumidos por todos los visitantes que llegan a la parroquia por temporada, pero no cuentan con el servicio y publicidad que se debería.

El recurso con la puntuación más alta es el hornado de chanco, debido a que es un plato muy rico y tradicional de la parroquia, seguido de la bebida tradicional y emblemática el pájaro azul. Este platillo es muy consumido tanto en las festividades como el día domingo gracias a la buena sazón y cordialidad que tiene la señora Florcita en atender y a su exquisita chicha que le hace a su plato único y original.



### 3.17. Valoración del componente festividades y eventos

La evaluación del componente festividades y eventos se realizó a través de la matriz de valoración descrita (Anexo V). A continuación, se muestran los resultados obtenidos en la evaluación.

**Tabla 17**

*Valoración del Componente Festividades y Eventos*

Nombre de los Recursos	Puntuación Total	Puntuación Máxima	Porcentaje
Fiestas de San Pedro de Guanujo	16	30	53,33%
Semana Santa	14	30	46,67%
Carnaval	13	30	43,33%
Torneos deportivos	13	30	43,33%
Paseo del Chagra	11	30	36,67%
Inti Raymi	9	30	30,00%
Pase de la Chamiza	10	30	33,33%
<b>Total</b>	<b>86</b>	<b>210</b>	<b>40,95%</b>

#### 3.17.1.1. Interpretación según escala de Likert

Se aplico 15 indicadores para la evaluación del componente festividades y eventos los cuales están conformados por 7 recursos. Los indicadores con puntuación alta son: ambiente limpio, accesibilidad universal, accesibilidad de tipo de transporte, facilidad de parqueo, participación comunitaria. En estos eventos la concentración de personas es masiva, lo cual agentes de la policía nacional se encargan de brindar seguridad permanente en estos eventos, por otro lado, en estos eventos se registra una gran cantidad de vehículos y se destina un área específica para el parqueo de los mismos.

Los indicadores con puntuación media son los siguientes: conectividad de vos, información del atractivo por internet, señalética, infraestructura, nivel de atraktividad por parte de las festividades y vigilancia permanente. Esto demuestra que solo por temporada de festividades se cuenta con estos recursos permanentemente.

Finalmente, los indicadores con puntuación baja son: participación comunitaria, seguridad, trabajo conjunto entre prestadores de servicio y servicios higiénicos. Estos indicadores son muy importantes para poder atender bien a los turistas y se los debería mejorar.

Los resultados obtenidos del componente festividades y eventos en la escala de Likert determinaron el nivel de potencialidad turístico como resultado tenemos: con un nivel alto a la fiesta de San Pedro de Guanujo y Semana Santa, esta celebración que se da cada año se ha convertido en un evento de gran magnitud, porque cada vez asisten más devotos nacionales que les gusta ver como se maneja estas tradiciones, así como disfrutar de las diferentes actividades que éstas generan. Con lo correspondiente **al nivel medio (40,95)** tenemos el carnaval, los torneos deportivos, el pase de la Chamiza, Inti Raymi y paseo del Chagra que son parte de la tradición y de las festividades que se dan en la parroquia de Guanujo.

El recurso con puntuación más alta es las fiestas de San Pedro, debido a que es una fiesta que mueve mucha fe y más ahora que se convirtió en santuario diocesano. La Licda. Tania Viscarra en su entrevista, menciona que el santuario siempre va hacer nuestro primer eje de partida y de ahí ir desarrollando otros polos que generen más actividades, e ir de poco a poquito y darnos a conocer como Guanujo emprendedor, cultura, tradición y deportista.

### 3.18. Valoración del componente actividades recreacionales

La evaluación del componente actividades recreacionales se realizó a través de la matriz de valoración descrita en el (Anexo W) A. continuación se muestra los resultados obtenidos en la evaluación.

**Tabla 18**

*Matriz de Valoración del Componente Actividades Recreacionales*

Nombre de los Recursos	Puntuación Total	Puntuación Máxima	Porcentaje
Visitar el complejo Turístico	18	34	52,94%
Básquet, Futbol, Ecuavóley	14	34	41,18%
Caminatas	12	34	35,29%
Ciclismo	11	34	32,35%
Motocrós Guanujo	10	34	29,41%
<b>Total</b>	<b>65</b>	<b>34</b>	<b>38,24%</b>

#### 3.18.1. Interpretación según escala de Likert

Se aplicaron 17 indicadores para la evaluación del componente actividades recreacionales los indicadores con puntuación alta son: ambiente limpio, accesibilidad de tipos de transporte, facilidad de parqueo, servicios higiénicos y horario permanente para recibir visitantes. En la parroquia si se cuenta con recursos limpios que tienen una amplitud para el servicio de parqueo lo cual beneficia a la realización de estas actividades.

Los indicadores con puntuación media son: conectividad de datos, asociación con otros atractivos, nivel de atraktividad de demanda por parte de las festividades recreacionales del territorio, categoría transporte turístico, tipo de transporte turístico y cantidad de transporte turístico el territorio. En la parroquia existe conectividad de datos, pero no es tan fuerte la señal, así como varios transportes que acercan al recurso.

Finalmente, los indicadores con puntuación baja son los siguientes: participación comunitaria en el mantenimiento del atractivo, servicio de guías, información del atractivo por internet, infraestructura de apoyo para el componente, trabajo conjunto entre diferentes prestadores de servicio turístico y control en actividades de aventura De acuerdo a la valoración de los indicadores se ha podido determinar que, para realizar las diferentes actividades recreacionales se debe tener una infraestructura de apoyo adecuada y el transporte debe tener mayor seguridad al momento de ejercer cualquier actividad.

Los resultados obtenidos del componente actividades recreacionales en la escala de Likert indican un **nivel medio (38,24)**, de potencialidad esto se debe a que en la parroquia no cuenta con muchas actividades turísticas a realizar. Además, las autoridades no es que le pongan en prioridad a este requerimiento. El recurso con mayor puntuación fue el complejo turístico lago las cochas, porque cuenta con la infraestructura y recursos necesarios para atender de una forma óptima a los visitantes.

### **3.19. Valoración del componente vías de acceso**

La evaluación del componente vías de acceso se realizó a través de la matriz de valoración descrita en el (Ver Anexo X). A continuación, se muestran los resultados obtenidos en la evaluación.

#### **Tabla 19**

*Matriz de Valoración del Componente Vías de Acceso*

Nombre de los Recursos	Puntuación Total	Puntuación Máxima	Porcentaje
Vía Quito, Ambato, Guayaquil, Echeandía	10	22	45,45%
<b>Total</b>	10	22	<b>45,45%</b>

### 3.19.1. Interpretación según escala de Likert

Se aplicaron 11 indicadores para la evaluación del componente vías de acceso los indicadores con puntuación alta son: infraestructura de apoyo para el componente de vías de acceso, tipo de vías para el acceso al territorio, tipo de transporte, cercanía a un aeropuerto o terminal. Se puede ingresar a la parroquia por una vía de primer orden en todo tipo de transporte sea esta público o privado.

Los indicadores con puntuación media son los siguientes: señalética y movilidad, condiciones generales de las vías de acceso, conectividad de las vías arteriales, facilidades de punto de descanso en las vías de acceso. La vía Echeandía- Guanujo carece de mantenimiento y señalética, sin embargo, la vía se encuentra en condiciones adecuadas para el acceso a la parroquia, así como las demás vías Quito, Ambato y Guayaquil que presentan uno que otro bache.

Finalmente, los indicadores con puntuación baja son los siguientes: conectividad de voz y datos, zonas de cruzamiento, seguridad vial. Estas vías de primer orden carecen de un sistema de conectividad de voz y datos debido a que la cobertura no es la mejor en los trayectos.

Los resultados obtenidos del componente vías de acceso en la escala Likert determina el nivel de potencialidad turística, como resultado tenemos un **nivel medio (45,45)** a las vías Quito, Ambato, Guayaquil, porque algunas de estas vías poseen baches. Además, hay momentos que la señalización no ayuda mucho cuando hay neblina es por eso que se debería poner mejores reflectores que permita mejorar las condiciones de las vías.

### 3.20. Valoración del componente seguridad, salud y servicios básicos

La evaluación del componente seguridad, salud y servicios básicos se realizó a través de la matriz de valoración descrita en el (Anexo Y). A continuación, se muestran los resultados obtenidos en la evaluación.

#### Tabla 20

*Valoración componente seguridad salud y servicios básicos*

Nombre de los Recursos	Puntuación Total	Puntuación Máxima	Porcentaje
Seguridad	4	8	50%
Salud	6	12	50%
Servicios básicos	4	8	50%
<b>Total</b>	14	28	<b>50%</b>

### 3.20.1. Interpretación según escala de Likert

Se aplicaron 9 indicadores para la evaluación del componente seguridad, salud y servicios básicos, mismos que están conformados por 3 recursos. Los indicadores del sub componente con puntuación alta son: servicios básicos, horarios de atención. Esto muestra que la parroquia de Guanujo cuenta con servicios básicos óptimos, los cuales brindan un buen abastecimiento de los recursos

Los sub componente seguridad con puntuación media son: conectividad de vos y datos, seguridad, señalética y movilidad, vigilancia permanente, seguridad, servicios de salud pública y programa de manejo de desechos. esto quiere decir que la parroquia debe mejorar en los indicadores ya mencionados porque si no tiene seguridad o un programa desechos estos pueden influir negativamente a la imagen de esta zona.

Finalmente, el indicador del subcomponente con calificación baja es: centros médicos privados., debido a que la parroquia por el momento no posee clínicas privadas que puedan dar atención médica a la población. Cuando era parroquia rural había una clínica que abastecía emergencias mayores, sería bueno que otra vez se invierta en estos tipos de servicios.

### 3.21. Valoración del componente servicios turísticos

La evaluación de componentes servicios turísticos se realizó a través de la matriz de valoración descrita en el (Anexo B-C). A continuación, se muestran los resultados obtenidos en la evaluación.

**Tabla 21**

*Matriz de valoración del Componente Servicios Turísticos*

Nombre de los Recursos	Puntuación Total	Puntuación Máxima	Porcentaje
Restauración	14	30	46,67%
Servicios complementarios	6	20	30,00%
Alojamiento	7	30	23,33%
<b>Total</b>	27	80	<b>30%</b>

### 3.21.1. Interpretación según escala de Likert

Se aplicaron 17 indicadores para la evaluación del componente servicios turísticos el cual se encuentra conformado por 3 recursos como: alojamiento, restaurantes y servicios adicionales. Los indicadores del subcomponente seguridad con puntuación alta son: accesibilidad universal, facilidad de parqueo, servicio de restaurante, horario permanente para recibir visitantes. esto muestra que la parroquia de Guanujo cuenta con restaurantes y horario permanente para recibir visitantes.

Los indicadores con puntuación media son conectividad de voz, facilidad de parqueo, horario permanente, cantidad de empleo generado, obtención licencia, señalética y movilidad, cantidad de restaurantes, programa de buenas prácticas ambientales. Esto muestra que la parroquia los establecimientos si cuentan con la respectiva licencia y permisos para poder atender y que tienen pequeños programas de prácticas ambientales como el caso del restaurante papas Guanujeños que ellos utilizan otro tipo de material para entregar comida que no contamine tanto.

Finalmente, los indicadores con puntuación baja son los siguientes: seguridad, señalética movilidad, servicios de alojamiento, categorización de alojamiento, cantidad de alojamiento, trabajo conjunto entre diferentes prestadores de servicio, certificaciones de calidad nacional e internacional, programa de buenas prácticas ambientales, profesionales de turismo que trabajen en los establecimientos, programas de buenas prácticas de manufactura, cantidad de empleo generado, horario permanente para recibir visitas obtención de licencia de funcionamiento . Esto muestra que la parroquia de Guanujo no cuenta con hoteles a gran cantidad, por el momento solo posee un hostel, con respecto a servicios complementarios Guanujo tiene establecimientos que ofrecen servicios adicionales los cuales de alguna manera satisfacen las necesidades de los turistas.

Los resultados obtenidos del componente servicios turísticos en la escala de Likert es de **nivel medio (30%)** el cual muestra el nivel de potencialidad turística, donde el recurso alojamiento es muy limitado en la parroquia de Guanujo, debido a que solo se cuenta con un hostel. Según Rebeca Quitio, representante del hostel Sumak Samyra, nosotros vemos que Guanujo si tiene potencial, debido a que en mi hostel se hospedan turistas nacionales y extranjeros que vienen a las diferentes festividades como: fiestas de San Pedro, Semana Santa y el carnaval. El recurso con puntuación

alta es restauración debido a que la parroquia cuenta con 13 establecimientos enfocados a ofertar comida de casa y rápida estos presentan diferentes alternativas de alimentos para los visitantes de Guanujo.

### 3.22. Valoración del componente consumidor

La evaluación del componente se realizó a través de la matriz de valoración descrita en el (Ver Anexo EE). A continuación, se muestran los resultados obtenidos en la evaluación.

**Tabla 22**

*Matriz de valoración del componente Consumidor*

Nombre de los Recursos	Puntuación Total	Puntuación Máxima	Porcentaje
Demanda real	17	30	56.67%
<b>Total</b>	17	30	<b>56.67%</b>

#### 3.22.1. Interpretación según escala de Likert

De acuerdo a las encuestas realizadas en el territorio se aplicaron 15 indicadores para la evaluación del componente consumidor. los indicadores con puntuación alta son: genero del visitante, rango de edad del visitante entre 26 a 45 años, conformación del grupo de visitantes, temporada de visita al territorio por parte del visitante y nivel de satisfacción del visitante, esto muestra que los visitantes que llegan a la parroquia son de diferentes edades que llegan solos y con familia su viaje es indistinto y su gasto turístico es de 41 a 60 dólares.

Los indicadores con nivel medio son: motivos del viaje, consumo de alojamiento, calificación del servicio de alimentación, duración de la estadía de 1 a 2 noches, la parroquial debe desarrollar nuevas propuestas para el sector turístico al igual que motivaciones para que el visitante se quede más tiempo en el territorio.

Finalmente, los indicadores con puntuación baja son: frecuencia del visitante, calificación de los visitantes al servicio turístico de alojamiento, procedencia de los visitantes y calificación para el tipo de atención al cliente los propietarios de los diferentes establecimientos de servicios turísticos deberán impartir charlas de atención al cliente a todo el personal de trabajo cada cierto tiempo.

Con relación a los resultados mediante la escala de Likert, el componente consumidor tiene una valoración de **56.67%**, es decir que tiene un nivel de **potencial medio**. Esto es debido a que el

consumidor que llega a Guanujo, solo lo hace por temporada de fiesta. Además, a la parroquia le hace falta algunas adecuaciones, así como gestionar más actividades que le permitan al visitante alargar su pernoctación.

### 3.23. Valoración del componente promoción y comercialización

La evaluación del componente promoción y comercialización se realizó a través de la matriz de valoración descrita en el (Anexo FF). A continuación, se muestra los resultados obtenidos en la siguiente tabla.

**Tabla 23**

*Matriz de Valoración del Componente promoción y Comercialización*

Nombre de los recursos	Puntuación total	Puntuación Máxima	Porcentaje
<b>Promoción y comercialización</b>	2	12	16,67%
<b>Total</b>	<b>2</b>	<b>12</b>	<b>16,67%</b>

#### 3.23.1. Interpretación según escala de Likert

Se aplicaron 6 indicadores para la evaluación del componente comercialización y promoción, los indicadores con puntuación media son entidades que promueven la promoción y comercialización del territorio, medios de difusión, el GAD de la provincia de Bolívar es el único que se encarga de promocionar los diferentes recursos de la provincia en general.

Los indicadores con puntuación baja son los siguientes: nivel de promoción y comercialización en el territorio, diversificación de idioma en la promoción, cantidad de operadoras de viaje y participación del territorio en eventos de promoción turística. La parroquia de Guanujo cuenta con poca publicidad. Además, las autoridades de la parroquia deben actualizar toda la información de los diferentes recursos en sus plataformas con el motivo de brindarles a los visitantes una información actualizada y completa.



Los resultados obtenidos del componente promoción y comercialización en la escala de Likert determinan el nivel de potencialidad turística, donde este componente refleja un nivel **bajo de (16,67%)**, esto se debe a que no se promociona y comercializa como debería porque existe limita información. Además, Guanujo necesita una operadora turística que permita comercializar de forma directa los recursos de la parroquia, esto estaría a cargo de la empresa privada. También se debe actualizar lo que se promociona de Guanujo y contar con una oficina de turismo en la parroquia que brinde información a través de flyers de lo que hay en la zona, esto ayudara a que la parroquia sea recomendada por personas que visitan la provincia en general.

### 3.24. Valoración del componente políticas administrativas

La evaluación de componente políticas administrativas se realizó a través de la matriz de valoración descrita en el (Anexo G). A continuación, se muestran los resultados obtenidos en la evaluación.

**Tabla 24**

*Matriz de Valoración del componente Políticas Administrativas*

Nombre de los Recursos	Puntuación Total	Puntuación Máxima	Porcentaje
Políticas administrativas	5	8	62,50%
<b>Total</b>	5	8	62,50%

#### 3.24.1. Interpretación según escala de Likert

Se aplicaron 4 indicadores para la evaluación del componente políticas administrativas, el indicador con puntuación alta es el plan de desarrollo y ordenamiento territorial, el territorio cuenta con un PDOT que es una herramienta importante para el desarrollo de la Provincia de Bolívar y de la parroquia.

Finalmente, los indicadores con puntuación baja son los siguientes: estrategias que estén vinculados al turismo dentro del plan de desarrollo y ordenamiento territorial y plan de desarrollo turístico local, esto muestra que en el PDOT no se mencionan estrategias que vinculen al turismo y en el territorio no existe un Plan de desarrollo turístico local.

Con relación a los resultados mediante la escala de Likert, el componente de políticas administrativas cuenta con una **valoración de 62,50%**, es decir que tiene un nivel de potencialidad alto, es importante destacar que el plan de la provincia Bolívar solo menciona al turismo como una

alternativa económica para las personas que residen en el cantón. Sin embargo, falta propuestas y estrategias que impulsen la actividad del turismo en las parroquias y cantones aledaños, pero si cumple con la normativa y la planificación de territorio que se debería saber pues efectúa a cabalidad con el desarrollo armónico integral de la provincia en general.

### 3.25. Valoración del componente instituciones administrativas

La evaluación de componente instituciones administrativas se realizó a través de la matriz de valoración descrita en el (Anexo HH). A continuación, se muestran los resultados obtenidos en la evaluación.

**Tabla 25**

*Matriz de Valoración del Componente Instituciones Administrativas*

Nombre de los Recursos	Puntuación Total	Puntuación Máxima	Porcentaje
Instituciones administrativas	7	28	25%
<b>Total</b>	7	28	25%

#### 3.25.1. Interpretación según escala de Likert

Se aplicaron 14 indicadores para la evaluación del componente instituciones administrativas, los indicadores con puntuación alta es delincuencia reportada por turista s. Estos nos indica que la parroquia es segura debido a que no se reportados casos de inseguridad.

Los indicadores con valor medio son los siguientes: centro de información, funcionarios en la dirección de turismo, colaboración de instituciones, numero de alianzas con fines turísticos y campanas de protección. El GAD de la provincia de Bolívar deberá incluir en sus futuros proyectos a la parroquia y así también generar alianzas que permitan dar desarrollo a esta parroquia.

Finalmente, los indicadores con valor bajo son: acceso a datos de los agentes encargados, existencia departamentos gerenciales, convenios de investigación, emprendimientos turísticos, estudios de capacidad de carga, políticas de fijación de precios y control de actividades de aventura. Esto nos muestra que la parroquia debe contar con una oficina de turismo que exista personal que se encargue netamente en el desarrollo del turístico de la parroquia.

### 3.26. Matriz general de valoración de los 12 componentes del sistema turístico

Después de haber realizado la evaluación y valoración de los 12 componentes del sistema turístico, los resultados muestran que la parroquia de Guanujo tiene un **32.68%** que eso lo ubica en un nivel bajo de potencialidad, estos resultados reflejan que el territorio evaluado es un lugar que le falta por desarrollarse turísticamente.

Con un nivel alto de potencial turística tenemos a las políticas administrativas debido a que la provincia de Bolívar cuenta con políticas que le permiten regir el cumplimiento de las funciones en la ciudad de Guaranda el cual se lleva a cabo por un comité que se reúne cada 15 días para de esta forma controlar el manejo y difusión a todas las parroquias y cantones aledaños, pues esto se valoró con los indicadores que permitieron determinar el nivel de cumplimiento y colaboración de que tienen las autoridades. Por otra parte, los componentes con un nivel medio son: festividades y eventos, actividades recreacionales, vías de acceso, seguridad, salud, servicios básicos, servicios turísticos y consumidor, este valor se da por que la parroquia si cuenta con festividades y eventos emblemáticos, el problema es que no se les da el valor que se debería como: preocuparse en la adecuación y desarrollo de mayores actividades que permitan alargar la pernoctación en la parroquia.

A las vías de acceso de la parroquia se les debería adecuar con lo que respecta a señalética y mantenimiento de las mismas. En lo que respecta a servicios turísticos la parroquia cuenta con algunos restaurantes, pero carece de hoteles pues esto hace que no se pueda atender al turista como se debería, con lo referente al consumidor Guanujo si presenta un flujo de visitantes tanto de poblaciones locales como turistas de la ciudad de Quito según lo reflejado en las encuestas aplicadas.

Con un nivel bajo tenemos al componente natural, hechos culturales, gastronomía e instituciones administrativas, este valor se da por que la parroquia cuenta con recursos naturales, culturales y gastronómicos, pero estos les falta infraestructura, mantenimiento y adecuaciones. Con lo correspondiente a instituciones administrativas la parroquia no cuenta con una oficina de turismo o sucursales de instituciones que permitan articular y brindar un servicio óptimo a sus pobladores.

Por último, con un nivel bajo está el componente de promoción y comercialización este valor se debe a que la parroquia no cuenta con una promoción y comercialización a nivel local y nacional.

Esto influye negativamente debido a que la parroquia no es muy conocida, además se evidencio que existe información limitada acerca de Guanujo en las páginas oficiales del GAD de Guaranda.

**Tabla 26**

Matriz General de Valoración

N°	Componente	Puntaje	Porcentaje	Nivel de Potencial Turístico				
				Muy alto 81 -100%	Alto 61- 80,99%	Medio 41 60,99%	Bajo 21 40,99%	Muy bajo 0 - 20,99%
1	Natural	79/304	25,99%					
2	Hechos culturales	59/200	29,50%					
3	Gastronómico	133/450	29,56 %					
4	Festividades y eventos	86/210	40,95%					
5	Actividades recreacionales	65/170	38,24%					
6	Vías de acceso	10/22	45,45%					
7	Seguridad, salud y servicios básicos	14/28	50%					
8	Servicios turísticos	27/80	30%					
9	Consumidor	17/30	56,67%					
10	Promoción y comercialización	2/12	16,67%					
11	Políticas administrativas	5/8	62,50%					
12	Instituciones administrativas	7/28	25%					
	<b>Total</b>	<b>504/1542</b>	<b>32,68%</b>					

### 3.26.1. Descripción de los objetivos estratégicos ofensivos y defensivos

Mediante el análisis de la matriz FODA, se desarrolló objetivos ofensivas y defensivas por cada componente, las mismas ayudaron a gestionar y desarrollar estrategias que necesita la parroquia para desarrollarse turísticamente.

**Tabla 27**  
*Matriz Objetivos Ofensivos y Defensivos*

<b>Componente</b>	<b>Objetivos Estratégicos Ofensivos (Fortalezas y Oportunidades)</b>	<b>Objetivos Estratégicos Defensivos (Debilidades y Amenazas)</b>
Natural	-Potencializar turísticamente los atractivos naturales de la parroquia de Guanujo, con ayuda del sector público, privado y Organizaciones de gestión de destino, para buscar alianzas estratégicas que permitan la adecuación y puesta en valor de estos recursos, así como la creación de un producto turístico.	-Generar convenios con entes públicos, privados y OGD que permitan mejorar la infraestructura turística y la conservación de los atractivos de la parroquia. - Recuperar y preservar áreas naturales y aprovechar eficientemente los recursos no renovables.
Componentes hechos culturales	- Posicionar a la parroquia de Guanujo como un sitio especial para el turismo religioso y cultural.	- Promover la conservación y el adecuado uso de los patrimonios culturales, mediante acuerdos y campañas de difusión tanto para el sector público, privado y comunitario
Componente gastronómico	-Gestionar conjuntamente con el GAD de la provincia de Bolívar y el de departamento de turismo actividades como: -Concursos gastronómicos con los platos de la zona para activar a Guanujo. -Desarrollar Capacitaciones para los diferentes operadores de servicio. -Crear un producto gastronómico que nos de esa unicidad frente a los otros destinos.	-Trabajar conjuntamente con el GAD de Guaranda y el departamento de turismo, para promocionar la gastronomía tradicional y ancestral que ofrece la parroquia mediante exhibiciones en ferias, dentro y fuera de la provincia. - Gestionar conjuntamente con el GAD y el sector Privado el mejoramiento de su producto estrella el cual es el hornado mismo que es apetecido por los turistas.
Componente festividades y eventos	- Posicionar a la parroquia de Guanujo como centro de eventos religiosos mediante el apoyo del GAD y de la inversión privada.	-Crear una agenda propia sobre las festividades y eventos que se han identificado en la parroquia de Guanujo, el cual pueda ser publicado en páginas oficial del GAD de la provincia de Bolívar.
Componente actividades recreacionales	-Aprovechar eficientemente las condiciones geográficas del territorio, para la práctica de actividades con el fin de satisfacer las necesidades del turista  -Potencializar el desarrollo del turismo comunitario, senderismo y ecoturismo en las zonas de la parroquia.	-Trabajar conjuntamente con los actores públicos, privados y pobladores para mejorar las actividades recreativas que se realiza en la parroquia. -Implementar mecanismos de apoyo para fomentar la creación de empresas turísticas.
Componente vías de acceso	-Gestionar colectivamente con el GAD de Bolívar y el Ministerio de Obras públicas y Transporte Público, para la implementación de señalización vial y turística más visible principalmente en las carreteras que direccionan al destino.	-Coordinar con el GAD de Bolívar para que ubiquen señalización vial y letreros informativos de los recursos turísticos de la parroquia de Guanujo para que sean más visibles y visitados.

Componente seguridad, salud, servicios básicos, manejo de desechos	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ofrecer servicios de salud de calidad y que sean accesibles para toda la población.</li> <li>-Establecer mecanismos de producción de productos andinos con alto valor nutricional.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Desarrollar Programas de Atención Nutricional.</li> <li>-Capacitar a la población acerca del valor nutricional de los productos que se cultivan en nuestro territorio para incentivar su consumo.</li> </ul>
Componente servicios turísticos	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Trabajar conjuntamente con el departamento de turismo para capacitar a los distintos prestadores de servicios que se encuentran dentro de la parroquia de Guanujo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Realizar convenios con SECAP para capacitar en diferentes áreas a los prestadores de servicio como atención al cliente, BPM, uso de programas de software entre otros.</li> </ul>
Componente consumidor	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Desarrollar distintos productos turísticos innovadores que se enfoquen en la demanda real y potencial. Con el fin de despertar mayor interés en el visitante y atraer un mayor flujo de turistas al territorio.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Generar proyectos donde contemplen nuevas rutas que se puedan visitar con el fin de hacer más actividades recreacionales.</li> <li>-Hacer viajes de familiarización para invitar a operadoras de los cantones d Quito, Ambato y Riobamba para que conozcan la planta turística de la parroquia.</li> </ul>
Componente promoción y comercialización	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Crear una página innovadora que contemple historia tradición recursos calendario de fechas importantes de la parroquia y gastronomía. <a href="https://alejandrapaliz.wordpress.com/">https://alejandrapaliz.wordpress.com/</a></li> <li>- Desarrollar un spot publicitario de Guanujo el cual sea trasmitido por los medios de comunicación como radio televisión.</li> <li>- Generar capacitaciones y charlas continuas al departamento de promoción y comercialización, para actualizarlos en el manejo de programas innovadores.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Elaborar un plan de marketing cantonal, promoción y comercialización a nivel nacional que destaque la importancia de los productos y servicios que esta posee.</li> <li>- Trabajar colectivamente con el GAD y el departamento de turismo para que mejoren y actualicen la promoción de los recursos turístico de la parroquia de Guanujo.</li> <li>-Desarrollar una marca Guanujo y todo el merchandising posible.</li> </ul>
Componentes políticas administrativas	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Adecuar el actual Plan de Ordenamiento y Desarrollo Territorial para que, dentro de este, se establezcan más estrategias vinculadas a la actividad turística. Además, que se incluya una sección que hable de la situación actual turística del territorio.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Ejecutar un plan de desarrollo turístico cantonal, en donde se establezcan diferentes estrategias alcanzables, y exista articulaciones entre el sector público y privado.</li> </ul>
Componente instituciones administrativas	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Gestionar el trabajo conjunto de entidades públicas, privadas y organismos externos, para conseguir más inversiones en proyectos y emprendimientos turísticos para la parroquia de Guanujo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Fortalecer la planificación en la creación de producto y servicios turísticos que brinden experiencia seguras e innovadoras a los turistas, con el involucramiento de otros actores de la comunidad, de la academia y de la empresa privada que deseen invertir en la parroquia.</li> </ul>

### 3.26.2. Explicación de los proyectos y acciones propuestos para este modelo de gestión estratégica

Para el modelo de gestión estratégica se plantea 8 proyectos los cuales están enfocados en mejorar, solucionar y reforzar los elementos del sistema turístico, además estos están de acuerdo a las necesidades actuales que requiere la parroquia. Cada proyecto está conformado por objetivos el mismo que contiene estrategias propuestas en esta investigación. A continuación, se explican estos proyectos.

**Tabla 28**

*Proyectos propuestos para el modelo de gestión estratégica de la parroquia de Guanujo*

Nombre del proyecto	Objetivo	Acciones	Metas	Actores Identificados	Costos	Periodo de Implementación
Estudio, mejoramiento y conservación de las condiciones actuales de los atractivos naturales y culturales de la parroquia.	1. Generar convenios con entes públicos, privados y OGD que permitan mejorar la infraestructura y la conservación de los atractivos. 2. Potencializar los atractivos naturales de la parroquia de Guanujo, con ayuda del sector público, privado.	- Determinar la infraestructura que necesita intervención. - Identificar el grado de intervención del recurso. - Gestionar una reunión con la población y los actores a participar para determinar el financiamiento. - Elaborar un diseño de lo que se quiere hacer en cada uno de estos recursos - Designar a los gestores.	Contar con un plan de manejo sostenible para estos recursos al 2023	Fondo Ítalo Ecuatoriano Prefectura de Bolívar Municipio de Bolívar	\$97.54  \$15.38	12 meses (Reuniones cada 6 meses)
Desarrollo de una propuesta de promoción para fomentar la gastronomía tradicional y ancestral en la parroquia	1. Gestionar conjuntamente con el GAD y el sector privado el mejoramiento de su producto estrella, el hornado. 2. Desarrollar Capacitaciones para los diferentes operadores de servicio.	Promocionar la gastronomía tradicional y ancestral que ofrece la parroquia mediante exhibiciones en ferias, dentro y fuera de la provincia.	Al 2022 el producto gastronómico se ha posicionado como algo referente de Guanujo.	Municipio de Guaranda Departamento de turismo. Representantes de los mercados. Prefectura de Bolívar	\$3.500  \$3000.00	3 meses
Establecer alianzas estratégicas con entidades públicas, privadas y suscribir convenios de cooperación dirigidos al	1. Posicionar a la parroquia de Guanujo como un sitio religioso. 2. - Crear una agenda propia sobre las festividades y eventos que se han identificado en la parroquia de Guanujo, el cual pueda ser publicado en páginas oficial del	- Identificar los espacios, donde se realizarán los talleres para determinar los convenios que se buscan. - Delinear la actividad a realizarse	Al 2021 ser conocidos de forma nacional como un santuario religioso	Curia de Guanujo. Comité de desarrollo Ulpiano Páez Universidad Estatal de Bolívar	\$17.80	10 meses (2 meses cada año)

fortalecimiento de las festividades de la parroquia.	GAD de la provincia de Bolívar.	-Designar al encargado de la actividad -Diseñar la publicidad para la página Oficial.		Municipio de Guaranda			
Garantizar el acceso y disfrute a la práctica de actividades turísticas en la parroquia.	1Potencializar el desarrollo de: turismo comunitario, senderismo y ecoturismo en la parroquia. 2Implementar mecanismos de apoyo para fomentar la creación de empresas turísticas.	-Identificar las posibles actividades que se pueden hacer en la parroquia. -Designar un comité para logística de actividades	Al 2023 se ha realizado el posicionamiento de ciertas actividades.	-Empresa pública y privada. -Comité Desarrollo Ulpiano Páez Prefectura de Bolívar	\$35.00	8meses	
Dotación de infraestructura vial y de colocación de señalética turística.	1.Gestionar colectivamente con el GAD de Bolívar y el Ministerio de Obras Públicas y Transporte Público, para la implementación de señalización más visible principalmente en las carreteras que direccionan al destino. 2Coordinar con el GAD de Bolívar para que ubiquen señalización vial y letreros informativos de los recursos turísticos de la parroquia.	-Definir el tramo donde se desea mejorar. -Pedir al MOP una estructura previa de modelos de solicitudes. -Definir la ubicación del letrero y ruta vial a dar mantenimiento (Vías a intervenir Guanujo – Echeandía de 53.29 Km Salinas –Guanujo 30km Guanujo- Guaranda 5 km)	Al 2022 se ha colocado la señalética turística necesaria, así como el mantenimiento de las carreteras que direccionan al destino.	Prefectura de Bolívar Ministerio de transporte y obras Públicas Municipio de Guaranda	\$193.37	5 meses	
Generar actividades turísticas con la finalidad de alargar la pernoctación del turista.	- Desarrollar proyectos donde contemplen nuevas rutas que se puedan visitar con el fin de hacer más actividades recreacionales. -Hacer viajes de familiarización para invitar a operadoras de los cantones de Quito, Ambato y Riobamba para que conozcan las nuevas rutas.	Clasificar los atractivos. -identificar y definir los atractivos turísticos. -Delinear las actividades. -Armar las rutas que incluyen a los diferentes recursos. - Diseñar la publicidad del paquete turístico.	Al 2022 se realizará 2 rutas turísticas.	Municipio de la provincia de Bolívar Departamento de turismo. Prefectura de Bolívar. Universidad estatal de Bolívar	\$8.920 \$3000.00	10 meses (2 meses en cada año)	
Mejoramiento de la promoción y comercialización de la parroquia.	-Trabajar colectivamente con el GAD y el departamento de turismo para que mejoren y actualicen la promoción de los recursos turístico de la parroquia. - Crear una página	-Identificar y definir los atractivos turísticos -Aumentar la publicidad en las páginas del GAD de Bolívar - Diseñar todo el merchandising.	Al 2024 se ha fortalecido y mejorado la promoción y comercialización de la parroquia.	Prefectura de Bolívar Municipio de la provincia de Bolívar Comité de desarrollo Ulpiano Páez	\$15.00 \$1000.00	10 meses (2 meses en cada año)	



	innovadora que contemple historia tradición recursos de la parroquia y gastronomía.	-Desarrollar un spot publicitario. - Entrega de flyers turísticos - Gira de medios.					
Planificación turística e innovación de productos y servicios turísticos.	-Fortalecer la planificación en la creación de producto y servicios turísticos que brinden experiencia seguras e innovadoras a los turistas.	-Identificar y definir los atractivos turísticos. -Capacitar en el desarrollo de emprendimientos. -Buscar productos que identifiquen y den ese toque de unicidad a la parroquia. -Fomentar el desarrollo de una operadora u oficina turística en Guanaju.	Al 2023 se cuenta con la elaboración de proyectos turísticos para el desarrollo de la parroquia.	Prefectura de Bolívar  Municipio de la provincia de Bolívar  Comité de desarrollo Ulpiano Páez  Universidad Estatal de Bolívar	\$13.400	6 meses	
<b>Inversionistas</b>		<b>Porcentaje</b>					
<b>Empresa pública</b>		15%			\$1109.99		
<b>Empresa privada</b>		85%			\$6289.92		
<b>Total, de inversión</b>		100%			\$7399.90		

**Tabla 29 Cronograma de Actividades**

Cronograma de actividades																											
Actividades	Responsable	Año 1				Año 2				Año 3				Año 4				Año 5				Año 6					
		1° Trimestre	2° Trimestre	3° Trimestre	4° Trimestre	1° Trimestre	2° Trimestre	3° Trimestre	4° Trimestre	1° Trimestre	2° Trimestre	3° Trimestre	4° Trimestre	1° Trimestre	2° Trimestre	3° Trimestre	4° Trimestre	1° Trimestre	2° Trimestre	3° Trimestre	4° Trimestre	1° Trimestre	2° Trimestre	3° Trimestre	4° Trimestre		
<b>Programa 1. Estudio, mejoramiento y conservación de las condiciones actuales de los atractivos naturales y culturales de la parroquia.</b>																											
-Determinar la infraestructura que necesita intervención. - Identificar el grado de intervención del recurso. -Gestionar una reunión con la población y el Comité de desarrollo. -Reunir los requisitos solicitados para hacer el convenio con la OGD. -Elaborar el cronograma de entrega de documentos. -Designar a los gestores que se encargaran de emprender este proyecto.	Prefectura de Bolívar Fondo Ítalo Ecuatoriano. Municipio de Bolívar																										
<b>Programa 2. Desarrollo de una propuesta de promoción para fomentar la gastronomía tradicional y ancestral en la parroquia.</b>																											
-Realizar reuniones con los representantes del municipio, Comité Ulpiano Páez, y representantes Gastronómicos, para potencializar la gastronomía de la parroquia. -Desarrollar alianzas estratégicas con los representantes de las parroquias como: Santa Fe, Salinas, Simiátug San Lorenzo, San Simón y Facundo Vela, para que participen en ferias gastronómicas, capacitaciones y programas.	Municipio de Guaranda Departamento de turismo. Representantes de los mercados. Prefectura de Bolívar																										
<b>Programa 3. Establecer alianzas estratégicas con entidades públicas, privadas y suscribir convenios de cooperación dirigidos a la difusión de las festividades de la parroquia.</b>																											





-Presentación de la propuesta del plan de trabajo a la Junta Parroquial.																											
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

**Figura 12**  
Propuesta del Modelo de gestión estratégica para la parroquia de Guanajujo



## Conclusiones

- El modelo de gestión estratégica del turismo acorde para la parroquia de Guanujo basado en el potencial turístico territorial será aquel que regule planifique y mejore la actividad turística y el desarrollo integral y participativo de los pobladores y actores en la articulación de los procesos de gobernabilidad, desarrollo humano en todas las jurisdicciones territoriales desde las comunidades y parroquias, sin dejar de lado el desarrollo de servicios y producto turístico que permitirán el desarrollo territorial equilibrado de esta parroquia.
- Durante el desarrollo de esta investigación se determinaron los elementos del sistema turístico de la parroquia de Guanujo los cuales reflejaron un nivel bajo. La oferta turística de la parroquia muestra que se destaca por las festividades y eventos que la parroquia tiene en los recursos mencionados en esta investigación, pero eso no lo hace tener potencialidad turística, debido a que se evidencio que falta adecuación y actividades turísticas.
- La demanda turística de la parroquia de Guanujo se considera optima debido a que presenta un flujo de turistas en festividades como las fiestas de San Pedro, debido a la visita de sectores aledaños de la provincia de Bolívar, como Quito que les gusta visitar la iglesia de Guanujo debido a que se convirtió en santuario diocesano y les mueve mucho la fe.
- En la parroquia no existe una estructura que apoye a la comercialización turística como son: tour operadores y agencias de viaje, mientras que con lo que respeta a promoción que realiza el GAD de la provincia de Bolívar es muy básico y no tiene un gran alcance en el mercado turístico, por lo que se debe considerar realizar convenios con agencias de viajes o mejorar la publicidad de la misma.
- Existe una normativa en general que rige a la provincia, pero esta no se cumple a cabalidad, esto puede ser un punto negativo para la administración de la parroquia. Por otro lado, el apoyo que recibe la parroquia de entidades públicas y privada es mínimo, es por eso que necesita de una OGD (Organización de gestión de destinos) para desarrollarse turísticamente.

Además, con el análisis de todos estos elementos del sistema turístico la parroquia por sí misma no podría ser un destino turístico, puede ser mejor un lugar estratégico debido a su ubicación geográfica, que se le podría aprovechar anclándole con otras parroquias, como un punto referencia a visitar o incluirle en una ruta que contemple toda la provincia Bolívar.

- La evaluación de los 12 componentes ha determinado la realidad turística de la parroquia de Guanujo, cuyo resultado visualiza un 32.68% ubicándole en un nivel bajo, a pesar que esta cuenta con atractivos turísticos no posee una adecuación y planificación territorial que le acceda administrar correctamente estos recursos. Por lo tanto, la elaboración del modelo de gestión estratégica asistirá como un instrumento que se basa en su realidad, para dar estrategias técnicas que van a gestionar y ayudar a mejor esta zona.
- Para el desarrollo del sistema turístico se elaboraron estrategias y lineamientos en base a la matriz FODA y en función de los 12 componentes, posterior a ello se calificó en un rango de 1 a 5 dando como resultado los objetivos ofensivos y defensivos, la cual permitirá el desarrollo de la actividad turística articulando convenios con el sector público y privado, la academia y los diferentes prestadores de servicio de la parroquia. Las estrategias y lineamientos que pueden llevar a la parroquia a una mejora turística son: la creación de una dirección de turismo que permita gestionar el desarrollo de la actividad turística, la elaboración de un plan de marketing turístico y la creación de un centro de información turística.
- Los proyectos y acciones estratégicas del modelo gestión son una alternativa para la interacción con los actores involucrados de forma directa e indirectamente en sectores como turismo, cultura, gastronomía y convenios; acordes a las necesidades de la oferta y demanda diseñados conforme a la realidad de la parroquia y sus pobladores.



## Recomendaciones

Al Gobierno autónomo descentralizado de la provincia de Bolívar:

- Se propone la implementación de una oficina de turismo la misma puede estar ubicada en la casa artesanal de la parroquia, la cual contemple a personal en área de turismo o carreras afines que faciliten información a través de flyer o agendas turísticas, así como de guianza turística con el fin de que puedan conocer la historia, gastronomía, cultura, rutas, lugares a visitar y tradición de la parroquia.
- Se sugiere que el GAD de la provincia de Bolívar se preocupe más por las necesidades de la parroquia como la adecuación de ciertas áreas, implementación de basureros, podado de jardines, apoyar a la generación de actividades turísticas entre otras, Así como también se deberá mejorar y ampliar la información que se expone sobre Guanujo en los diferentes medios de Publicidad.
- Realizar convenios o alianzas con el sector público y privado para optimizar la inversión en proyectos de accesibilidad y facilidades turística que permitan el crecimiento turístico de la parroquia.

A la población local de la parroquia de Guanujo

- Generar proyectos y actividades turísticos con el apoyo del Comité de desarrollo Ulpiano Páez y otras parroquias.
- Participar en actividades realizadas por el GAD de la provincia de Bolívar como: Ferias, Festivales y migas.
- Proponer y apoyar el surgimiento de nuevos emprendimientos que se den en la parroquia, con el fin de trabajar corporativamente y empoderar a todo el pueblo de Guanujo en la generación de este tipo de negocios.

Al Ministerio de turismo y Ministerio del Ambiente

- Proponer la verificación de todos los establecimientos turísticos que tengan su licencia de funcionamiento y los permisos correspondientes.

- Diseñar un plan de manejo ambiental para el río Salinas y Mailona, con el fin de conservar estos recursos preciados de la parroquia.

#### A la academia

- Motivar el desarrollo de trabajos investigativos en la conservación y mantenimiento de los recursos turísticos de la parroquia en base a la sostenibilidad y puesta en valor de los mismos. Así como también que la academia participe en: talleres turísticos y guianza para que aporten y ayuden al desarrollo de la zona.

#### Al Comité de desarrollo Ulpiano Páez

- Proponer el desarrollo de actividades turísticas con el apoyo de los pobladores y cualquier ente gubernamental que dese gestionar actividades turísticas, con el fin de dar actividades nocturnales y de fines de semana para activar las visitas a Guanujo como: presentaciones artísticas, danzas, exposiciones teatrales, dramatizaciones de personajes ilustres de Guanujo y festivales.

## BIBLIOGRAFÍA

- Arce, J.** (2015). Decadencia y auge de las identidades. Cultura nacional, identidad cultural y modernización. México, El Colef / Plaza y Valdés
- Asociación de Chefs del Ecuador.** (05 de noviembre de 2015).Chigüiles Obtenido de:<https://chefs.ec/chiguiles/>
- Asociación de Chefs del Ecuador .** (19 de Mayo de 2018).Quimbolitos Obtenido de <https://chefs.ec/quimbolitos/>
- Bernal, C.** (2010). *Metodología de la Investigación*. Pearson.
- Blanco, M.** (2014). *Guía para la formulación de planes de desarrollo turístico en territorios rurales* (M. Blanco & W. Heinrichs (eds.). Fondo Concursable para la Cooperación Técnica (FonCT). Obtenido de [https://www.researchgate.net/publication/301699597\\_Guia\\_para\\_la\\_formulacion\\_de\\_planes\\_de\\_desarrollo\\_turistico\\_en\\_territorios\\_rurales](https://www.researchgate.net/publication/301699597_Guia_para_la_formulacion_de_planes_de_desarrollo_turistico_en_territorios_rurales)
- Boullón, R.** (2006a). Espacio turístico y desarrollo sustentable. *APORTES y Transferencias*, 2, 17–24. Obtenido de:<https://doi.org/10.1088/0264-9381/25/4/045017>
- Boullón, R.** (2006b). *Planificación del Espacio Turístico* (Trillas).
- Botanipedia.** *Semillas y Esporas.* Obtenido de: [https://www.botanipedia.org/index.php?title=SEMILLAS\\_Y\\_ESPORAS#:~:text=Los%20hechos%20y%20colas%20de,reproducen%20por%20medio%20de%20esporas.](https://www.botanipedia.org/index.php?title=SEMILLAS_Y_ESPORAS#:~:text=Los%20hechos%20y%20colas%20de,reproducen%20por%20medio%20de%20esporas.)
- Burgos, E.** (2019). *Perspectiva jurídica de la planificación territorial en la provincia de Huelva*. España:Publicaciones Jovellanos .
- Burbano,A.** (2011). Manual Básico para Agentes de Desarrollo Local y otros actores.Málaga, España.

- Cabanilla, E.** (2013a). *Manual integral de trabajo de campo, con un enfoque participativo, en lo social, Espacial y Economico, para la determinacion potencial de la relacion comunidad/ turismo* (pp. 17–232). Academia.edu/.
- Cabanilla, E.** (2013b). Turismo comunitario. Del Diagnóstico al Plan de Negocios. Obtenido de [https://www.academia.edu/4594282/Turismo\\_comunitario.\\_Del\\_diagnóstico\\_al\\_plan\\_de\\_negocios](https://www.academia.edu/4594282/Turismo_comunitario._Del_diagnóstico_al_plan_de_negocios)
- Di Pietro Paolo, L.** (2014). Hacia un desarrollo integrador y equitativo: una introducción al desarrollo local.
- Fuentes, T., & Cardozo, L.** (2011). Análisis de tres modelos de planificación estratégica bajo cinco principios del pensamiento complejo. *Redip*, 1(2), 17. <http://redip.bqto.unexpo.edu.ve>
- Gastronomia & Cía.** (17 de 03 de 2008). Historia de los buñuelos. Obtenido de <https://gastronomiaycia.republica.com/2008/03/17/historia-de-los-bunuelos/>
- Gastronomia.** (22 de 01 de 2019). Pajaro Azul. Obtenido de <https://ecuador.gastronomia.com/noticia/8601/salud-por-ecuador-pajaro-azul>
- Gobierno Autonomo Descentralizado de Bolívar.** (2015). Plan de desarrollo y Ordenamiento Territorial. Obtenido de : [http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL\\_SNI/data\\_sigad\\_plus/sigadplusdocumentofinal/0260000170001\\_PDOT%20BOLIVAR%202015\\_02-09-2015\\_12-08-14.pdf](http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/0260000170001_PDOT%20BOLIVAR%202015_02-09-2015_12-08-14.pdf)
- Gobierno Autonomo Descentralizado de Bolívar.** (2020). Actualización del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial. Obtenido de: [http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL\\_SNI/data\\_sigad\\_plus/sigadplusdiagnostico/PDOT\\_GUARANDA\\_ACTUALIZACION\\_PORTAL Borrador\\_14-11-2014.pdf](http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdiagnostico/PDOT_GUARANDA_ACTUALIZACION_PORTAL Borrador_14-11-2014.pdf)
- Gobierno Autonomo Descentralizado de Bolívar.** (29 de Marzo de 2020). Alcaldía de Guaranda, Datos Importantes. recuperado de: <http://www.guaranda.gob.ec/newsiteCMT/datos-importantes/>

- Go Raymi.** (29 de 08 de 2020). Laguna Las Cochas, Puricocha y Patococha: Obtenido de <https://www.goraymi.com/es-ec/bolivar/guaranda/lagunas/laguna-cochas-puricocha-patococha-a3wrou7kr>
- Go Raymi.** (15 de 08 de 2020). El Arenal en Guaranda .Obtenido de <https://www.goraymi.com/es-ec/bolivar/guaranda/agroturismo-ecoturismo/arenal-guaranda-a3vzgtbef>
- GoRaymi.** (2017). Cuy Asado con Papas. Obtenido de <https://periodismocultural2017.wordpress.com/2017/07/03/el-cuy-con-papas-plato-tipico-de-loja/>
- Guillén, C., & Quesada, Y.** (2011). Focus groups: técnica de investigación cualitativa en investigación de mercados. *Ciencias Económicas*, 29(1), 545–554.
- Gutiérrez, M., & Pérez, A.** (2014). Métodos para el análisis del potencial turístico del territorio rural. *Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas*, 1729-1740.
- Guarandatvbolivar** (12 de Octubre del 2-016). Patococha un lugar con Posibilidades Turísticas [Video]. Obtenido de [https://www.youtube.com/watch?v=\\_umuHTbcl9Q&t=3s](https://www.youtube.com/watch?v=_umuHTbcl9Q&t=3s)
- Guarandatvbolivar** (29 de abril 2019). Murales en la Unidad Educativa Vicente Rocafuerte. [ Video]. Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?v=AIoxlkdRt8Y>
- Hinozoja Valdivieso, Y. V., & Medina Curimilma, T. D.** (2019). Estudio de las motivaciones de ocio de los residentes en las parroquias rurales de Quito (Ociotipos). Universidad Central del Ecuador, Quito.
- Ibarra, O** (2018). Turismo comunitario para impulsar el desarrollo local en la organización “unión y progreso” del sector norte de la parroquia Guanujo, cantón Guaranda, provincia bolívar, periodo 2018. In *Economía*. Pontificia Universidad Católica del Ecuador.
- Jáuregui, C** (2013). *Proyecto de Factibilidad para la Implementación de un plan Turístico Rural en los Páramos de la Parroquia Guanujo, Cantón Guaranda, Provincia de Bolívar*. Universidad Politécnica Salesiana Sede Quito.

- León, L., & Gonzáles, L.** (2016). *El turismo de la parroquia san pedro de Guanujo, cantón Guaranda, provincia de bolívar, como sustento económico de la población en el año 2015* [Universidad Nacional de Chimborazo]. <http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/1381/1/UNACH-EC-AGR-2016-0002.pdf>
- Marrero, M.** (2016). Términos Hoteleros , Turísticos Y Relacionados. In *Glosario de Términos Hoteleros, Turísticos y Relacionalos*. M. Marreno (pp. 3–154).
- Mella, O.** (2000). Grupos focales (“ focus groups ”). *Técnica de Investigación Cualitativa* (pp. 2–27). Publicado como Documento de Trabajo N° 3.
- Molina, E., & Cabanilla, E.** (2015). *Posicionamiento de destino Turísticos: propuesta de modelo de gestión territorial*. 2–10.
- Monterroso, I.** (2014). *Desarrollo Local Sustentable*. 25. [http://www.conectadel.org/wp-content/uploads/2019/10/11-Desarrollo-Local-Sustentable-PERT-Iliana\\_FD-VF.pdf](http://www.conectadel.org/wp-content/uploads/2019/10/11-Desarrollo-Local-Sustentable-PERT-Iliana_FD-VF.pdf)
- Núñez.D.**(2000). *Guanujo ayer, hoy y siempre*. Guanujo - Guaranda: Consejo Municipal de Guaranda.
- Orozco,M & Tonato,M.** (2018). *Estudio de las motivaciones de ocio de los residentes en Quito. OCIO TIPOS*. Universidad Central del Ecuador.
- Ordóñez, L., Aguirre, N., & Hofstede, R.** (2001). Sitios de recolección de semillas forestales andinas del Ecuador. In *PUJÍN, Hesperomeles ferruginea* (Editorial, p. 40). ECOPAR.
- Quijano, C.** (2009). *Manual para el Diagnóstico turístico local / Guía para planificadores* . Guayaquil: Escuela Superior Politecnica del Litoral. Obtenido de la planificación turística y sus enfoques. disponible:<http://unrn.edu.ar/blogs/pt/files/2013/03/6-Ricaurte09-GuiaPlanTuris-ver-fichas-al-final-post-2007.pdf>
- Ramírez, R.** (2015). *Evaluación del Potencial en Municipios turisticos a través de metodologías participativas*.

- Reinoso, N.** (2017). Modelo de gestión para fomentar el desarrollo turístico de las comunidades manabitas, Ecuador. *Revista de Cultura e Turismo*, 11(2), 81–108.
- Registro Oficial N° 449.** (2008) Asamblea Nacional. Constitución de la República del Ecuador.obtenido de : [https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4\\_ecu\\_const.pdf](https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf)
- Registro Oficial N° 983.** (2017). Código Orgánico del Ambiente. Quito, Ecuador. Obtenido de: <https://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/09/Codigo-Organico-del-Ambiente.pdf>
- Registro Oficial Suplemento N° 303.** (2018). Código Orgánico de Organización Territorial. Quito, Ecuador. Obtenido de: <https://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/11/Codigo-Organico-de-Organizacion-Territorial.pdf>
- Registro Oficial N° 733.** Reglamento General a la Ley de Turismo del Ecuador. Obtenido de : <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/03/LEY-DE-TURISMO.pdf>
- Roselló, E.** (2017). Análisis del potencial turístico de un destino. *Publicaciones Didácticas*, 87.
- Sampieri et al.** (2014). Metodología de la investigación (6ta Edición ed.). México
- Santamaría, C. P., Coronel, D., Verdugo, K., Paredes, M. F., Yugsi, E., & Huachi, L.** (2012). La granja: revista de ciencias de la vida. *Estudio Etnobotanico Del Mortiñp (Vaccinium Floribundum) Como Alimento Ancestral y Potencial Alimento Funcional*, 16(2), 5'13.
- Segura, W.** (2007). Monografías de la parroquia urbana de Guanujo, Cantón Guaranda - Rrov.Bolívar. Guanujo - Guaranda -Ecuador: Imprenta San Pedro.
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo.** (2017). Plan Nacional de Desarrollo 2017 - 2021, Toda Una Vida. Quito - Ecuador.
- Torres, A.** (1994). *La cascarilla*. Quito Ecuador. Obtenido de: <https://biblio.flacsoandes.edu.ec/catalog/resGet.php?resId=44227>

**Torres, M.** (2016). *Desarrollo de un Modelo de Gestión para potenciar el Sector Turístico Comunitario Rural Departamento de Investigación y Postgrados Abril 2016.*

**Zimmer, P., & Grassmann, S.** (1996). *Evaluar el Potencial Turístico de un Territorio. España.*




## **ANEXOS**

### **Los 12 Componentes de la parroquia de Guanujo**

- 1. Natural**
- 2. Hechos culturales**
- 3. Gastronomía**
- 4. Festividades y eventos**
- 5. Actividades recreacionales**
- 6. Vías de acceso**
- 7. Seguridad, salud, servicios básicos**
- 8. Servicios turísticos**
- 9. Consumidor**
- 10. Promoción y comercialización**
- 11. Administrativas**
- 12. Instituciones administrativas**


**ANEXO A EJEMPLO DE ALGUNAS FICHAS QUE SE USÓ PARA EL LEVANTAMIENTO DE RECURSOS DE GUANUJO**

<b>LEVANTAMIENTO DE ELEMENTOS DEL SISTEMA TURÍSTICO DE LA PARROQUIA GUANUJO</b>	
Ficha de observación N° 1	
<b>DATOS DEL PROYECTO:</b> Sistematizar los 12 componentes del sistema turístico del territorio, como aporte a un diagnóstico integral.	
<b>OBJETIVO DE LA OBSERVACIÓN:</b> Diagnosticar la factibilidad del atractivo turístico Seleccionado	
<b>ÁREA DE OBSERVACIÓN:</b>	<b>COMPONENTE NATURAL</b>
LAGOS, LAGUNAS	 <p style="text-align: center;"><b>Fuente:</b> Lago las cochas [ Fotografía] Páliz, J. (2020)</p>
Lugar visitado	<b>Lago las Cochas</b>
¿Dónde nace, de donde se formó, tiene leyenda o historias conexas?	“Este lago nace por dos lagunas naturales denominadas Patococha (laguna de los patos) y Puricocha (laguna o agua que anda. Se encuentra a 7 minutos de Guanujo” (Go Raymi, 2020)
¿Cuáles son sus dimensiones aproximadas de tamaño o forma?	Tiene una superficie aproximada de 5.000 metros cuadrados cada una, pero ambas se encuentran en una extensión de aproximadamente 8 hectáreas separadas entre ellas por unos 1500 metros.
¿Cómo se aprecia la calidad del agua, aire del lugar?	El agua es limpia y el aire que se respira es fresco propio de la zona. Se aprecia un lugar limpio y con algunas actividades a realizar.
Describe el paisaje circundante del Lugar	Está rodeada por árboles y bosque, así como de animales de la zona como: patos y caballos.
Describe que actividades realiza la Comunidad en el lugar	Se realiza caminatas, ejercicio, montar a caballo, subirse a los botes, jugar futbol y básquet. Además, se puede disfrutar de la gastronomía del sector, cuenta con piscina y sauna, turco e hidromasaje.
Describe si hay infraestructura Como: senderos, miradores, Paradores	En este lugar se puede realizar algunas actividades como jugar básquet, Ecuaboli, cabalgata, caminatas y recorrer la laguna con la bicicleta. Cuenta con senderos, miradores y paraderos de comida
Posibles cambios o soluciones. (como puede ser mejorado)	Impulsar más actividades turísticas.


*Fichas que se usó para el levantamiento de información*

<b>LEVANTAMIENTO DE ELEMENTOS DEL SISTEMA TURÍSTICO DE LA PARROQUIA GUANUJO</b>	
Ficha de observación N.º 2	
<b>DATOS DEL PROYECTO:</b> Sistematizar los 12 componentes del sistema turístico del territorio, como aporte a un diagnóstico integral.	
<b>OBJETIVO DE LA OBSERVACIÓN:</b> Diagnosticar la factibilidad del atractivo turístico Seleccionado	
<b>ÁREA DE OBSERVACIÓN:</b>	<b>COMPONENTE CULTURAL</b>
Casas históricas <b><u>Casa artesanal Felisa Egüés</u></b>	 [ Fotografía] Páiz, J. (2020)
¿Cuál es su toponimia?	<b>Casa Artesanal</b>
¿Dónde nace, de donde se formó, tiene leyenda o historias conexas?	La casa artesanal es un inmueble patrimonial que tiene más de un siglo de existencia donde antes funcionaba el antiguo registro civil y cedulação de Guanujo.
¿Cuáles son sus dimensiones aproximadas de tamaño o forma?	Doce metros de frente por 30 de fondo, es una casa de dos plantas.
¿Cómo se aprecia la calidad del ¿Agua, aire del lugar?	Esta casa se remodelo en el 2018 a cargo del Arq. Gilbert Silva. Donde se exponen las imágenes de autoridades reconocidas y representantes de la fiesta de San Pedro y de la parroquia de Guanujo. Cuenta con todos los servicios básicos, así como del cuidado y mantenimiento por parte del Comité de Desarrollo Ulpiano Páez.
Describe el paisaje circundante del Lugar	Está ubicada en plena esquina junto al parque de Guanujo, se encuentra rodeada por casas coloniales la Iglesia y el parque central de Guanujo.
Describe que actividades realiza la Comunidad en el lugar	Se realiza actividades culturales y programas como: a) Proclamación de la reina y chagras del año y chagra bonita b) Se realiza eventos culturales por las festividades de San Pedro de Guanujo. c) También es utilizado para realizar las reuniones del comité Ulpiano Páez de la Parroquia de Guanujo. d) Se utiliza también para realizar bailo terapia y repasos de danzas.
Describe si hay infraestructura Como: senderos, miradores, Paradores	No se observa senderos
Posibles cambios o soluciones. (como puede ser mejorado)	Proponer más actividades turísticas con el fin reavivar esta casa patrimonial.

*Fichas que se usó para el levantamiento de información*

<b>LEVANTAMIENTO DE ELEMENTOS DEL SISTEMA TURÍSTICO DE LA PARROQUIA GUANUJO</b>			
<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N°3</b>			
<b>DATOS DEL PROYECTO:</b> Sistematizar los 12 componentes del sistema turístico de la Comunidad, como aporte a un diagnóstico integral.			
<b>OBJETIVO DE LA OBSERVACIÓN:</b> Diagnosticar la factibilidad del atractivo turístico Seleccione el elemento a diagnosticar			
<b>ÁREA DE OBSERVACIÓN:</b>		<b>COMPONENTE GASTRONÓMICO</b>	
<b>Comidas locales</b>			
Lo que debo recopilar de los lugares Visitados	<b>Chigüiles</b>	<b>Fritada</b>	<b>Hornado</b>
¿Cuál es su toponimia?	Hace referencia a su envoltura que se parece mucho a la manera en la que envolvían a los recién nacidos y estos eran llamados “guaguas chigüis” o “chigüilitos”.	Es un plato típico de la parroquia sus orígenes se remontan en la época colonial española y principios de los años 1800.	Su nombre que proviene de la palabra "hornear", es un plato típico de la parroquia que se lo come en carnaval y festividades de la parroquia de Guanujo
¿Dónde nace, de donde se formó, tiene leyenda o historias conexas?	Es un plato típico de la provincia de Bolívar.	El origen de la fritada se remonta a la época de la colonia, con la llegada de los españoles en 1800 se incorpora la carne de cerdo a la cocina nativa y los indígenas acompañaron esta carne con mote papas y productos que se encontraban en la zona.	La historia del hornado empieza en el siglo XVI. Es un plato típico, que nació de una tradición europea. En América no había cerdos, pero los españoles los trajeron. Ellos empezaron a preparar en los hornos de leña la carne de cerdo.

*Fichas que se usó para el levantamiento de información*

LEVANTAMIENTO DE ELEMENTOS DEL SISTEMA TURÍSTICO DE LA PARROQUIA GUANUJO			
FICHA DE OBSERVACIÓN N°4			
DATOS DEL PROYECTO: Sistematizar los 12 componentes del sistema turístico de la Comunidad, como aporte a un diagnóstico integral.			
OBJETIVO DE LA OBSERVACIÓN: Diagnosticar la factibilidad del atractivo turístico Seleccione el elemento a diagnosticar			
ÁREA DE OBSERVACIÓN:		COMPONENTE FESTIVIDADES Y EVENTOS	
Festivales étnicos Eventos musicales Fiestas religiosas Torneos deportivos Congresos y seminarios Concursos, bienales			
Lo que debo recopilar de los lugares Visitados	<b>Fiestas de San Pedro</b> <b>Fiesta religiosa</b>	<b>Vertiente de Tomabela</b> <b>Fiesta del inti Raymi</b>	<b>Torneo Deportivos</b>
¿Cuál es su toponimia?	Desde muchísimos años atrás se celebra esta fiesta religiosa debido a la fe, devoción y entusiasmo de los fieles hacia su Patrono, San Pedro, que creen que milagrosamente derrama muchas bendiciones en la agricultura y es costumbre comentar, que, si no se realiza la fiesta debidamente y con la corrida de toros, no habrá papas en la cosecha.	Esta piedra colocada en el barrio Tomabela esconde una vieja tradición andina la fiesta del sol o Inti Raymi. Cuentan los pobladores que en este lugar la gente sabia madrugar para lavar la ropa de sus familias, bañarse y llevar agua para sus hogares.	Históricamente se realizaba torneos barriales los cuales están conformados por padres hijos nietos primos y vecinos de los diferentes barrios de la parroquia.  Estos torneos dejaban volar la creatividad tanto en los nombres como la creación de uniformes.
¿Dónde nace, de donde se formó, tiene leyenda o historias conexas?	Esta festividad Inicia cada 20 de junio de cada año hasta el 20 de julio.	Nace en el barrio Tomabela, en la actualidad en su centro hay una piedra grande, que antes servía para dar de beber agua al ganado, posee un tanque que recoge agua que llega de las vertientes de la parroquia.	Se da con el fin de vincular a los jóvenes y entes públicos y privados para que participen en torneos deportivos y así activar el deporte en la parroquia.
¿Cuáles son sus dimensiones aproximadas de tamaño o forma?	Las fiestas tradicionalmente provienen de costumbres netamente religiosas, y la organización está a cargo del comité de desarrollo Ulpiano Páez.	En la actualidad se encuentra colocado una piedra, como símbolo de agradecimiento y gratitud de los pueblos andinos que ofrece a la pacha mama por la bondad de haber permitido una buena producción y cosecha de productos.	Guanujo cuenta con clubes deportivos como: Club – Loa Ases Club-Atlético – San Pedro Club- cosmos Club -UDG
¿Cómo se aprecia la calidad del ¿Agua, aire del lugar?	El aire es limpio	El aire es limpio y su agua también	Sus cachas se encuentran en buen estado.
Describe el paisaje circundante del Lugar	Está rodeado por casas Coloniales.	Esta rodea por un paisaje natural cálido.	Está rodeado por casas coloniales 3 canchas y juegos infantiles
Describe que actividades realiza la	Pase de la chamiza	Se realiza una ceremonia de gratitud y se coloca rosas	Juegan Básquet, Fútbol, Ecuaboli.




Comunidad en el lugar	Actividades culturales y artísticas en conmemoración a las festividades de San Pedro, así como el paseo del chagra.	alrededor del símbolo del Inty Raymi.	
Describe si hay infraestructura Como: senderos, miradores, Paradores	Hay infraestructura	Cuenta con Infraestructura, pero falta la implementación de senderos y miradores.	Hay infraestructura Tiene paradores
Posibles cambios o soluciones. (como puede ser mejorado)			

### Fichas que se usó para el levantamiento de información

LEVANTAMIENTO DE ELEMENTOS DEL SISTEMA TURÍSTICO DE LA PARROQUIA GUANUJO						
FICHA DE OBSERVACIÓN N°5						
<b>DATOS DEL PROYECTO:</b> Sistematizar los 12 componentes del sistema turístico de la Comunidad, como aporte a un diagnóstico integral.						
<b>OBJETIVO DE LA OBSERVACIÓN:</b> Diagnosticar la factibilidad del atractivo turístico Seleccione el elemento a diagnosticar						
ÁREA DE OBSERVACIÓN:		COMPONENTE ACTIVIDADES RECREACIONALES DE LA PARROQUIA				
Ciclismo Ciclismo de montaña Montar a caballo Danza, Pintura, canto Observación de aves Rafting Natación Senderismo Fútbol, voleibol Montañismo Pesca						
Lo que debo recopilar de los lugares Visitados	<b>Ciclismo de montaña y ciclismo normal</b>	<b>Natación</b>	<b>Caminatas</b>	<b>Montar a Caballo</b>	<b>Básquet, Futbol y Ecuaboli</b>	
¿Lo he fotografiado o tengo Respaldos visuales?	X	X	X	X	X	
¿Cómo se desarrollan?	Se puede hacer diferentes rutas: como caminar a las Cochas, realizar senderismo en la Loma dulce, realizar ciclismo en la ruta a Patococha, Salinas y Guaranda es una actividad muy	Esta actividad se realiza en las piscinas que tiene el lago las Cochas. A qui disfrutas de los recursos que tiene como hidromasaje, turco, sauna, polar, baños de cajón. Es decir, pasar un	Se hace recorridos o caminatas desde Guanujo hasta las Cochas y mientras caminas puedes disfrutar de la belleza natural que hay, o visitar el camino de los molinos y así conocer un poco más de la historia de Guanujo.	Es una actividad que se realiza en las Cochas o también lo puedes hacer en la plaza de toros, Además hay mucha gente que aún lo utiliza como medio de transporte en la parroquia.	En la parroquia de Guanujo la población le gusta realiza actividad física como básquet y futbol pues esto lo practican tanto en la Plaza Cordobés y en las canchas que encuentren.	



	recreativa para los amantes del deporte.	momento agradable y relajado.			
Describe si estas actividades están Presentes en la vida comunitaria	Algunos pobladores lo realizan los fines de semana.	Muy poco	Se desarrollan con continuidad.	Se utiliza para llevar a turistas y como medio de transporte en las zonas alejadas de la parroquia.	Se desarrollan con continuidad.
Describe si hay infraestructura Específica para estas festividades y Eventos	Falta de Infraestructura	Si cuenta con los recursos y la infraestructura es utilizada para las festividades y programas de Guaranda.	Si hay infraestructura	Estos ejemplares participan cada año en el desfile del pase del Chagra, se lo realiza en las calles de la parroquia.	Si cuenta con los recursos
Posibles cambios o soluciones. (como puede ser mejorado)					

### Fichas que se usó para el levantamiento de información

LEVANTAMIENTO DE ELEMENTOS DEL SISTEMA TURÍSTICO DE LA PARROQUIA GUANUJO			
FICHA DE OBSERVACIÓN N°6			
<b>DATOS DEL PROYECTO:</b> Sistematizar los 12 componentes del sistema turístico de la Comunidad, como aporte a un diagnóstico integral.			
<b>OBJETIVO DE LA OBSERVACIÓN:</b> Diagnosticar la factibilidad del atractivo turístico			
<b>ÁREA DE OBSERVACIÓN:</b>		<b>COMPONENTE VÍAS DE ACCESO</b>	
<p>¿La Parroquia cuenta con accesos Terrestres, fluviales, férreos, marítimos, ¿aéreos? Terrestre</p> <p>Dibuje con la parroquia las vías Existentes con su distancia desde una Ciudad grande y desde el aeropuerto Internacional más cercano</p> <p>¿Cuáles son las condiciones generales de ¿Estas vías? (congestionadas, escénicas, Seguras, con buena señalización, con buen Mantenimiento, con paraderos)</p> <p>¿llega transporte público? Investigue Horarios, costos, rutas</p> <p>¿hay lugares para parqueo o atracadero</p> <p>¿de transportes grandes, medianos y pequeños?</p> <p>¿Qué servicios de transportación se encuentran dentro del área? Buses, taxis, Bote, bicicletas, caballos, otros</p>		  	
Lo que debo recopilar de los lugares Visitados	<b>Transporte interprovincial</b>	<b>Transporte Servicio Urbano</b>	<b>Cooperativa de camionetas 12 de junio</b>
¿Lo he fotografiado o tengo respaldos visuales?	X	X	X
¿Cuál es su ruta?	Quito-Guaranda Guaranda – Quito Guaranda-Babahoyo Guayaquil- Babahoyo	Guanujo – Guaranda Guaranda – Guanujo	Guanujo – Guaranda Guaranda – Guanujo O cualquier otro lugar

	Guaranda Echandía		
Descríbala desde la ciudad de origen y Desde un aeropuerto.	Terminal terrestre de Guaranda	Diferentes paradas de la parroquia	Diferentes paradas de la parroquia
Describe el estado de las vías de Acceso, los principales puntos que Atraviesa y sus contenidos turísticos	-Se encuentra en buen estado. -La vía de Echandía necesita mantenimiento debes en cuando.	-Se encuentra en buen estado las vías. - Te puede acerca a los diferentes recursos turísticos como el lago las cochas.	-Se encuentra en buen estado las vías.
Describe el estado de señalización	Escasa	Poca	Si hay
Describe si hay servicios para uso Turístico en la vía de acceso (alimentos y bebidas, centros de Abasto, alojamientos, estaciones de Servicio)	En el trayecto se ve gasolineras, restaurantes y centros de alimentos y bebidas	En el trayecto se ve gasolineras, restaurantes y centros de alimentos y bebidas	En el trayecto se ve gasolineras, restaurantes y centros de alimentos y bebidas y alojamiento




### *Fichas que se usó para el levantamiento de información*

<b>LEVANTAMIENTO DE ELEMENTOS DEL SISTEMA TURÍSTICO DE LA PARROQUIA GUANUJO</b>	
<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 5</b>	
<b>DATOS DEL PROYECTO:</b> Sistematizar los 12 componentes del sistema turístico de la Comunidad, como aporte a un diagnóstico integral.	
<b>OBJETIVO DE LA OBSERVACIÓN:</b> Diagnosticar la factibilidad del atractivo turístico	
<b>ÁREA DE OBSERVACIÓN:</b>	<b>COMPONENTE SEGURIDAD, SALUD, SERVICIOS BÁSICOS, MANEJO DESPERDICIOS</b>
<p>¿La parroquia cuenta con un centro de Emergencias médicas? Si</p> <p>¿Accidentes de mayor complejidad donde se los trata? Al hospital de Guaranda Alfredo Noboa Montenegro</p> <p>¿Cuál es la calidad de este servicio para la parroquia? Bueno</p> <p>¿Hay un plan de seguridad de riegos? Se Desconoce</p> <p>¿Cómo se atienden emergencias de Incendios, robos, accidentes, catástrofes? Hay que llamar a los bomberos de la ciudad de Guaranda</p> <p>¿Qué tipo de agua cuenta la comunidad para su uso? Agua Potable propia de la parroquia</p> <p>¿Es suficiente? Si</p> <p>¿Qué calidad se percibe? Pura</p> <p>¿Qué tipo de suministro de energía cuenta la parroquia? Luz publica</p> <p>¿Está en funcionamiento continuo? si</p> <p>¿Satisface las necesidades? Si</p> <p>¿Existe comunicación telefónica? ¿cómo Funciona? Telefonía de CNT</p> <p>¿Existe conexión a internet? Fibra óptica</p> <p>¿Cómo funciona? Fibra óptica</p> <p>¿Cómo se tratan dos desechos y desperdicios del área? ¿hay un programa? Es manejado por GAD de la Provincia de Bolívar</p>	<p>UPC- Atandagua-Guanujo</p>  <p>Sub Centro de Salud – Guanujo</p>  <p>Institución: Vicente Rocafuerte</p>






¿Existen servicios educativos? ¿cómo accede la comunidad a estos? Si escuelas y colegios			
Lo que debo recopilar de los lugares Visitados	<b>UPC -Atandagua-Guanujo</b>	<b>Sub Centro de Salud Guanujo</b>	<b>Institución educativa Vicente Rocafuerte</b>
¿Lo he fotografiado o tengo respaldos visuales?	X	X	X
Describa quien provee el servicio, que costos tienen y su disponibilidad para la parroquia	Brinda seguridad y se encarga de hacer rondas nocturnales para evitar livadores en la vía pública.	Servicio de Salud	Educación a jóvenes
Investigue y recopile estadísticas de los servicios que se brindan la Comunidad	-----	Actualmente cuenta con cuatro profesionales: dos odontólogos, un médico y una enfermera, además, un estadígrafo, un inspector sanitario, un auxiliar de enfermería y una auxiliar de odontología. Mensualmente se atiende de 250 a 300 pacientes tanto del área médica, como de odontología. (Nuñez, 2000, p. 57)	Hoy conocida como Unidad Educativa Vicente Rocafuerte tiene 926 estudiantes de primero a séptimo año de básico, 28 aulas.
Describa como la comunidad accede al Uso de cada uno de los servicios.	La UPC se encarga de dar seguridad a toda la parroquia.	Primero tiene que sacar turno por teléfono de ahí le asignan fecha, hora y especialista.	Debe inscribir a sus niños vía online y puede acceder a estudiar en esta institución.
Describa que pasaría si se Implementase otro proyecto en la comunidad, el cual necesitará También de estos servicios.	Estaría bien que se incorpore una UPC más cercana para que así haya más control.	Fuera bueno por que ayudara a atender a más Gente y seria agradable que atiendan las 24 horas.	Fuera increíble por que ayudaría a fomentar la educación y se podría generar una biblioteca pública.
Posibles cambios o soluciones. (como puede ser mejorado)			

*Fichas que se usó para el levantamiento de información.*

<b>LEVANTAMIENTO DE ELEMENTOS DEL SISTEMA TURÍSTICO DE LA PARROQUIA GUANUJO</b>			
<b>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 6</b>			
<b>DATOS DEL PROYECTO:</b> Sistematizar los 12 componentes del sistema turístico de la Comunidad, como aporte a un diagnóstico integral.			
<b>OBJETIVO DE LA OBSERVACIÓN:</b> Diagnosticar la factibilidad del atractivo turístico			
<b>ÁREA DE OBSERVACIÓN:</b>		<b>COMPONENTE SERVICIOS TURÍSTICOS</b>	
<p>¿La parroquia contiene lugares de alojamiento para los turistas? Si un Hostal De ser Positivo ¿de qué tipo? 1 estrella</p> <p>¿Cuántos establecimientos hay? 1</p> <p>¿La parroquia tiene lugares para expendio de comida a visitantes? Si</p> <p>¿Cuántos lugares? 13 establecimientos</p> <p>¿Qué tipo de comida? Comida casera, rápida</p> <p>¿Aproximadamente cuantos asientos? De 8 a 16 pax</p> <p>¿Funcionan todos los días, todos los meses del año? si</p> <p>¿La parroquia cuenta con servicios de transporte para visitantes? De ser positivo NO</p> <p>¿Qué tipos de transporte? Ninguno</p> <p>¿La parroquia cuenta con una operadora de turismo para atraer a los visitantes? No</p> <p>De ser positivo ¿qué ofrece? ¿precios?</p> <p>¿Existen guías locales? no</p> <p>¿La parroquia tiene servicios como mecánicas, lavanderías, centros de Internet, bares, etc.? De ser positivo Describa los servicios. Si posee Ferreterías, Cyber, Lavandería de carros, Panadería abastos, Cooperativa de Ahorros y librerías entre otros servicios</p>		<p>Hostal</p>  <p>Servicios Complementarios</p>  <p>Restaurante</p> 	
Lo que debo recopilar de los lugares Visitados	<b>Hostal</b> Sumack Samyra	<b>Restaurante</b> Papas Guanujeñas	<b>Servicios Complementarios</b> Cooperativa de ahorro San Pedro
¿Lo he fotografiado o tengo respaldos visuales?	X	X	X
De cada proveedor verifique los registros legales, la capacidad, Horarios y servicios que presta.	-Te ofrece una vista panorámica a la cordillera de los andes. -Cuentan con parqueadero, Wifi, Tv -cable, telefonía, agua caliente, cámaras de vigilancia, habitaciones para personas con discapacidad.  -Es un hotel de 3 pisos que cuenta con 7 habitaciones y un restaurante.	16 plazas de mesas 3 empleados Categoría Tercera Restaurante Actividad turística: Alimentos y bebidas	Horario de atención 7 a 5 pm Tiene socios de Guanujo y de algunos sectores de la provincia de Bolívar.
De cada proveedor solicite Información sobre los clientes	Atiende a turistas nacionales extranjeros que llegan por las festividades de la parroquia.	El 90 % de su clientela es Guarandeña	Gente de la provincia de Bolívar

usuales a los que atiende y sus particularidades de consumo.	Quito Ambato, Guayaquil, Babahoyo, Caluma y Echandía, así como gente de otros lugares como Australia.		
De cada proveedor solicite si tiene una política de trabajo con la comunidad O en su defecto es de propiedad Comunitaria.	Cuenta con un Manual de Políticas.	Cuenta con un Manual y políticas en el establecimiento	Políticas de Cooperatividad
De cada proveedor solicite una Opinión sobre los resultados generados por los servicios que brinda, además solicite información	Los resultados son buenos ya que hemos tenido buena acogida por parte de la gente principalmente cuando ya no encuentran donde descansar.	Los resultados son buenos ya que hemos tenido buena acogida por parte de los pobladores.	Los resultados son buenos ya que hemos tenido buena acogida por parte de los pobladores.
Sobre generación de trabajo local y compras proveedores de la parroquia.	Contamos con proveedores propios para los alimentos que expendemos en el restaurante.	-----	
Posibles cambios o soluciones. (como puede ser mejorado)			

## ANEXO B ATRACTIVOS NATURALES DE LA PARROQUIA DE GUANUJO

Atractivo	Figura A
<p><b>Río Salinas</b></p> <p>“Los ríos principales son: El Salinas que en la parte norte es alimentado por el Capadia, el Llangama y el Corazón que incrementan el caudal del Río Guaranda. Además, existe el estero de Suruguayco” (Nuñez, 2000, p. 38)</p> <p>El lugar presenta un ambiente tranquilo y de aire puro está rodeado por la vegetación propia de la zona donde deja ver su esplendoroso río de agua cristalina y clara, el cual llama a realizar algún deporte extremo por la rapidez de sus aguas.</p>	 <p><b>Fuente:</b> Río Salinas. [ Fotografía] Páliz, J. (2020)</p>
<p><b>La Mailona</b></p> <p>Se encuentra ubicado en el sector de Chitagua es una vertiente del río Salinas.</p> <p>Algunos datos: Según el comentario de un morador de la zona dice que antes se podían bañar en el río, así como cocinar alimentos como choclos habas con queso, se lavaba ropa en las piedras, pero ahora el agua está contaminada un poco por el mal uso de los pobladores.</p> <p>A sus alrededores se observa arboles de Eucalipto y vegetación natural propia del área está ubicada a 4 kilómetros de Guanujo.</p> <p>Es un Lugar donde muchas generaciones pasaban momentos de recreación con sus amigos y familiares en las épocas vacacionales</p>	 <p><b>Fuente:</b> Río la Mailona. [ Fotografía] Páliz, J. (2020)</p>
<p><b>Quebrada</b></p> <p><b>Suruguayco</b></p> <p>Está ubicado al lado Sur de Guanujo, cuenta con un pequeño estero rodeado por bosques naturales. Aquí se cultiva y se produce productos como cereales y hortalizas en general. También tiene un pequeño sendero está ubicado en la calle Felisa Egüez – Guanujo.</p>	 <p><b>Fuente:</b> Suruguayco. [ Fotografía] Páliz, J. (2020)</p>

## Atractivos Naturales de la Parroquia de Guanujo

Atractivo	Figura A
<p data-bbox="380 338 578 365" style="text-align: center;"><b>Lagunas Naturales</b></p> <p data-bbox="196 365 469 392"><b>Pato Cocha -Jatumpamba</b></p> <p data-bbox="196 392 345 420">Algunos datos:</p> <p data-bbox="196 420 631 447">Cuenta con una extensión de 2. 5 kilómetros.</p> <p data-bbox="196 447 760 499">-Presenta un ambiente despejado, el agua es clara y se puede respirar un aire fresco.</p> <p data-bbox="196 499 760 581">-Está rodeada por flora y fauna, así como de árboles y un pequeño sendero que permite llegar a las orillas de la laguna.</p> <p data-bbox="196 581 571 609">Basado de (GuarandatuBolivar, 2016)</p>	 <p data-bbox="971 659 1157 686" style="text-align: center;"><b>Fuente:</b> Patococha</p> <p data-bbox="927 686 1201 714" style="text-align: center;">[ Fotografía] Páliz, J. (2020)</p>
<p data-bbox="435 716 524 743" style="text-align: center;"><b>Montaña</b></p> <p data-bbox="196 743 326 770"><b>Loma Dulce</b></p> <p data-bbox="196 770 760 909">Lugar emblemático de la historia de Guanujo donde nuestros abuelos y nuestros padres pasaban momentos recreacionales en la temporada de vacaciones es esta la Loma Dulce que se encuentra rodeada de cordilleras y por bosques propios de esta zona.</p> <p data-bbox="196 909 760 1073">En este bello lugar se puede ir a respirar aire puro ver la majestuosa belleza natural que tiene para despejarnos un poco de nuestras preocupaciones. En la actualidad se practica deportes como motocrós y también se podría hacer yoga y Camping p debido a que este lugar presta todas las facilidades para hacerlo.</p>	 <p data-bbox="915 1136 1211 1163" style="text-align: center;"><b>Fuente:</b> Montaña Loma Dulce</p> <p data-bbox="927 1163 1201 1190" style="text-align: center;">[ Fotografía] Páliz, J. (2020)</p>
<p data-bbox="399 1199 558 1226" style="text-align: center;"><b>Lagos y lagunas</b></p> <p data-bbox="196 1226 368 1253"><b>Lago las Cochas</b></p> <p data-bbox="196 1253 760 1358">"Este lago nace por dos lagunas naturales denominadas Patococha (laguna de los patos) y Puricocha (laguna o agua que anda, se encuentra a 7 minutos de Guanujo)" Go Raymi (2020)</p> <p data-bbox="196 1358 760 1470">Tiene una superficie aproximada de 5.000 metros cuadrados cada una, pero ambas se encuentran en una extensión de aproximadamente 8 hectáreas separadas entre ellas por unos 1500 metros.</p> <p data-bbox="196 1470 760 1551">En este lugar se puede realizar algunas actividades como jugar básquet, boli, cabalgata, hacer deporte y recorrer la laguna con la bicicleta.</p>	 <p data-bbox="943 1541 1183 1568" style="text-align: center;"><b>Fuente:</b> Lago las cochas</p> <p data-bbox="927 1568 1201 1596" style="text-align: center;">[ Fotografía] Páliz, J. (2020)</p>

## *Atractivos Naturales de la Parroquia de Guanujo*

### **Atractivo**

#### **Áreas Protegidas**

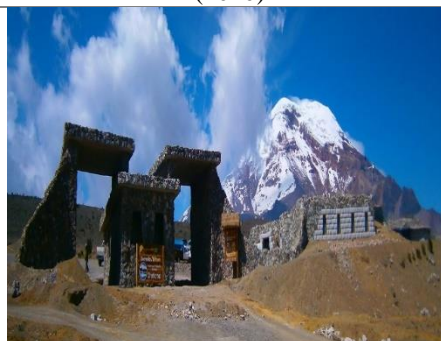
El Arenal es una gran reserva desértica ubicada en la base del volcán Chimborazo, en la frontera entre las provincias de Tungurahua, Bolívar y Chimborazo. Se encuentra al lado de la carretera que conecta Ambato con Guaranda, por lo que es moderadamente apreciable para aquellos que se viajan hacia y desde estas ciudades. Durante mucho tiempo ha sido una de las reservas nacionales más visitadas, mantiene una riqueza de flora y fauna que a primera vista no se observa. Basado de Go Raymi ( 2020)



**Fuente:** El Arenal [ Fotografía] Páliz, J. (2020)

#### **Reserva del Chimborazo**

Según el Ministerio del Ambiente (2015) *La Reserva de Producción Faunística Chimborazo*: Esta área protegida se encuentra en la Cordillera Central de la Región Interandina, con una superficie total de 53.093 has localizada en la jurisdicción de tres provincias: Tungurahua, Chimborazo y Bolívar, El área correspondiente al cantón Guaranda es de 13.125 has; la reserva está localizada en la zona alta de las parroquias Salinas y Guanujo.



**Fuente:** Reserva del Chimborazo [ Fotografía] Páliz, J. (2020)

## ANEXO C FLORA DE LA PARROQUIA DE GUANUJO

Atractivo	Figura B
<p><b>Nombre Común:</b> PUJÍN, Hesperomeles Ferruginea</p> <p>Para (Ordóñez et al., 2001)'' El pujín, pertenece a la familia Rosaceae y se encuentra distribuida entre los 2000 y 4000 msnm . Su madera es muy cotizada y es utilizada para la fabricación de artesanías como juguetes, piezas de ajedrez, herramientas de mano y en la elaboración de pilares y viajas'' (P.14).</p>	 <p><b>Fuente:</b> (Ordóñez et al., 2001)</p>
<p><b>Nombre Común:</b> Mortiño, Vaccinium floribundum</p> <p>En su libro (Santamaría et al., 2012) indica que: '' Es un arbusto que puede medir desde 1,50 hasta 7 m de altura. Las hojas son simples, alternas, de forma elíptica a oval, coriáceas, con ápice agudo levemente apiculado, base cuneada y margen crenado. Las flores son tetrámeras o a veces pentámeras, con corola blanca o manchada de rosado o rojo '' (p.24)</p>	 <p><b>Fuente:</b>(Santamaría et al., 2012)</p>
<p><b>Nombre Común:</b> Chuquiragua ,</p> <p>Para Sandoval (2015) ''Es una planta de jardín. Por lo general florece dos o tres veces al año. Es pequeña y sus hojas tienen una espina en la punta para poder defenderse de los animales que hay en el campo.</p> <p>La chuquiragua tiene varias propiedades beneficiosas para la salud. Las partes utilizables de la planta son la raíz, las hojas y flores'' (p.1)</p> <p>Es diurética por lo que se recomienda su consumo en forma de infusión a personas que tienen problemas de retención de líquidos</p>	 <p><b>Fuente:</b> Google imágenes</p>

*Flora de la Parroquia de Guanujo*

**Atractivo**

**Nombre Común:** Sigse, Cortaderia nítida

Las Pteridofitas son plantas vasculares cuya dispersión ocurre mediante esporas. Por esta razón, ocurren en la mayoría de hábitat terrestres, desde las gélidas tundras cercanas al círculo ártico hasta los bosques tropicales ecuatoriales.

**Nombre Común:** Helechos, Pteridium arachnoideum

“Las Pteridofitas son plantas vasculares cuya dispersión ocurre mediante esporas. Por esta razón, ocurren en la mayoría de hábitat terrestres, desde las gélidas tundras cercanas al círculo ártico hasta los bosques tropicales ecuatoriales” Botanipedia(2015)

**Nombre Común:** Eucalipto, Acalyptus Citriodera

En su página (Jardinatis, 2020) “indica que el árbol del eucalipto puede llegar a medir más de 60 metros de alto y, entre sus características, destacan sus troncos muy lisos y altos. Una vez que llegan a una altura considerable, empiezan a desarrollar nuevos brotes y a bifurcarse” (p.1 ).Es un árbol que no sólo tiene función ornamental sino que se utiliza en la talla gracias la buena calidad de su madera o para fines medicinales

**Nombre Común:** Trébol, Trifolium

“Son hierbas anuales o perennes con tallos erectos, ascendentes o procumbentes. Su hoja se compone de 3 folíolos, generalmente denticulados con estipelas ausentes y estípulas adnadas al pecíolo” Vibrans (2004)

Crece en los terrenos de Guanujo y su flor es muy apetecida para las abejas.

**Figura B**



**Fuente:** Páliz, J. (2020) [ Fotografía]



**Fuente:** Páliz, J. (2020) [ Fotografía]



**Fuente:** Google imágenes



**Fuente:** Páliz, J. (2020) [ Fotografía]



*Flora de la Parroquia de Guanujo*

**Atractivo**

**Figura B**

**Nombre Común:** Gramínea

Son en su mayoría de porte herbáceo, perennes o anuales. Los tallos suelen ser cilíndricos y huecos, y cuando presentan ramificaciones las tienen a nivel del suelo, extendidas lateralmente con rizomas subterráneos o estolones superficiales. Las hojas son liguladas, diferenciadas en vaina y limbo, de tamaño muy variable que puede oscilar entre pocos milímetros hasta varios metros. Pérez & Gardey (2018)



**Fuente:** Google imágenes

**Nombre Común:** Alfafa *Medicago sativa*

Es un producto destinado a la alimentación del ganado de la zona así como de conejos y cuyes. Se cree que es de las primeras hierbas plantadas por el hombre. pertenece a la familia de las leguminosas. Tiene un ciclo vital de entre cinco y doce años, dependiendo de la variedad utilizada. Llega a alcanzar una altura de 1 metro, desarrollando densas agrupaciones de pequeñas flores púrpuras. Sus raíces suelen ser muy profundas, pudiendo medir hasta 4,5 metros. De esta manera, la planta es especialmente resistente a la sequía. Info -agro (2020)






**Fuente:** Google imágenes

**Nombre Común:** Raigrás

Es una especie perteneciente a la familia de las poáceas, Es una planta forrajera que se cultiva en muchas las tierras de la parroquia de Guanujo, para usarla como alimento para el ganado bovino.



**Fuente:** Páliz, J. (2020) [ Fotografía]

Atractivo	FiguraB
<p><b>Nombre Común:</b> Flor de Chocho, <i>Lupinus mutabilis</i></p> <p>Los moradores de la parroquia de Guanujo mencionan que el Chocho es una leguminosa cultivada por los antiguos pobladores de la región andina central desde épocas pre-incaicas. Según estudios su cultivo comenzó aproximadamente en los años 2200 y 2500 a.C. Siendo una planta nativa de los Andes y de la sierra, crece en altitudes entre los 200 y 3800 metros sobre el nivel del mar, en climas templados y fríos.</p>	 <p><b>Fuente:</b> Páliz, J. (2020) [ Fotografía]</p>
<p><b>Nombre Común:</b> Penco/Agave</p> <p>Esta es una planta perene con hojas suculentas que alcanzan una altura de hasta 2 metros y una anchura de 4 metros, que tienen un tallo corto, en la que crecen. (León&amp; Tapia, 2013.p.19)</p> <p>Estas presentan un color verde o gris pálido y con una espina en el final los encontramos en los terrenos de Suruguayco y en todo Guanujo.</p>	 <p><b>Fuente:</b> Google imágenes</p>
<p><b>Nombre Común:</b> Aliso/ <i>alnus jorullensis</i></p> <p>“Es una especie arbórea perteneciente a la familia Betulaceae. Se conoce comúnmente como aliso, aliso común, aliso negro, humero, alta, y ameneiro. Se trata de un bello y elegante árbol que recibe diversos usos y que está caracterizado por lo singular de su colorido (madera y hojas)” (Molina, M., Medina, M., &amp;Orozco, H. ,2006. P.39-48)</p> <p>Su tamaño de alto es de 25 metros, tiene una copa en forma de pirámide, Tiene propiedades medicinales como disminuir el colesterol, combatir la amigdalitis y la faringitis, algunos moradores utilizan para hacer utensilios de cocina.</p>	 <p><b>Fuente:</b> Google imágenes</p>
<p><b>Nombre Común:</b> Cedro, <i>Cedrela odorata</i> L.</p> <p>“Es un Árbol que alcanza hasta 30-40 m de altura Tronco recto y cilíndrico con raíces tablares grandes. Corteza externa gruesa gris-marrón, con fisuras longitudinales irregulares. Copa redondeada y densa se le encuentra particularmente en las cochas o algún bosque de la parroquia” Sacha (2012)</p>	 <p><b>Fuente:</b> (Sacha , 2012)</p>

## ANEXO D FAUNA DE LA PARROQUIA DE GUANUJO

FiguraC	Descripción
 <p data-bbox="347 716 610 762"><b>Figura Ardilla</b> Fuente: Bio enciclopedia, s. f.</p>	<p data-bbox="784 426 1351 600">Esta ardilla es endémica de la ecorregión tumbesina, que comprende los bosques secos tropicales del occidente de Ecuador y Perú. También se la conoce como ardilla de nuca café, pues detrás de sus orejas presenta una coloración café o amarillenta que contrasta con el resto de su cuerpo. De tamaño relativamente grande, esta ardilla presenta mayor actividad durante el día, cuando se moviliza entre las ramas de los árboles en busca de los frutos, semillas e insectos de los cuales se alimenta. Se la considera de hábitos solitarios, aunque se han observados grupos de pocos individuos alimentándose en un mismo lugar Bioweb Ecuador (2017).</p>
 <p data-bbox="367 1159 591 1205"><b>Figura Conejo</b> Fuente: Google imágenes</p>	<p data-bbox="784 852 1351 1029">Viven en bosques húmedos, bosques secundarios, pastizales, y charrales del Ecuador, se reproduce todo el año, se alimenta principalmente de hiervas o frutas caídas, tiene hábitos principalmente nocturnos, su carne es utilizada para consumo humano y su piel. Bioweb Ecuador (2017).</p>
 <p data-bbox="367 1493 591 1539"><b>Figura Venado</b> Fuente: Google imágenes</p>	<p data-bbox="784 1213 1351 1272">Los venados son mamíferos rumiantes que pertenecen a la familia Cervidae.</p> <p data-bbox="784 1274 1351 1423">Sus orejas están formadas por muchos músculos, por lo que pueden moverlas sin tener que girar la cabeza o el cuerpo. Sus ojos están ubicados a cada lado de la cabeza, y le permiten observar el paisaje con una visión de 310 grados. Animales Ecuador (2020)</p>
	<p data-bbox="784 1575 1351 1787">El género <i>Didelphis</i> proviene de dos palabras griegas di- prefijo que significa dos y delphus útero, “familia de dos úteros”. El epíteto <i>pernigra</i> proviene del latín per-, que significa a través de, prefijo que denota intensidad o totalidad; y niger, negro, “negro por completo”, en alusión al color de su pelaje, especialmente en el cuerpo y extremidades.</p> <p data-bbox="784 1789 1351 1848">Tirira (2004). Se le puede encontrar porque le gusta comer los huevos de gallinas.</p>

**Figura Raposa**  
Fuente: Google imágenes

### *Fauna de la Parroquia de Guanujo*

**FiguraC**



**Figura Cuyes**  
Fuente: Google imágenes

### **Descripción**

Llamado también cobayo, un mamífero pequeño, generalmente criado en las cocinas con piso de tierra y fogón. Se come asado, con papas y otros aderezos, constituye el “locro de cuy”. Se acostumbra a comerlo en ocasiones especiales, con invitados o reuniones familiares. (Núñez,200: p.435)



**Figura llamas**  
Fuente: Google imágenes

En Ecuador están en la sierra, en climas fríos, templados y altoandinos. Su hábitat preferido es el páramo, aunque como animal doméstico ha sido introducido en valles interandinos y algunas ocasiones en zonas cálidas y tropicales al oeste. Especialmente abundantes en Cotopaxi y Chimborazo. Se las puede encontrar en las fiestas de San Pedro de Guanujo.

Son animales ágiles, de hábitos diurnos de cuello largo y delgado, cabeza pequeña, cuerpo esbelto y patas relativamente largas. Amaru (2020)



**Figura Búhos**  
Fuente: Google imágenes





Búho terrestre y parcialmente diurno con patas bastante largas. Las aves de la sierra son pardas por encima, dorso y alas lucen un extenso sector de lunares blancos, la región facial pardusco rodeada de blanco. Amaru (2020)





**Figura Gorriones**  
Fuente: Google imágenes

El conocido y familiar gorrión común es, tal vez, el ave más extendida de todo el planeta y, sin duda, una de las más exitosas. Adaptable y poco exigente en lo que al hábitat y a la alimentación se refiere, este habitante de pueblos, ciudades y caseríos es, sin embargo, un comensal directo del hombre y, por tanto, depende estrechamente de nuestras actividades para sobrevivir; de manera que cuando un pueblo es abandonado por sus habitantes humanos, los gorriones comunes no tardan en desaparecer tras sus involuntarios benefactores. SEOBirdlife (2020)

*Fauna de la Parroquia de Guanujo*

<b>Figura C</b>	<b>Descripción</b>
 <p data-bbox="337 600 618 657"><b>Figura Golondrinas</b> <b>Fuente:</b> Google imágenes</p>	<p data-bbox="784 338 1346 489">Busca alimento casi por completo en el aire. Puede hacerlo rastreando el agua o, a veces, volando en la altura. Ocasionalmente camina por el suelo para recoger insectos, en general en climas rigurosos. Audubon (2020)</p>
 <p data-bbox="337 930 618 989"><b>Figura Palomas</b> <b>Fuente:</b> Google imágenes</p>	<p data-bbox="784 663 1346 963">Amaru (2020) habla en su libro que las palomas son aves pequeñas a medianas, con patas, cuellos y cabezas cortas. Los colores predominantes son tonos de gris y marrón claro. Muchas especies muestran barras o escalas en las alas y la cola, y algunas tienen parches iridiscentes en la nuca. La paloma tiene un cuerpo y cuello robusto y un pico delgado y corto con ceras carnosas. Aparte de tener un gran sentido de la orientación, la paloma es una de las aves que más rápido vuela, alcanzando los <u>56 km/h</u>.</p>
 <p data-bbox="337 1323 618 1377"><b>Figura Mirlos</b> <b>Fuente:</b> Google imágenes</p>	<p data-bbox="784 995 1346 1266">SEOBirdlife (2020) en su página web indica que son pájaro relativamente grande y de cola larga, muy extendido y habitual, y, por ello, una de las aves más populares y conocidas. Posee tonos uniformes oscuros, negros en los machos y pardos en las hembras. Resulta común en toda la Península Ibérica, Baleares y Canarias, donde ocupa todo tipo de zonas cubiertas por árboles y arbustos, incluyendo también parques y jardines del interior de ciudades y pueblos.</p>
 <p data-bbox="337 1671 618 1726"><b>Figura Codornice</b> <b>Fuente:</b> Google imágenes</p>	<p data-bbox="784 1383 1346 1501">Es un ave pequeña y rechoncha, aunque con alas largas, que le permiten volar largas distancias adaptadas a su vida nómada y a sus migraciones entre continentes.</p>


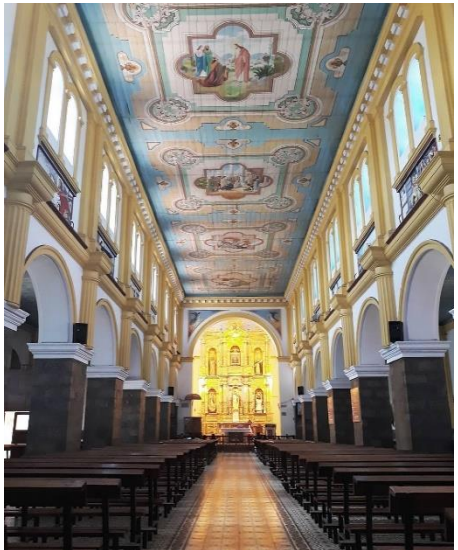
*Fauna de la Parroquia de Guanujo*

<b>FiguraC</b>	<b>Descripción</b>
 <p data-bbox="362 627 505 653">Figura Patos</p> <p data-bbox="293 655 573 680"><b>Fuente:</b> Google imágenes</p>	<p data-bbox="691 338 1344 548">Los patos, como otras mascotas, tienen la capacidad de aprender y comprender órdenes. También pueden jugar con sus dueños y al igual que otros animales domésticos, también responden al afecto. Ellos se adaptarán muy bien a la convivencia con los humanos si se los entrena desde pequeños. Lo mejor es tener dos patos, ya que son muy sociales y prefieren vivir en grupo. Myanimals(2017)</p>
 <p data-bbox="362 1022 505 1047">Figura Pavos</p> <p data-bbox="293 1050 573 1075"><b>Fuente:</b> Google imágenes</p>	<p data-bbox="691 690 1344 900">Es un ave omnívora, cuya dieta natural incluye insectos, semillas, hojas, frutos, hierbas, alfalfa, cebada, avena, maíz y las hortalizas. No obstante, existen razas de pavos. El pavo doméstico solo se cría para promover carne el área de embutidos especialmente para dietas bajas en grasas. A pesar de que casi no posee grasas en su cuerpo son resistentes al frío y a la humedad. Gtush (2020)</p>

## ANEXO E COMPONENTES CULTURALES DE LA PARROQUIA DE GUANUJO

Figura D	Descripción
<p data-bbox="196 359 367 386"><u>Casas Histórica</u></p>  <p data-bbox="277 657 675 684">Fuente: [ Fotografía] Páliz, J. (2020)</p>	<p data-bbox="784 359 1351 506">La casa comunal es un inmueble patrimonial que tiene más de un siglo de existencia donde antes era el antiguo registro civil y cedulaación de Guanujo. Esta casa se remodelo en el 2018 a cargo del Arq. Gilbert Silva</p> <p data-bbox="784 541 1351 714">Hoy en día es nombrada como <b>Casa Artesanal Feliza Egüez</b> en nombre de nuestra distinguida poetiza. En este lugar se puede realizar expresiones de arte y de cultura, cuenta con una sala auditorio en el cual se muestran fotografías de nuestros personajes representativos de Guanujo.</p>
<p data-bbox="363 726 591 753">Mercado de Guanujo</p>  <p data-bbox="277 1092 675 1119">Fuente: [ Fotografía] Páliz, J. (2020)</p>	<p data-bbox="784 726 1351 905">Está ubicado en las calles Manuel de Echandía entre Sucre y Simón Bolívar, este mercado expende diferentes productos el cual distribuye a sus comerciantes en un espacio de 2.50 cuenta con áreas acondicionadas acorde a cada producto de expendio. (Guaranda tv Bolívar, 2020)</p> <p data-bbox="784 940 1351 1058">El mercado está Conformado por 80 productores, que laboran de 7 de la mañana a 1 de la tarde los días miércoles jueves y viernes se puede encontrar diferentes productos de la sierra y costa.</p>
<p data-bbox="342 1123 615 1178">Sitios Históricos El camino de los Molinos</p>  <p data-bbox="277 1560 675 1587">Fuente: [ Fotografía] Páliz, J. (2020)</p>	<p data-bbox="784 1123 1351 1392">El molino artesanal se encuentra ubicado en la vía de Guanujo, Echeandía y Ventanas, este molino funcionaba netamente con diésel está diseñado con una piedra de agua antigua de la época colonial el cual molía toda clase de harina como: de maíz, trigo, cebada, alverja, su funcionamiento se basaba en la rotación de la piedra que muele el grano para obtener toda clase de harina procesada. Las harinas eran distribuidas por todo el país.</p>

## Componentes Culturales de la Parroquia de Guanujo

Figura D	Descripción
<p data-bbox="332 342 625 399">Sitios Históricos Piedra colonial de Guanujo</p>  <p data-bbox="276 804 682 829"><b>Fuente:</b> [ Fotografía] Páliz, J. (2020)</p>	<p data-bbox="787 342 1339 793">La historia de esta piedra es muy interesante, en la antigüedad los pobladores de Guanujo se disputaban el territorio con los pobladores de Guaranda, ellos solo tenían limitado el territorio por una piedra, los habitantes de Guanujo para ganar territorio bajaban a la piedra y los habitantes de Guaranda subían la piedra, estas pugnas de territorio tuvo por varias décadas con riñas entre estos dos pueblos hermanos hasta que en 1999 Guanujo se le reconoce como parroquia urbana de Guaranda y así se terminó el conflicto territorial en el parque central de Guanujo donde reposa sobre un pedestal con esta inscripción: "Piedra Colonial Guanujeña". Manuel Páliz "delimitando territorios de Guaranda y Guanujo. 1820 – 1899. (Segura, 2007, p. 22)</p>
<p data-bbox="365 835 592 892">Arquitectura religiosa Iglesia de Guanujo</p>  <p data-bbox="276 1451 682 1476"><b>Fuente:</b> [ Fotografía] Páliz, J. (2020)</p>	<p data-bbox="787 835 1339 892">Reconocida como Santuario Diocesano. El 29 de junio de 2018.</p> <p data-bbox="787 898 1339 1018">Se localiza al norte de Guaranda (Centro Urbano). Está asentada en una planicie a una altura de 2.923 <u>msnm</u>, con una temperatura promedio de 12 <u>°C</u>. La superficie total es de 363 <u>km²</u>.</p> <p data-bbox="787 1024 1031 1050">Se realiza lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="836 1056 1128 1081">a) Las eucaristías y misas.</li> <li data-bbox="836 1087 1226 1113">b) Las festividades en el mes junio</li> <li data-bbox="836 1119 1128 1144">c) Matrimonios y bautizos</li> <li data-bbox="836 1150 1193 1176">d) Procesiones en Semana Santa</li> </ul> <p data-bbox="787 1182 1274 1207">Dataos extraídos del (GAD de Bolívar, 2015)</p> <p data-bbox="787 1213 1339 1318">Es una Iglesia muy visitado por los turistas por que posee una infraestructura única y maravillosa, al conocer los turistas quedan sorprendidos por la belleza de sus tres altares.</p>



## ANEXO F COMPONENTE GASTRONÓMICO DE LA PARROQUIA DE GUANUJO

Descripción	Figura E
<p>Su envoltura hace referencia a como se envolvían a los recién nacidos y estos eran llamados “guaguas chigüis” o “chigüilitos”. Es un plato típico de la parroquia de Guanujo que se lo prepara en diferentes épocas y más aún en la fecha de carnaval. Se trata de una masa de maíz alargada con manteca de cerdo y rellena de queso envuelta en hoja de plátano o del propio maíz. ACE(2015)</p>	 <p data-bbox="950 682 1161 714"><b>Figura Chigüiles</b></p> <p data-bbox="950 714 1177 745"><b>Fuente:</b> (ACE, 2015)</p>
<p>Es un plato típico de la parroquia sus orígenes se remontan en la época colonial española y principios del año 1800. El origen de la fritada se remonta a la época de la colonia, con la llegada de los españoles en 1800 se incorpora la carne de cerdo a la cocina nativa y los indígenas acompañaron esta carne con mote papas y productos que se encontraban en la zona. Cocinaecuatorialiana (2014)</p>	 <p data-bbox="982 1029 1144 1060"><b>Figura Fritada</b></p> <p data-bbox="876 1060 1242 1092"><b>Fuente:</b> (cocinaecuatorialiana, 2014)</p>
<p>Su nombre proviene de la palabra “Hornear “ es un plato típico de la parroquia que se lo come los fines de semana en fiestas carnavales festividades de la parroquia de Guanujo. La historia del hornado empieza en el siglo XVI. Es un plato típico, que nació de una tradición europea. En América no había cerdos, pero los españoles los trajeron. Ellos empezaron a preparar en los hornos de leña la carne de cerdo. Eluniverso (2014)</p>	 <p data-bbox="982 1354 1153 1386"><b>Figura Hornado</b></p> <p data-bbox="868 1386 1258 1417"><b>Fuente:</b> [ Fotografía] Páliz, J. (2020)</p>
<p>El cuy, un mamífero conocido también como cobayo; es originario de las quebradas interandinas de Perú, Ecuador, Colombia y Bolivia. Pero en la actualidad su crianza se ha realiza en el ámbito rural, para el autoconsumo y la venta. GoRaymi( 2017)</p>	 <p data-bbox="950 1690 1185 1722"><b>Figura Papas con cuy</b></p> <p data-bbox="868 1722 1258 1753"><b>Fuente:</b> [ Fotografía] Páliz, J. (2020)</p>

*Componente Gastronómico de la Parroquia de Guanujo*

Descripción	Figura E
<p>Los quimbolitos nombre de origen Quichua, pero de etimología desconocida es una preparación muy popular.</p> <p>El quimbolito se presenta, de modo abreviado, como un preparado a base de harina de maíz que, envuelto en las hojas de una planta llamada achira, se cocina al vapor como lo menciona ACE(2018)</p>	
<p>La historia de los buñuelos parece que no es tan antigua como podemos pensar, aun así, no se conoce con exactitud el origen de este dulce que en esta época adquiere mayor espacio en nuestra mesa.</p> <p>Gastronomia &amp; Cía (2008)</p> <p>Es una fritura dulce que se come como dulce o antojito. Se prepara con una mezcla de harina de trigo, huevo, agua, sal y manteca de cerdo, que se deja reposar, se estira y se moldea.</p>	
<p>Es un dulce que se extrae de la calabaza madura y se le condimenta con panela.</p> <p>Es una planta trepadora que da frutos carnosos de forma redonda y color verde crece en zonas frías.</p> <p>Go Raymi(2020)</p>	
<p>Es un plato típico de la parroquia, para la elaboración de estas tortillas, sus ingredientes son, harina de trigo, sal, mantequilla, leche y queso, se realiza primero la masa con la harina, se agrega sal, se amasa hasta obtener una masa suave y homogénea, se toma porciones adecuadas para hacer bolas y luego adelgazarlas con un bolillo, se las rellenas de queso y se pone asarlas en un tiesto, estas se las sirve con café, es una especialidad del lugar. El Herald(2018)</p>	
<p>Es una <u>sopa</u> a menudo se sirve con la pieza entera más granos de <u>arroz</u> o <u>cebada</u>, <u>pasta</u>, zanahoria, apio, cebolla blanca, etc.</p>	

**Figura Quimbolitos**

Fuente: bonella.com

**Figura Buñuelos con miel**

Fuente: [ Fotografía] Páliz, J. (2020)

**Figura Dulce de zambo**

Fuente: [ Fotografía] Páliz, J. (2020)

**Figura Tortilla de tiesto**

Fuente: [ Fotografía] Páliz, J. (2020)



**Figura Caldo de Gallina criolla**

Fuente: [ Fotografía] Páliz, J. (2020)


### Componente Gastronómico de la Parroquia de Guanujo

Descripción	Figura E
<p>Mote (del quechua: mut'i) es el nombre genérico para distintos granos o legumbres cocidos en agua. Que se acompaña de cualquier proteína. Mamey alimentos ( 2017)</p>	 <p data-bbox="950 556 1177 577"><b>Figura Mote pelado</b></p> <p data-bbox="868 583 1258 609"><b>Fuente:</b> [ Fotografía] Páliz, J. (2020)</p>
<p>Las famosas Choclotandas Son envueltos de masa de choclo con queso en la mitad se los consume en la temporada de junio y julio, debido a que se cosecha en las tierras fértiles de Guanujo y se lo acompaña de un café. Go Raymi(2020)</p>	 <p data-bbox="966 814 1161 835"><b>Figura Humitas</b></p> <p data-bbox="917 842 1209 867"><b>Fuente:</b> Google imágenes</p>
<p>Conocida también como sopa de bolas de maíz, tiene su origen en varias de las preparaciones de los habitantes de la zona. Se cocinaba la carne de venado generalmente con sal en pundos de barro sobre el fuego. Se le añadían hierbas para aromatizar la preparación. Posterior a esto se le agregaba las bolitas hechas a base de la masa de maíz. SopasEcuador (2020)</p>	 <p data-bbox="966 1234 1161 1255"><b>Figura LLuspas</b></p> <p data-bbox="868 1262 1258 1287"><b>Fuente:</b> [ Fotografía] Páliz, J. (2020)</p>
<p>El famoso agua ardiente tradicional de la parroquia de Guanujo, es el Pájaro Azul. Su elaboración es ancestral y sus ingredientes han trascendido en el tiempo, su apariencia es de color azulado sus Ingredientes son a base de hojas de naranja, mandarina y anisado de caña, esta bebida es una de las preferidas por los habitantes y turistas que visitan la parroquia. Gastronomía(2019)</p>	 <p data-bbox="950 1581 1177 1602"><b>Figura Pájaro Azul</b></p> <p data-bbox="917 1608 1209 1633"><b>Fuente:</b> Google imágenes</p>
<p>Es una bebida de maíz fermentada que se brinda en las festividades de carnaval.</p>	 <p data-bbox="933 1854 1193 1875"><b>Figura Chicha de Jora</b></p> <p data-bbox="868 1881 1258 1906"><b>Fuente:</b> [ Fotografía] Páliz, J. (2020)</p>

## ANEXO G FIESTAS Y EVENTOS MÁS REPRESENTATIVOS DE LA PARROQUIA DE GUANUJO

Atractivo	Figura F
<p><b><u>Fiesta Religiosa</u></b></p> <p>Esta festividad Inicia cada 20 de junio de cada año hasta el 20 de julio. Desde muchísimos años atrás se celebra esta fiesta religiosa debido a la fe, devoción y entusiasmo de los fieles hacia su Patrono, San Pedro, que creen que milagrosamente derrama muchas bendiciones en la agricultura y es costumbre comentar, que, si no se realiza la fiesta debidamente y con la corrida de toros, no habrá papas en la cosecha.</p> <p>Hay otras actividades que atrae a la gente como: procesiones, fuegos pirotécnicos, chamizas y danzas.</p> <p>Pero la fiesta tradicional llamada San Pedro de los indios, es la que en verdad reúne millares de indios y la población se halla completamente concurrida. Cada sacerdote se esmera por presentar mejor su fiesta; hay grandes comelonas, se alquilan los llamados curiquingues (indígenas disfrazados) que bailan constantemente y que son nativos de Pasa de la provincia de Tungurahua; otros bailan al son de la banda de músicos o al compás de su tambor halando a una llama adornada; no faltan las vacas locas que son cargadas a los hombros de los bailarines. Los fieles oyen misa con mucha devoción y la fiesta continua ocho a 15 días después.</p>	<p data-bbox="950 420 1266 451"><b>Fiesta del Patrono San Pedro</b></p>  <p data-bbox="950 850 1266 882"><b>Figura Fiestas de San Pedro</b></p> <p data-bbox="950 882 1266 913"><b>Fuente: Google imágenes</b></p>  <p data-bbox="950 1344 1266 1375"><b>Fuente: [ Fotógrafo ] J. André. N</b></p>

## *Fiestas y Eventos más Representativos de la Parroquia de Guanujo*

Atractivo	Figura F
<p><b><u>Festivales étnicos</u></b></p> <p>Es una festividad que se da con todo el pueblo en honor a las fiestas de San Pedro de Guanujo.</p> <p>Está constituida por:</p> <p>La banda, los sacerdotes, los disfrazados, la vaca loca, los castillos y las danzas.</p> <p>Todos los pobladores llevan una carga de chamiza el cual consiste en ramas secas de arbustos, chaparros, hojas etc. Recogidas con antelación y el aguardiente no puede faltar en esta celebración.</p>	<p data-bbox="868 1522 1258 1554"><b>El paseo de la Chamiza en Guanujo</b></p>  <p data-bbox="917 1848 1209 1879"><b>Figura Pase de la Chamiza</b></p> <p data-bbox="917 1879 1209 1911"><b>Fuente: Google imágenes</b></p>

### Fiesta del Inti Raymi

Esta piedra colocada en el barrio Tomabela esconde una vieja tradición andina la fiesta del sol o Inti Raymi. Cuentan los pobladores que en este lugar la gente sabia madrugar hacer turno para lavar la ropa de sus familias, bañarse y llevar líquido vital para sus hogares.

En la actualidad se encuentra colocado una piedra, como símbolo de agradecimiento y gratitud de los pueblos andinos a la pacha mama, por la bondad de haber permitido una buena producción y cosecha de productos.

La piedra del Tomabela



**Figura** Fiesta del Inti Raymi

**Fuente:** [ Fotografía] Páliz, J. (2020)

### Torneo Deportivo

Se da con el fin de vincular a los jóvenes y entes públicos y privados para que participen en torneos deportivos y así activar el deporte en la parroquia urbana de Guanujo.

Guanujo cuenta con clubes deportivos como:

Club – Loa Ases

Club-Atlético – San Pedro

Club- cosmos

Club -UDG

Lo realizan en las canchas de futbol de la Plaza Cordobés o en el Estadio que está ubicado en el barrio Mantilla. Segura(2007)

Equipos deportivos de la parroquia de urbana de Guanujo



**Figura** Torneo Deportivo

**Fuente:** Google imágenes

## *Fiestas y Eventos más Representativos de la Parroquia de Guanujo*

### Atractivo

#### Pase del Chagra

Según la Cofradía de Chagras Guanujeños (2009)

Es un tradicional desfile que se realiza año tras año en las fiestas de San Pedro. Se dice que estas tradiciones comienzan cuando la gente de las haciendas bajaba a las fiestas montados a caballo en grandes grupos, posteriormente se unieron al desfile de la chamiza (p.5)

Entre las Haciendas de la Parroquia urbana de Guanujo tenemos: la Primera Baja, la Copa familia Espín Núñez, Espín Chávez y el Guantug . Cuenta con la participación de muchas haciendas y agrupaciones agrícolas de Guanujo, Salinas y Pircapamba.

### **Figura F**



**Fuente:** [ Fotógrafo] J. André. N

### El Carnaval

Núñez (2000), Indica que:

El mundo entero se celebra el carnaval, como una fiesta sin límites en el derroche de alegría, comida, baile y bebida. Desde la colonia “los amos” o patrones concedían permiso a sus trabajadores, durante el carnaval para que puedan celebrarlo. Era entonces, la época propicia para consumir chicha en grandes cantidades, y así olvidar sus penas y sufrimientos (p.121).



**Figura El Carnaval**  
**Fuente:** Google imágenes

---

## ANEXO H ACTIVIDADES RECREACIONALES DE LA PARROQUIA GUANUJO

Actividades	Figura G
<p data-bbox="418 365 537 390"><u>Caminatas</u></p> <p data-bbox="196 422 760 569">Se hace recorridos o caminatas desde Guanujo hasta las Cochas y mientras caminas puedes disfrutar de la belleza natural que hay. O visitar el camino de los molinos y así conocer un poco más de la historia de Guanujo.</p>	 <p data-bbox="867 674 1260 730"><b>Figura</b> Caminata en la carretera Fuente: [ Fotografía] Páliz, J. (2020)</p>
<p data-bbox="386 737 574 762"><u>Montar a Caballo</u></p> <p data-bbox="196 793 760 915">Es una actividad que se realiza en las Cochas o también lo puedes hacer en la plaza de toros, Además hay mucha gente que aún lo utiliza como medio de transporte en la parroquia.</p>	 <p data-bbox="867 1005 1260 1062"><b>Figura</b> cabalgata en la plaza de toros Fuente: [ Fotografía] Páliz, J. (2020)</p>
<p data-bbox="204 1066 581 1092"><u>Complejo turístico lago las Cochas</u></p> <p data-bbox="196 1123 760 1335">Esta actividad se realiza en las piscinas que tiene el lago las cochas, puedes disfrutar de todos los recursos que tiene como hidromasaje, turco, sauna, polar, baños de cajón y pasar un momento agradable con la familia. el valor es de \$ 5 dólares también, puedes cabalgar en la zona o disfrutar de un paseo en los barcos.</p>	 <p data-bbox="867 1348 1260 1404"><b>Figura</b> Complejo lago las Cochas Fuente: [ Fotografía] Páliz, J. (2020)</p>
<p data-bbox="315 1409 643 1434"><u>Realizar motocrós en Guanujo</u></p> <p data-bbox="196 1465 760 1556">Si tienes moto y te gusta la adrenalina puedes recorrer con tu moto la plaza de toros de Guanujo o ir por el sendero de la loma dulce.</p>	 <p data-bbox="857 1740 1273 1797"><b>Figura</b> Motocrós en la plaza de Toros Fuente: [ Fotografía] Freire, D. (2020)</p>

## *Actividades Recreacionales de la Parroquia Guanujo*

---

### **Actividades**

Básquet, futbol y boli

En la parroquia de Guanujo la población le gusta realiza actividad física como básquet y futbol pues esto lo practican tanto en la Plaza Cordobés y en las Cochas.

### **Figura G**



**Figura Las Cochas**

**Fuente:** [ Fotografía] Páliz, J. (2020)

---

### **Ciclismo de Montaña**

Se puede hacer por las diferentes rutas como camino a las Cochas, Loma dulce, Patococha, Salinas y Guaranda es una actividad muy recreativa para los amantes del deporte.



**Figura Ciclismo camino de los Molinos**

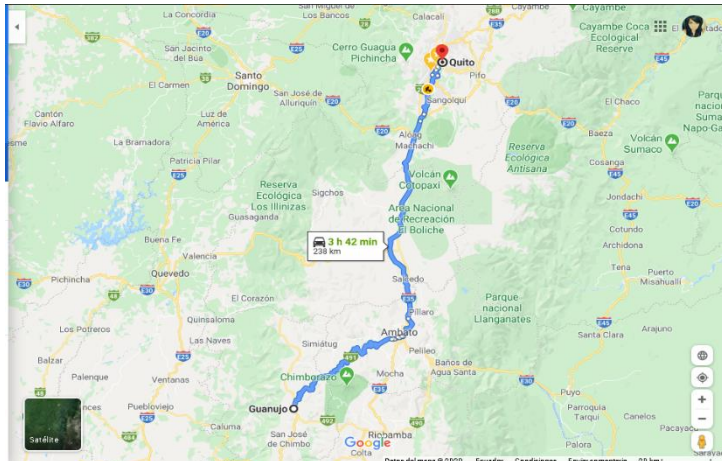
**Fuente:** [ Fotografía] Páliz, J. (2020)

---



## ANEXO I VÍAS DE ACCESO A LA PARROQUIA DE GUANUJO

**Figura H**  
**Ruta 1 Quito Guanujo**



Fuente: Google Maps, 2020.

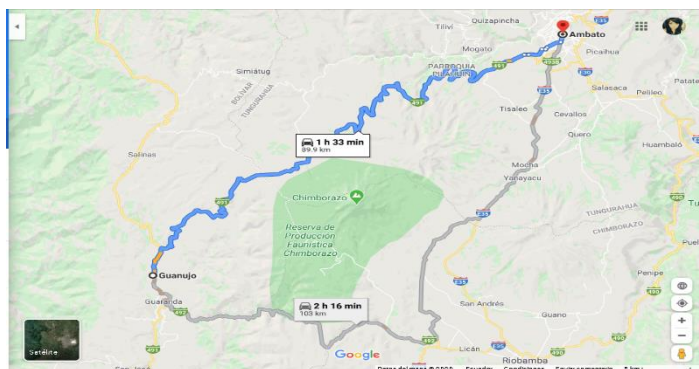
### Descripción

El recorrido para viajar y llegar a la parroquia de Guanujo es el siguiente: Si sales de Quito debes tomar el bus san Carlos, Mitad del Mundo o Rapitrans, que te lleva al tejtar, del tejtar se toma otro bus que es Quitumbe C1, que te lleva al terminal de Quitumbe, posterior a ello te acercas a las diferentes cooperativas de transporte que te llevan a la provincia de Bolívar como:

Cooperativa de buses San Pedrito, Atenas y flota Bolívar. El tiempo de viaje depende, por ejemplo: si vas en transporte público el viaje se demora 4 horas a 5 dependiendo del Señor conductor, y si vas en carro particular es 4 horas.

Las condiciones del tramo esta vía se encuentra en buen estado.

**Ruta 2 Guanujo Ambato**



Fuente: Google Maps, 2020.

Para llegar a la parroquia de Guanujo desde Ambato debes acercarte al terminal y escoger cualquier cooperativa de bus como:

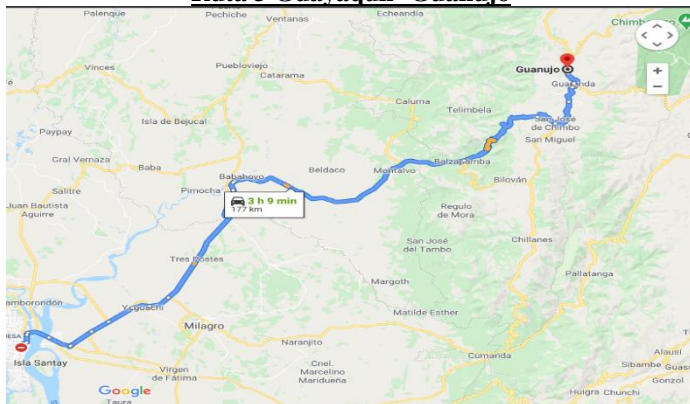
El Dorado, La 22 de julio y Cevallos. El tiempo del viaje depende si es en trasporte público dura 2 horas y si es en trasporte particular 1 hora con 15 minutos.

Las condiciones del tramo esta vía se encuentra en buen estado.

## Vías de Acceso a la Parroquia de Guanujo

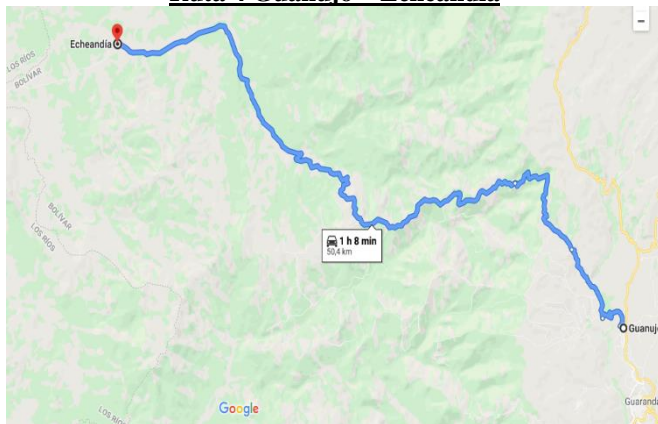
**Figura H**

### Ruta 3 Guayaquil- Guanujo



**Fuente:** Google Maps (2020)

### Ruta 4 Guanujo – Echeandía



**Fuente:** Google Maps (2020)

### **Descripción**

Para salir de la parroquia de Guanujo a Guayaquil y viceversa, puedes tomar la cooperativa de transporte Atenas, Flota Bolívar, San Pedrito, el viaje está comprendido en cuatro horas en transporte público, si es carro particular te toma 4 horas, el horario de salida empieza desde las 4 Am.

Las condiciones del tramo de esta vía se encuentran en buen estado.

Para salir de la parroquia de Guanujo a Echeandía debes tener en cuenta que la vía tiene muchos derrumbes debido al relieve que es muy irregular, para viajar puedes tomar la cooperativa de transporte, San Pedrito, 10 de noviembre y cooperativa Echeandía.

El viaje está comprendido en 1 hora y media en transporte público y si es carro particular se toma 1 hora.

Se toma como referencia esta ruta por que de aquí los Guanujeños van a ver sus fincas y cultivos de naranja, mandarina, así como también van a cosechar la caña en los recintos de Echeandía, para extraer el pájaro azul, la panela y el dulce de caña.

### ANEXO J *TRANSPORTE DE LA PARROQUIA URBANA DE GUANUJO*

Transporte interprovincial	Ruta	Horario	Costo
EXPRESS ATENAS	Quito-Guaranda Guaranda – Quito	3:00 am	\$5.70
		3:30 am	
		6:00 am	
		8:00 am	
		9:00 am	
		11:30 am	
		12:30 pm	
		1:30 pm	
		2:30 pm	
		4:30 pm	
COOPERATIVA SAN PEDRITO	Quito-Guaranda Guaranda – Quito Guaranda-Babahoyo Guayaquil- Babahoyo Guaranda Echandía	6:10am	\$5.70
		8:00am	\$5.70
		9:45am	\$5.70
		10:00am	\$5.70
		12:45am	\$3
		14:00pm 16:30pm	

#### *Transporte de la Parroquia Urbana de Guanujo*



**FiguraH1:** Cooperativa de transporte interprovincial San Pedrito.  
**Fuente:** Google imágenes



**FiguraH2:** Express Atenas  
**Fuente:** Google imágenes

#### *Transporte de la Parroquia Urbana de Guanujo*

Transporte Servicio Urbano	Ruta	Horario	Costo
UNIVERSIDAD DE BOLÍVAR	Guanujo – Guaranda Guaranda – Guanujo	6:00am	\$0.30c/n
		7:30 am	
		8:00 am	
		8:30 am	
		10:00 am	
		10:30 am	
		11:00 pm	
		12:00 pm	
		1:00 pm	
		2:30 pm hasta las 7 de la noche	

CÁNDIDO RADA	Guanujo – Guaranda	6:10am	\$0.25c/n
	Guaranda-Chimbo-	8:00am	\$0.75c/n
	San Miguel	9:45am	\$3.50
	Guaranda - Caluma	10:00am	\$1
	Guaranda -Salinas	12:45am	\$1.50
	Guaranda-Apagua-	14:00pm	\$3
	Salinas	16:30pm	
	Guaranda -Guachana- Echandía		

*Transporte de la Parroquia Urbana de Guanujo*



**FiguraH3:** Cooperativa de transporte Universidad de Bolívar  
**Fuente:** Google imágenes



**Figura H4:** Cooperativa de transporte Cándido Rada  
**Fuente:** Google imágenes



**FiguraH5:** Cooperativa de camionetas 12 de junio el Realiza el servicio de carreras dentro y fuera de La Provincia.

**Fuente:** Google imágenes



**FigurH6:** Cooperativa de taxis el libertador costo de la carrera Guanujo-Guaranda. \$2

**Fuente:** Google imágenes

**Anexo K Farmacias de la Parroquia**

---



**Figura I.1:** Farmacia Santa Fe  
**Fuente:** [ Fotografía] Páliz, J. (2020)



**Figura I.2** Farmacias Comunitarias  
**Fuente:** [ Fotografía] Páliz, J. (2020)



**Figura I.3:** MEDIFARMA Plus  
**Fuente:** [ Fotografía] Páliz, J. (2020)



**Figura I .4:** Farmacia Zuly  
**Fuente:** [ Fotografía] Páliz, J. (2020)

---

## ANEXO K INSTITUCIONES EDUCATIVAS DE LA PARROQUIA DE GUANUJO

### **Institución** **Vicente Rocafuerte**



**Figura J 1;** Escuela Vicente Rocafuerte  
**Fuente:** GuarandatuBolivar( 2019)

### **Unidad Educativa García**



**Figura J2:** Unidad Educativa García  
**Fuente:** [ Fotografía] Páliz, J. (2020)  
**Colegio Nacional Técnico San Pedro de Guanujo**



**Figura J 3:** Colegio San Pedro de Guanujo  
**Fuente:** [ Fotografía] Páliz, J. (2020)

### **Descripción**

Hoy conocida como Unidad Educativa Vicente Rocafuerte tiene 926 estudiantes de primero a séptimo año de básico, 28 aulas.

Cuenta con tres bloques de una planta, cuatro baterías sanitarias, un laboratorio de Ciencias Naturales, construido por el Plan Internacional, un aula de recursos Psicopedagógicos construidos por DINACE. GuarandatuBolivar (2019)


Creada el 17 de septiembre de 1999

Cuenta con un total de 16 profesores ,3 personal administrativo, su número total de estudiantes es de 292. Tiene modalidades Presencial de jornada Matutina y nivel educativo de Inicial y EGB.

Hoy conocido como Unidad Educativa San Pedro. Es un centro educativo dedicado a educar y orientar educativamente jóvenes futuros de la Patria.

Es una institución fiscal dedicada a formar bachilleres con criterio integral en valores enmarcados en una educación científica y tecnológica para su desempeño en estudios superiores o en el campo laboral.

*Instituciones Educativas de la Parroquia de Guanujo*

Institución	Descripción
<p data-bbox="321 373 651 403"><u>Universidad Estatal de Bolívar</u></p> 	<p data-bbox="797 373 1351 590">La Universidad Estatal de Bolívar forma profesionales humanistas y competentes, fundamentada en un sistema académico, investigativo y de vinculación con principios y valores que contribuyen a la formación académica con la infinita variedad de carreras profesionales que esta posee.</p>

**Figura J4:** Universidad Estatal de Bolívar

**Fuente:** [ Fotografía] Páliz, J. (2020)

ANEXO L SERVICIOS COMPLEMENTARIOS DE LA PARROQUIA DE GUANUJO

**Figura K1.** Abarrotes el progreso



Fuente: [ Fotografía] Páliz, J. (2020)

**FiguraK2.** Cabinas claro



Fuente: [ Fotografía] Páliz, J. (2020)

**FiguraK3.** Cooperativa de Ahorro San Pedrito



Fuente: [ Fotografía] Páliz, J. (2020)

**FiguraK4.** Ferretería PintuNorte



Fuente: [ Fotografía] Páliz, J. (2020)

**FiguraK5.** Cyber el estudiante



Fuente: [ Fotografía] Páliz, J. (2020)

**FiguraK6.** Lavandería de carros Emanuel



Fuente: [ Fotografía] Páliz, J. (2020)

**FiguraK7.** Panadería el Charrito



Fuente: [ Fotografía] Páliz, J. (2020)

**FiguraK8.** Abastos Amy



Fuente: [ Fotografía] Páliz, J. (2020)



### ANEXO M RESTAURANTES DE LA PARROQUIA URBANA DE GUANUJO

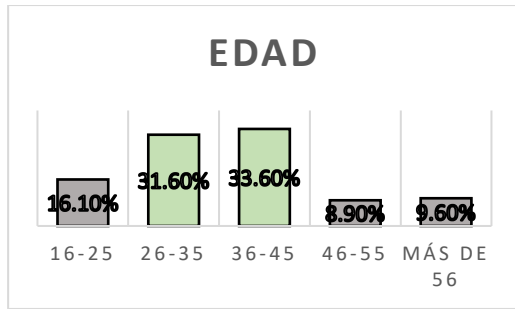
Nombre del Restaurante	Tipo de Establecimiento	Tipo de alimentación	Horario de Atención	Categoría a
PAPITAS GUANUJEÑAS	Restaurante – Comedor	Comida Rápida	A partir del medio día	Tercera
MARCELLO'S	Soda-Bar	Comida Rápida	En la noche	1 comedor cocina
LA CASA DE MAMA	Restaurante	Comida Cacera	A partir del medio día	Tercera
LA SAZÓN DE CASA DE MARÍ	Restaurante – Comedor	Comida Cacera	A partir del medio día	Tercera
ESTEFANÍA	Restaurante – Comedor	Comida Cacera	A partir del medio día	1 comedor cocina
RESTAURANTE MANABITA	Restaurante – Comedor	Comida Cacera Costeña	A partir del medio día	Tercera
PARADERO Y RESTAURANTE PARRA	Restaurante – Comedor	Comida Cacera	A partir del medio día	1 comedor cocina
DON CAFÉ RESTAURANTE	Restaurante y Cafetería	Comida Cacera	A partir del medio día	Nuevo
LA ESQUINA DEL SABOR	Restaurante	Almuerzos	A partir del medio día	Nuevo
CEVICHERÍA DOÑA LOURDES	Restaurante	Almuerzos	A partir del medio día	Nuevo

**Fuente:** Consolidado Nacional 2019. Ministerio de Turismo del Ecuador, 2020.

**ANEXO N CHECK LIST DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE A Y B DE LA PARROQUIA URBANA DE GUANUJO**

Nombre del establecimiento		Papitas Guanujeñas	Marcello's	La casa de Mama	La sazón de la casa de Mari	Estefanía	Restaurante Manabita	Paradero y restaurante parra
<b>Parámetros a Evaluar</b>								
<b>Tipo de Establecimiento</b>	Soda Bar Restaurante Comedor Cafetería Informales	X	X	X	X	X	X	X
<b>Tipo de Alimentación</b>	Asaderos Comida Cacera Típica Rápida	X	X	X	X	X	X	X
<b>Plazas</b>	8 10 12 16 40	X	X	X	X	X	X	X
<b>Infraestructura</b>	Excelente Bueno Regular	X	X	X	X	X	X	X
<b>Imagen</b>	Alto Medio Bajo	X	X	X	X	X	X	X
<b>Calidad del Producto</b>	Excelente Bueno Regular	X	X	X	X	X	X	X
<b>Calidad del servicio</b>	Excelente Bueno Regular	X	X	X	X	X	X	X
<b>Variedad en oferta</b>	Alto Medio Bajo	X	X	X	X	X	X	X

**ANEXO O CONSUMIDOR PERFIL DEL TURISTA DE LA PARROQUIA DE GUANUJO.**



### GÉNERO



47.4% 52.6%



Visita a Familiares



Religioso  
Visita Santuario



Festividades de la Parroquia

### Nivel de Instrucción



Superior

### Situación Laboral



Servidor Público

Recommendary  
visitar la parroquia



Si 98.2%  
No 1.8%

Nivel de  
Conocimiento del  
lugar



97.4% 2.6%

Medios de  
Información



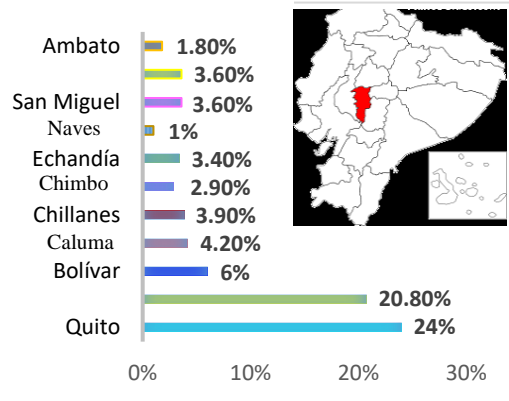
Referencia de amigos

Volvería a visitar la parroquia



98.9% 1.15%

### Lugar de Residencia



### Con quién Viaja



Familia

39.4%



Solo

22.8%



Pareja

11.9%

Compañeros Trabajo



12.2%



Amigos

13.8%

### Estado Civil

Casado Soltero Unión Viudo Divorciado



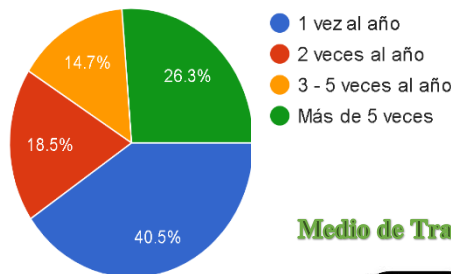
26.6% 56% 4.7% 4.7% 6.1%



### Gasto Turístico

Por persona	10-20 dólares
Por día	21-40 dólares
Por Visita	41-60 dólares

### Frecuencia del viaje



### Temporada de visita

Ferriados 48.8%

Indistinto 26.8%



### Medio de Transporte



Transporte Público

49.9%



Transporte Privado

47.7%

### Tipo de Alojamiento



40.4%



32.6%

**Anexo Q. Promoción y Difusión de la Parroquia de Guanujo**

**Páginas Web**



**Figura L1:** Publicidad GAD de Guaranda  
**Fuente:** Sitio web del GAD de Guaranda



**Figura L2:** Publicidad ViajandoX  
**Fuente:** Sitio web ViajandoX

**Videos**



**Figura L3:** Reportaje Municipio de Guaranda  
**Fuente:** YouTube



**Figura L4:** Reportaje Telemazonas  
**Fuente:** Telemazonas



**Figura L5:** Reportaje de Guaranda tv Bolívar  
**Fuente:** YouTube



**Figura L6:** Reportaje Ecuador Maravilloso: Guanujo, Provincia de Bolívar  
**Fuente:** YouTube

Promoción y Difusión de la Parroquia de Guanujo

Videos

**Figura L7:** Reportaje de Cisepp TV  
**Fuente:** YouTube



Periódicos



**Figura L8:** Comunidades de Guanujo rescata su tradición  
**Fuente :** El Comercio



**Figura L9:** Guanujo celebra el Inti Raymi con Ceremonias religiosas y eventos paganos  
**Fuente:** Periódico la Hora

Redes Sociales



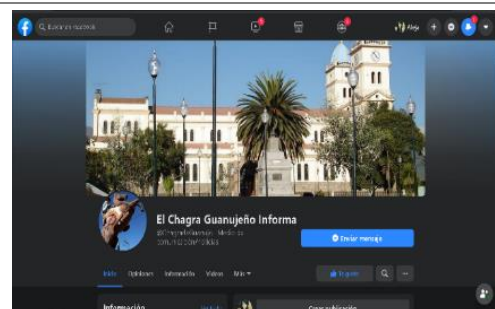
**Figura L10:** Cuenta del Comité Gral Ulpiano Páez Guanujo  
**Fuente:** Facebook



**Figura L11:** Guanujo  
**Fuente:** Facebook



**Figura L12:** Asociación de Guanujeños Residentes en Quito / **Fuente:** Facebook



**Figura L13:** El Chagra Guanujeño / **Fuente:** Facebook

## ANEXO P POLÍTICAS ADMINISTRATIVAS

Política	Ámbito
<p><u>Constitución de la República del Ecuador (2008)</u></p>	<p><b>Art 03.-</b> Garantizar a sus habitantes el derecho a una cultura de paz, a la seguridad integral y a vivir en una sociedad democrática y libre de corrupción.</p> <p><b>Art. 24.-</b> Defender el patrimonio natural y cultural del país y proteger el medio ambiente.</p> <p><b>Art 204.-</b> Promoverá e impulsará el control de entidades y organismos del sector público y de las personas naturales o jurídicas del sector privado que presten servicios o desarrollen en actividades de interés público, para que los realicen con responsabilidad, transparencia y equidad.</p> <p><b>Art. 241.-</b> La planificación garantizará el ordenamiento territorial y será obligatoria en todos los gobiernos autónomos descentralizados.</p> <p><b>Art. 275.-</b> El régimen de desarrollo es el conjunto organizado, sostenible y dinámico de los sistemas económicos, políticos, socio-culturales y ambientales, que garantizan la realización del buen vivir.</p>
<p><u>Ley de Turismo</u></p>	<p><b>Art. 01.-</b> Establecer el uso turístico racional y sostenible del Patrimonio Cultural y Natural de la Nación.</p> <p><b>Art. 02.-</b> Promover la competitividad de los productos turísticos nacionales, fomentando el desarrollo de infraestructura, la calidad de los servicios para la adecuada satisfacción de los usuarios.</p> <p><b>Art 03.-</b> La política estatal con relación al sector del turismo, debe cumplir los siguientes objetivos:</p> <p>a) Reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión, y al Estado en cuanto debe potencializar las actividades mediante el fenómeno y promoción de un producto turístico competitivo;</p> <p>b) Garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos de la Nación.</p> <p>c) Proteger al turista y fomentar la conciencia turística.</p> <p><b>Art 17.-</b> El Ministerio de Turismo coordinará asimismo con otras instituciones del sector público las políticas y normas a implementarse, a fin de no afectar el desarrollo del turismo.</p>
<p><u>COOTAD</u> (Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización)</p>	<p><b>Art 03.-</b> La igualdad de trato implica que todas las personas son iguales y gozarán de los mismos derechos, deberes y oportunidades, en el marco del respeto a los principios de interculturalidad y plurinacionalidad, equidad de género, generacional, los usos y costumbres.</p> <p><b>Art 04.-</b> Fines de los gobiernos autónomos descentralizados. Dentro de sus respectivas circunscripciones territoriales son fines de los gobiernos autónomos descentralizados:</p> <p>a) El desarrollo equitativo y solidario mediante el fortalecimiento del proceso de autonomías y descentralización</p> <p>b) El fortalecimiento de la unidad nacional en la diversidad.</p> <p>c) La recuperación y conservación de la naturaleza y el mantenimiento de medio ambiente sostenible y sustentable.</p> <p>d) La protección y promoción de la diversidad cultural y el respeto a sus espacios de generación e intercambio; la recuperación, preservación y desarrollo de la memoria social y el patrimonio cultural.</p> <p>e) La obtención de un hábitat seguro y saludable para los ciudadanos y la garantía de su derecho a la vivienda en el ámbito de sus respectivas competencias.</p> <p>f) El desarrollo planificado participativamente para transformar la realidad y el impulso de la economía popular y solidaria con el propósito de erradicar la pobreza, distribuir equitativamente los recursos y la riqueza, y alcanzar el buen vivir.</p>

---

PDOT (Plan de  
desarrollo y  
ordenamiento territorial  
de la provincia Bolívar,  
2015)

---

Herramienta indispensable que se encarga de orientar y administrar el desarrollo físico del territorio, mediante objetivos, directrices, políticas, estrategias, metas y programas.

**ANEXO Q COMPARACIÓN DE LAS MOTIVACIONES DEL TURISTA QUITEÑO CON RELACIÓN A LAS ACTIVIDADES QUE PRESENTAN EN LA PARROQUIA DE GUANUJO.**

Ociotipo	Perfil 1		Perfil 2		Perfil 3		Perfil 4	
	Cultural - Eco deportivo (22%)		Animoso – Lúdico (12%)		Festivo – Cultural (6%)		Hogareño (2%)	
Demografía	<b>Género</b>	Hombres: (44%) Mujeres: (56%)	<b>Género</b>	Hombres: (51%) Mujeres: (49%)	<b>Género</b>	Hombres: (59%) Mujeres: (41%)	<b>Género</b>	Hombres: (25%) Mujeres: (75%)
	<b>Nacionalidad</b>	Ecuatoriana	<b>Nacionalidad</b>	Ecuatoriana	<b>Nacionalidad</b>	Ecuatoriana	<b>Nacionalidad</b>	Ecuatoriana
	<b>Edad</b>	16 – 25 años	<b>Edad</b>	16 – 25 años	<b>Edad</b>	16 – 25 años	<b>Edad</b>	16 – 25 años
	<b>Estado civil</b>	Soltero	<b>Estado civil</b>	Soltero	<b>Estado civil</b>	Soltero	<b>Estado civil</b>	Soltero
	<b>Ocupación</b>	Estudiante	<b>Ocupación</b>	Estudiante	<b>Ocupación</b>	Estudiante	<b>Ocupación</b>	Estudiante
	<b>Nivel de estudio</b>	Superior (en proceso)	<b>Nivel de estudio</b>	Superior (en proceso)	<b>Nivel de estudio</b>	Superior (en proceso)	<b>Nivel de estudio</b>	Secundaria (terminado)
	<b>Presupuesto de ocio</b>	0% - 5%	<b>Presupuesto de ocio</b>	0% - 5%	<b>Presupuesto de ocio</b>	6% - 10%	<b>Presupuesto de ocio</b>	0% - 5%
	<b>Nivel de renta</b>	\$0 - \$375	<b>Nivel de renta</b>	\$0 - \$375	<b>Nivel de renta</b>	\$0 - \$375	<b>Nivel de renta</b>	\$0 - \$375
<b>Motivaciones</b>	-Gastronomía -Deportes	-Naturaleza	-Espectáculos y eventos - Gastronomía - Deportes	-Gastronomía -Cultura y raíces	-Relación	-Relación -Naturaleza	-Gastronomía	
<b>Qué elementos de la parroquia de Guanujo concuerdan con cada perfil turístico</b>	Gastronomía: Degustación de variedad de comida como chigüiles, el exquisito hornado, la chicha y la bebida típica “Pájaro azul”.  Naturaleza: la visita de lugares naturales con senderos y el poder disfrutar de la flora y fauna existente en el lugar.  Deportes: Realización de diferentes actividades deportivas en atractivos naturales como senderismo por los diferentes lugares de la parroquia.	Le llama mucho la atención los espectáculos y eventos como las fiestas del Patrono San Pedro y Semana Santa, así como disfrutar de su cultura y tradición  Gastronomía: Degustan de la variedad de platos típicos que posee la parroquia como papas con cuy que es el deleite de los turistas.  Deportes: Realizan diferentes deportes como ciclo paseo, trotar, caminar jugar básquet y fútbol.	Cultura y raíces: les gusta mucho las expresiones artísticas y el folclor que estas guardan como costumbres, tradiciones y leyendas, como: el paseo del Chagra, pase de la chamiza, entre otras.  Relación: Viajan solos o con familiares y visitan varios lugares turísticos que les permita disfrutando del paisaje y del ambiente.	Relación: Visitar el santuario e ir con la familiares y amigos a lugares naturales de ambiente tranquilo y acogedor.  Naturaleza: Visitar lugares naturales como cascadas, ríos, senderos naturales, complejos turísticos y piscinas  Gastronomía: Degustación de platos típicos del lugar como: el dulce de sambo, buñuelos y quimbolitos.				

**Fuente:** basado en el estudio de motivaciones de ocio de los residentes en Quito, por Orozco & Tonato 2018: (p.67-76).



**Anexo T. Matriz de Indicadores de Potencialidad Turística**

N°	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	<p><b>2 puntos</b> si contiene al menos 1 especies o elementos de flora, fauna o geomorfología endémica.</p> <p><b>1 punto</b> si contiene entre 10 a 20 especies o elementos de flora, fauna o geomorfología sin endemismo, pero representativas.</p> <p><b>0 puntos</b> si contiene menos de 9 especies o elementos de flora, fauna o geomorfología.</p>	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.
2	Ambiente limpio	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	<p><b>2 puntos</b> si no hay desechos en un radio de 100 metros desde el centro del atractivo.</p> <p><b>1 punto</b> si encontramos 5 o menos desechos en un radio de 100 metros, desde el centro del atractivo.</p> <p><b>0 puntos</b> si encontramos más de 5 desechos en un radio de 100 metros, desde el centro del atractivo.</p>	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.

3	Participación comunitaria en el mantenimiento del atractivo	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	<p><b>2 puntos</b> si la comunidad planifica y asiste a por lo menos 4 mingas al año.</p> <p><b>1 punto</b> si la comunidad planifica y asiste entre 1 a 3 mingas al año.</p> <p><b>0 puntos</b> si la comunidad no planifica, ni asiste a ninguna minga al año.</p>	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.	Este 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.
4	Accesibilidad universal	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	<p><b>2 puntos</b> si la accesibilidad es universal.</p> <p><b>1 punto</b> si la accesibilidad es restringida a personas con 1 discapacidad.</p> <p><b>0 puntos</b> si la accesibilidad es dificultosa para personas con 2 o más tipos de discapacidad.</p>	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 este indicador se toma en cuenta la accesibilidad universal, es el grado en el que todas 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 a que puedan tener acceso de ciertas personas con un tema específico; como escaladores, trekking, rapel, una persona que este 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.

5	Servicio de guías	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	<p><b>2 puntos</b> si hay guías permanentes para conducir grupos en los atractivos</p> <p><b>1 punto</b> si hay guías ocasionales para conducir grupos en los atractivos</p> <p><b>0 puntos</b> si no hay guías y el atractivo es autoguiado.</p>	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)	Levantamiento de información en el atractivo si cuenta con un personal capacitado para desempeñar su función. Verificación in situ de la presencia de guías.
6	Conectividad de voz y datos	Conectividad de voz y datos realizados en 4 meses.	<p><b>2 puntos</b> si la conectividad es factible en todo el lugar evaluado.</p> <p><b>1 punto</b> si existe por lo menos un punto de conectividad fija o celular en el lugar evaluado.</p> <p><b>0 puntos</b> sin conectividad.</p>	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.
7	Información del atractivo por internet	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	<p><b>2 puntos</b> si en un buscador por lo menos hay 10 enlaces directos con información del atractivo.</p> <p><b>1 punto</b> si en un buscador hay por lo menos 5 a 9 enlaces directos con información del atractivo.</p> <p><b>0 puntos</b> si en un buscador hay menos de 4 enlaces directos con información del atractivo.</p>	Se considera óptimo que un territorio tenga la suficiente cantidad de información en la internet sobre el atractivo, se tomará en cuenta solo los enlaces directos con información del lugar.	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. Este sistema facilita la búsqueda de información requerida por parte de los visitantes, el cual es de fácil acceso y manejo. (García, 2008, p. 253)	Verificación con búsquedas simples, en por lo menos dos buscadores.

8	Asociación con otros atractivos	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	<b>2 puntos</b> si existen 3 o más atractivos naturales o culturales a 1 km de distancia radial. <b>1 punto</b> si existe menos de 3 atractivos naturales o culturales a 1 km de distancia radial. <b>0 puntos</b> si no existen 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.
9	Seguridad	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	<b>2 puntos</b> 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. <b>1 punto</b> si por los menos tiene 1 o 2 de las 3 características, antes mencionadas. <b>0 puntos</b> si el lugar no posee ninguna de las 3 características antes mencionadas.	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.
10	Señalética y movilidad	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	<b>2 puntos</b> si existe por lo menos 2 señaléticas turísticas de aproximación de movilidad interna para el atractivo. <b>1 punto</b> si por lo menos hay 1 señalética turística de movilidad interna, en el atractivo. <b>0 puntos</b> si el atractivo no contiene señalética turística.	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.
11	Infraestructura de apoyo para el componente natural	Último año. Levantamiento de recolección de	<b>2 puntos</b> 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	Se podrá conocer a cabalidad la infraestructura de apoyo que cuente el territorio, el cual permita crear un ambiente de	Levantamiento fotográfico que evidencie la presencia y

		datos realizados en 4 meses.	<b>1 punto</b> si cuenta con 2 de las características antes mencionadas. <b>0 puntos</b> si cuenta con hasta 1 de las características antes mencionadas.	las características mencionadas para el desarrollo del turismo y la satisfacción del visitante en el lugar.	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)	funcionamiento de las características mencionadas.
12	Infraestructura de apoyo para el componente hechos culturales.	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	<b>2 puntos</b> si cuenta con: (1) un centro de recepción (información), (2) recorrido de visita y (3) señalización. <b>1 punto</b> si cuenta con 2 de las características antes mencionadas. <b>0 puntos</b> si cuenta con hasta 1 de las características antes mencionadas.	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.
13	Infraestructura de apoyo para el componente gastronómico	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	<b>2 puntos</b> si cuenta con: (1) un centro de expendio gastronómico, (2) servicios básicos (luz, agua, alcantarillado), (3) cajeros. <b>1 punto</b> si cuenta con 2 de las características antes mencionadas. <b>0 puntos</b> si cuenta con hasta 1 de las características antes mencionadas.	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.
14	Infraestructura de apoyo para el componente de	Último año. Levantamiento de recolección de	<b>2 puntos</b> si cuenta con: (1) un centro para festividades o eventos, (2) servicios básicos (luz, agua, alcantarillado), (3)	Se considera óptimo que un territorio tenga soporte de infraestructura según	Se podrá conocer a cabalidad la infraestructura de apoyo que cuente el territorio el cual permita crear un ambiente de	Levantamiento fotográfico que evidencie la presencia y

	festividades y eventos	datos realizados en 4 meses.	baterías higiénicas y (4) cajeros.  <b>1 punto</b> si cuenta con 2 de las características antes mencionadas. <b>0 puntos</b> si cuenta con hasta 1 de las características antes mencionadas.	las características mencionadas para el desarrollo del turismo y la satisfacción del visitante en el lugar.	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)	funcionamiento de las características mencionadas.
15	Infraestructura de apoyo para el componente de recreación	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	<b>2 puntos</b> si cuenta con: (1) un lugar para actividades recreacionales, (2) lugares de acceso universal para la actividad recreacional y (3) baterías higiénicas. <b>1 punto</b> si cuenta con 2 de las características antes mencionadas. <b>0 puntos</b> si cuenta con hasta 1 de las características antes mencionadas.	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.
16	Infraestructura de apoyo para el componente vías de acceso	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	<b>2 puntos</b> si cuenta con: (1) gasolinera, (1) mecánica, (1) lavadora de autos y (1) vulcanizadora. <b>1 punto</b> si cuenta con 2 de las características antes mencionadas. <b>0 puntos</b> si cuenta con hasta 1 de las características antes mencionadas.	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.
17		Último año. Levantamiento de	<b>2 puntos</b> si al territorio ingresan todo tipo de vehículo	Se considera óptimo que un territorio	El servicio de transporte hace referencia al traslado de	Levantamiento in situ sobre las

	Accesibilidad de tipos de transporte	recolección de datos realizados en 4 meses.	terrestre, fluvial, férreo o marítimo. <b>1 punto</b> si solo se puede ingresar con vehículo 4x4, cuadrones, camiones, camionetas, botes pequeños. <b>0 puntos</b> si se puede ingresar solo por otros medios que no sean vehículos a motor.	cuente con las facilidades de acceso vehicular, el mismo que permita el desplazamiento de las personas de un lugar a otro.	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)	características de los accesos viales al territorio.
18	Facilidades de parqueo	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	<b>2 puntos</b> si cuenta con parqueadero o muelles con espacios disponibles para buses de turismo, furgonetas, botes o todo tipo de vehículos a motor. <b>1 punto</b> si solo cuenta con espacios para vehículos a motos pequeños. <b>0 puntos</b> si no existe un servicio de parqueadero o muelles.	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.
19	Servicio de alojamiento	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	<b>2 puntos</b> si encontramos en el territorio 5 o más empresas de alojamiento. <b>1 punto</b> si encontramos en el territorio entre 2 a 4 empresas de alojamiento. <b>0 puntos</b> si encontramos en el territorio 1 o menos empresa de alojamiento.	Se considera óptimo que un territorio cuente con establecimientos de alojamiento, donde el visitante tenga la facilidad de pernotar.	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 pernoctan o 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.
20	Servicio de restauración	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	<b>2 puntos</b> si encontramos en el territorio 5 o más empresas de alimentos y bebidas. <b>1 punto</b> si encontramos en el territorio entre 2 a 4 empresas de alimentos y bebidas.	Se considera óptimo que un territorio cuente con establecimientos de restauración, donde el visitante tenga	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 diferentes	Levantamiento de información sobre los lugares que presten el servicio de alimentación.

			<b>0 puntos</b> si encontramos en el territorio 1 o menos empresas de alimentos y bebidas.	facilidad de recibir el servicio de comidas y bebidas.	necesidades por las cuales un turista se acerca a este sector. (Casanueva & Gallego, 2009, p. 159)	
21	Estado de funcionalidad del patrimonio cultural	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	<b>2 puntos</b> 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. <b>1 punto</b> si cuenta con al menos 2 o 3 de las características antes mencionadas. <b>0 puntos</b> si solo cuenta con hasta una de las características antes mencionadas.	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 de este indicador se tomará en cuenta las siguientes características; que el lugar este pintado, si posee una fachada en buen mantenimiento, si tiene un sistema de electricidad y un sistema de agua en funcionamiento, que el acceso este en buen estado y apto para todo tipo de persona. (UNESCO, 2004)	Levantamiento en el patrimonio cultural sobre el estado de funcionalidad. Verificación fotográfica.
22	Horario permanente para recibir visitantes	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	<b>2 puntos</b> si tiene un horario establecido para recibir visitantes. <b>1 punto</b> donde se puede visitar temporalmente y a ciertos horarios. <b>0 puntos</b> cuando no se puede visitar es cerrado o restringido.	Se considera óptimo que un territorio cuente con la facilidad de visita al lugar establecido, teniendo en cuenta que esté disponible en un horario continuo.	Este indicador se basa principalmente si está abierto a todo público, especifica claramente el horario de visitas, es decir, donde el público puede acceder a las instalaciones. (UNESCO, 2004)	Verificación in situ de los horarios de visitas para todo público.
23	Etnicidad gastronómica	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	<b>2 puntos</b> si al menos 2 platos o bebidas solo se preparan en el territorio evaluado. <b>1 punto</b> si al menos 1 plato o bebida solo se prepara en el territorio evaluado.	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	Levantamiento de la gastronomía local y verificación de la escala en la que es producida.



			<b>0 puntos</b> si no cuenta con platos de etnicidad gastronómica.		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)	
24	Promoción de la gastronomía	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	<b>2 puntos</b> si las comidas y bebidas locales son ofertadas permanentemente en empresas de alimentos y bebidas aptos para el visitante. <b>1 punto</b> si solo se elabora en ocasiones especiales en empresas de alimentos y bebidas aptos para el visitante. <b>0 puntos</b> 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.	<b>2 puntos</b> si utilizan más del 51% de productos locales en al menos 2 recetas propias del territorio. <b>1 punto</b> si utilizan el 50% productos internos y 50% productos externos para la preparación de al menos 1 receta propia del territorio. <b>0 puntos</b> si utilizan más del 51% de productos externos al territorio en la receta.	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.

26	Nivel de atraktividad de demanda por parte de las festividades y eventos	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	<p><b>2 puntos</b> si al menos 1 festividad o evento registra visitantes internacionales.</p> <p><b>1 punto</b> si al menos 1 festividad o evento registra visitantes nacionales.</p> <p><b>0 puntos</b> si las festividades y eventos no registran visitantes fuera del territorio.</p>	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.
27	Participación comunitaria en la gestión de festividades y eventos	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	<p><b>2 puntos</b> si en la gestión de las festividades y eventos hay colaboración de toda la comunidad: (1) actores públicos, (2) privados y (3) comunitarios.</p> <p><b>1 punto</b> si en la gestión de las festividades y eventos solo participan 2 actores de los 3 antes mencionados.</p> <p><b>0 puntos</b> si existe la colaboración de 1 solo actor.</p>	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.
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.	<p><b>2 puntos</b> si al menos 1 actividades recreacional ofertada tiene visitantes internacionales.</p> <p><b>1 punto</b> si al menos 1 actividad recreacional ofertada tiene visitantes nacionales.</p> <p><b>0 puntos</b> si las actividades recreacionales ofertadas no registran visitantes fuera del territorio.</p>	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,	Levantamiento de información sobre el tipo de visitantes que llegan por las diferentes actividades recreacionales, que se realizan en la localidad.

					observación de aves. (García, 2008, p. 254)	
29	Tipo de vías para el acceso al territorio	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	<b>2 puntos</b> si cuenta por lo menos con 1 vía arterial o de primer orden. <b>1 punto</b> si cuenta al menos con 1 vía intermunicipal o de segundo orden. <b>0 puntos</b> si cuenta solo con vías de tercer orden.	Se considera óptimo que para el acceso a un territorio se disponga de diferentes tipos de carreteras y redes viales, las cuales tendrán conexiones con otros territorios.	Nos ayudará a identificar las diferentes vías de acceso al territorio, en base a los tipos de carreteras y redes viales que constituya la movilidad terrestre de vehículos, de diferentes tipos para el transporte de personas y cargas. (MTO, 2013)	Levantamiento de información sobre el tipo de vías en el territorio. Verificación en mapas viales oficiales.
30	Condiciones generales de las vías de acceso	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	<b>2 puntos</b> 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. <b>1 punto</b> si cuenta con por lo menos 3 de las características antes mencionadas. <b>0 puntos</b> 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.	<b>2 puntos</b> si cuentan con oferta de transporte público y privado. <b>1 punto</b> si cuentan con uno de los dos tipos de transporte. <b>0 puntos</b> 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. (MTO, 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.	<p><b>2 puntos</b> 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.</p> <p><b>1 punto</b> si cuenta entre 2 a 3 zonas de cruzamiento, antes mencionadas.</p> <p><b>0 puntos</b> si cuenta con una o menos zonas de cruzamiento seguras, antes mencionadas.</p>	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.
33	Conectividad de las vías arteriales	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	<p><b>2 puntos</b> si cuentan con más de 5 vías de acceso que tienen conexión con vías de primer orden.</p> <p><b>1 punto</b> si cuentan con 3 o 4 vías de acceso con conexión con vías de primer orden.</p> <p><b>0 puntos</b> si hay menos de 2 vías con conexión a una vía de primer orden.</p>	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.
34	Seguridad vial	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	<p><b>2 puntos</b> si las vías tienen un sistema de atención de emergencias (teléfono al costado de la vía para llamadas a bomberos, ambulancias, policía, entre otros).</p> <p><b>1 punto</b> si las vías tienen conectividad a telefonía celular, para poder realizar una llamada de emergencia al 911,</p>	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.

			bomberos, ambulancias, policías.			
			<b>0 puntos</b> 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.	<p><b>2 puntos</b> si encontramos en las vías de acceso por lo menos un sitio de descanso que tenga: baterías sanitarias, cafetería y tiendas de abarrotes.</p> <p><b>1 punto</b> si encontramos en las vías de acceso por lo menos un sitio de descanso que al menos, dos de las características antes mencionadas.</p> <p><b>0 puntos</b> si encontramos en las vías de acceso un sitio de descanso que una o menos de las características mencionadas.</p>	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.
36	Vigilancia permanente	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	<p><b>2 puntos</b> si cuenta con UPC (Unidad de Policía Comunitaria), o similar.</p> <p><b>1 punto</b> si este anexo a un circuito de seguridad de otro cantón.</p> <p><b>0 puntos</b> si no cuenta con un sistema de seguridad.</p>	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.
37	Servicios de salud pública	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	<p><b>2 puntos</b> si cuenta con al menos un hospital público.</p> <p><b>1 punto</b> si cuenta con centro médico o dispensarios médicos.</p> <p><b>0 puntos</b> si no cuenta con un centro médico.</p>	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. En este sentido, busca mejorar las condiciones de salud de las comunidades mediante la promoción de estilos de vida	Verificación in situ del sistema de centros de salud.

					saludables. (Corte Constitucional del Ecuador, 2008)	
38	Centros médicos privados	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	<p><b>2 puntos</b> si existen más de 10 centros de salud privados o consultorios médicos en el territorio.</p> <p><b>1 punto</b> si existen entre 5 a 9 centros de salud privados o consultorios médicos en el territorio.</p> <p><b>0 puntos</b> si existe menos de 4 centros de salud o consultorios médicos en el territorio.</p>	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.
39	Horarios de atención centros médicos	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	<p><b>2 puntos</b> si la atención en los centros de es permanente 24/7.</p> <p><b>1 punto</b> si la atención en los centros de salud es ocasional.</p> <p><b>0 puntos</b> si la atención en los centros de salud es con previa cita u ocasional.</p>	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.
40	Servicios básicos	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	<p><b>2 puntos</b> si el 80-100% de la población cuenta con luz, agua, alcantarillado y telecomunicación.</p> <p><b>1 punto</b> si el 50-79% de la población cuenta con luz, agua, alcantarillado y telecomunicación.</p> <p><b>0 puntos</b> si menos del 49% de la población cuenta con luz, agua, alcantarillado y telecomunicación</p>	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.

41	Programa de manejo de desechos	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	<p><b>2 puntos</b> si el recolector de basura pasa por lo menos 3 veces a la semana.</p> <p><b>1 punto</b> si el recolector de basura pasa 2 veces por semana.</p> <p><b>0 puntos</b> si el recolector de basura pasa 1 o menos veces a la semana.</p>	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 a través de la recolección y separación de los distintos desechos generados. (Rainforest Alliance, 2005)	Verificación in situ. Entrevistas con la población.
42	Categorización de los alojamientos	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	<p><b>2 puntos</b> si tiene 4 o más categorías de alojamientos.</p> <p><b>1 punto</b> si tiene de 2 a 3 categorías de alojamientos.</p> <p><b>0 puntos</b> si tiene 1 o ninguna categoría de alojamientos.</p>	Se considera óptimo que dentro de un territorio exista diferentes tipos de alojamientos como: Hotel, Hostel, 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.
43	Cantidad de alojamientos	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	<p><b>2 puntos</b> si el territorio tiene entre el 80-100% de camas disponibles respecto a la provincia.</p> <p><b>1 punto</b> si el territorio tiene entre 50-79% de camas disponibles respecto a la provincia.</p> <p><b>0 puntos</b> si posee menos del 49% de camas disponibles respecto a la provincia.</p>	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 este indicador podemos identificar la cantidad de alojamientos que encontramos en un cantón, principalmente para lograr la estadía del visitante consiguiendo la satisfacción de este. (Catastro Consolidado Nacional, 2016)	Cruce entre la capacidad de camas del cantón con respecto a la provincia, según catastro turístico nacional.

44	Trabajo conjunto entre diferentes prestadores del servicio turístico.	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	<p><b>2 puntos</b> 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.</p> <p><b>1 punto</b> si existe 1 asociación que cuenta con miembros de al menos 2 de los servicios antes mencionados.</p> <p><b>0 puntos</b> si no existe asociación entre 2 o más tipos de servicios turísticos.</p>	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.	<p><b>2 puntos</b> si al menos una empresa cuenta con 1 certificación internacional y 1 nacional.</p> <p><b>1 punto</b> si al menos 1 empresa cuenta con unas de las dos certificaciones.</p> <p><b>0 puntos</b> si no cuenta con ninguna certificación.</p>	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.	<p><b>2 puntos</b> si las empresas turísticas generan más del 1.4% de empleo local con respecto a la provincia.</p> <p><b>1 punto</b> si las empresas turísticas generan entre el 1.3% al 1% de empleo local.</p> <p><b>0 puntos</b> si las empresas turísticas generan menos 0.9% de empleo local.</p>	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, este 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.	<b>2 puntos</b> si el cantón tiene 4 o más categorías de restauración. <b>1 punto</b> si el cantón tiene de 2 a 3 categorías de restauración. <b>0 puntos</b> 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, fast food, los cuales permitirán la satisfacción del visitante.	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.
48	Cantidad de restaurantes	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	<b>2 puntos</b> si el cantón tiene entre 80-100% de mesas disponibles comparado con la provincia. <b>1 punto</b> si el cantón tiene entre 50-79% de mesas disponibles comparado con la provincia. <b>0 puntos</b> si el cantón tiene menos del 49% 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 este 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.
49	Categoría de transporte turístico	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	<b>2 puntos</b> si el territorio cuenta con al menos con 2 de los 4 tipos de transporte turístico: (1) terrestre, (2) fluvial, (3) lacustre, (4) aéreo. <b>1 punto</b> si el cantón cuenta con al menos 1 de los 4 tipos de transporte turístico. <b>0 puntos</b> si no cuenta con transporte turístico.	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.
50	Tipo de transporte turístico	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	<b>2 puntos</b> si cuenta con al menos 4 tipos de unidades de transporte turístico como: (1) buses, (2) busetas, (3) automóviles, (4) avión, (5)	Se considera óptimo que dentro de un territorio exista transporte turístico como: buses, busetas,	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	Verificación in situ de los diversos tipos de transporte turístico con los

			<p>avioneta, (5) helicóptero, (6) barcos, (7) canoas, (8) lanchas, (9) balsas, entre otros.</p> <p><b>1 punto</b> si cuenta entre 2 o 3 de los diferentes tipos de transporte.</p> <p><b>0 puntos</b> si cuenta con 1 o menos tipos de transporte turístico.</p>	<p>automóviles, barcos, lanchas, canoas, balsas, avión, avioneta, helicóptero, los cuales faciliten el desplazamiento del visitante.</p>	<p>debidamente habilitados, desde que cuenta el territorio.</p> <p>y hacia los establecimientos o sitios de interés turístico. (Ministerio de Transporte Terrestres, 2008)</p>	
51	Cantidad de transporte turístico en el territorio	<p>Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.</p>	<p><b>2 puntos</b> si cuenta con 8 o más unidades de transporte turístico.</p> <p><b>1 punto</b> si cuento con 2 a 7 unidades de transporte turístico.</p> <p><b>0 puntos</b> si cuenta con 1 o ninguna unidad de transporte turístico.</p>	<p>Se considera óptimo que dentro de un territorio existan varias unidades de transporte turístico.</p>	<p>En este indicador podemos identificar la cantidad de transporte turístico que tiene el territorio, principalmente para lograr satisfacer la necesidad de desplazamiento del visitante. (Catastro Consolidado Nacional, 2016)</p>	<p>Verificación in situ del número de unidades de transporte turístico que operan en el territorio.</p>
52	Tipo de visitantes que llegan por la operación turística	<p>Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.</p>	<p><b>2 puntos</b> si llegan las (2) clases de turistas por concepto de operación turística del territorio ((1) doméstico y (2) receptivo).</p> <p><b>1 punto</b> si llega 1 de las 2 clases de visitante.</p> <p><b>0 puntos</b> si no llega ningún tipo de visitante por concepto de operación turística.</p>	<p>Se considera óptimo que dentro de un territorio existan diferentes tipos de visitantes, mediante los cual favorezcan el desarrollo del lugar de estudio.</p>	<p>Se tomará en cuenta principalmente la operación turística manejada por empresas (agencias de viajes). (Sancho, 1998, p. 47)</p>	<p>Verificación in situ mediante encuesta.</p>
53	Género del visitante	<p>Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.</p>	<p><b>2 puntos</b> si existe al menos una relación de 42% mujeres y 58% hombres en el lugar, lo que se considera equitativo.</p> <p><b>1 punto</b> si existe una relación de 59% de hombre o mujeres lo que no es equitativo.</p>	<p>Se considera óptimo que dentro de un territorio exista la equidad de género para el uso de los servicios turísticos.</p>	<p>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)</p>	<p>Verificación in situ mediante encuesta.</p>

			<b>0 puntos</b> si solo un género visita el lugar.			
54	Rango de edad del visitante	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	<b>2 puntos</b> si el territorio es visitado por personas de todo tipo de edad. <b>1 punto</b> si el territorio es visitado por niños, jóvenes y adultos. <b>0 puntos</b> si el territorio es visitado solo por dos grupos de edad.	Se considera óptimo que dentro de un territorio 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 parte del visitante	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	<b>2 puntos</b> si los visitantes llegan de 5 a más veces al año. <b>1 punto</b> si los visitantes llegan entre 2 a 4 veces al año. <b>0 puntos</b> si los visitantes llegan solo 1 vez 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 sea fiel a un producto o un servicio, este 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. (Venemedía, 2014)	Verificación in situ mediante encuesta.
56	Motivación de viaje del visitante	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	<b>2 puntos</b> 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	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	Verificación in situ mediante encuesta.

			familiares y amigos, (6) turismo de aventura, (7) eventos culturales, (8) turismo de deportes, (9) compras, (10) profesional/negocios, entre otros.		necesidades que afectan a todos los individuos y se hayan dispuestas jerárquicamente en un orden de preferencia para ser satisfechas.	
			<b>1 punto</b> si los visitantes manifiestan llegar por entre 2 a 4 motivaciones de viaje.			
			<b>0 puntos</b> 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.	<b>2 puntos</b> si los visitantes llegan: (1) solos, (2) en pareja y (3) en grupo (amigos, familia). <b>1 punto</b> si los visitantes llegan de 2 formas de las 3 estipuladas. <b>0 puntos</b> si llega solo de 1 forma grupal.	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.
58	Entidades que promueven la promoción y comercialización del territorio	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	<b>2 puntos</b> si la promoción y difusión es por parte del (1) Gobierno Autónomo Descentralizado y los (2) prestadores de servicios turísticos <b>1 punto</b> si la promoción y difusión es por parte de 1 de los dos actores turísticos. <b>0 puntos</b> si no existe ninguna promoción y difusión del territorio.	Se considera óptimo que, en un territorio, tenga una promoción y comercialización por parte de las entidades públicas y privadas.	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 las personas a comprar lo que una organización vende. (García, 2008, p. 251)	Verificación de la promoción hecha por los actores del territorio.
59	Nivel de promoción y comercialización en el territorio	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	<b>2 puntos</b> si existe una promoción a escala (1) local, (2) nacional e (3) internacional. <b>1 punto</b> si cuenta con 2 de las 3 escalas de promoción.	Se considera óptimo que un territorio cuente con los diferentes niveles de	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.

			<b>0 puntos</b> si existe 1 o ninguna escala de promoción.	promoción y comercialización.		
60	Medios de difusión del territorio	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	<b>2 puntos</b> 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. <b>1 punto</b> si por lo menos se ha realizado información en 2 o 3 de los medios antes mencionados. <b>0 puntos</b> si se han utilizado en 1 o menos medios de promoción.	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.
61	Diversificación de idiomas en la promoción	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	<b>2 puntos</b> si el territorio cuenta con material promocional en 3 o más idiomas. <b>1 punto</b> si el territorio cuenta con material promocional por lo menos en 2 idiomas. <b>0 puntos</b> si el territorio cuenta con material promocional por lo menos en 1 idioma.	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.
62	Cantidad de operadoras de viaje	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	<b>2 puntos</b> si existen 4 o más operadoras turísticas en el territorio. <b>1 punto</b> si existe 2 a 3 operadoras turísticas en el territorio. <b>0 puntos</b> 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.	<p><b>2 puntos</b> si el territorio posee 1 Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial, que sea actualizado a la fecha de evaluación</p> <p><b>1 punto</b> si por lo menos posee 1 Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial, aunque no esté completo o actualizado.</p> <p><b>0 puntos</b> si no posee ningún Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial</p>	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.	<p><b>2 puntos</b> si el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial por lo menos tiene 3 o más estrategias vinculadas al desarrollo del turismo.</p> <p><b>1 punto</b> si el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial por lo menos tienen 1 o 2 estrategias vinculadas al desarrollo del turismo.</p> <p><b>0 puntos</b> si el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial no contempla ninguna estrategia vinculada al desarrollo del turismo.</p>	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 realizados en 4 meses.	<p><b>2 puntos</b> si dentro del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial se habla directamente de un plan de desarrollo del turismo.</p> <p><b>1 punto</b> si dentro del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial se habla indirectamente del turismo.</p>	Se considera óptimo que dentro del PDOT que maneja un territorio se mencione, objetivos estratégicos que hablen sobre el turismo y desarrollo en actividades turísticas que	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

			<b>0 puntos</b> si no se habla nada sobre turismo.	contribuyan a la economía de este.		
66	Centro de información	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	<b>2 puntos</b> si existe 1 centro de información turística. <b>1 punto</b> si por lo menos hay 1 agente que brinde información turística en el Gobierno Autónomo Descentralizado. <b>0 puntos</b> si no tiene ninguna de las opciones antes mencionadas.	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.
67	Funcionarios en la dirección de turismo	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	<b>2 puntos</b> si tiene 3 o más funcionarios en la dirección de turismo. <b>1 punto</b> si por lo menos hay 1 o 2 funcionarios en la dirección de turismo. <b>0 puntos</b> si no tiene ningún funcionario encargado del 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.
68	Colaboración de instituciones con el territorio	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	<b>2 puntos</b> 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. <b>1 punto</b> si el desarrollo del turismo cuenta con el respaldo de al menos 2 actores de los antes mencionados. <b>0 puntos</b> si el desarrollo del turismo cuenta con 1 o ningún	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.

			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.	<p><b>2 puntos</b> 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.</p> <p><b>1 punto</b> si se encuentra en la web del Gobierno Autónomo Descentralizado el dato de la dirección de turismo.</p> <p><b>0 puntos</b> si no se puede encontrar datos de la persona encargada del desarrollo del turismo en el territorio.</p>	Se considera óptimo que la persona encargada del desarrollo turístico en el territorio tenga datos de contacto visibles al público en general.	En este 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.
70	Alineación con tendencias turísticas	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	<p><b>2 puntos</b> 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.</p> <p><b>1 punto</b> si en el territorio se ofrecen actividades alineadas con 2 o 4 tendencias del turismo.</p> <p><b>0 puntos</b> si en el territorio se ofrecen 1 o menos actividades alineadas con las tendencias del turismo.</p>	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 tiene que 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.



71	Existencia de departamento, gerencia o subgerencia de turismo perteneciente al Gobierno Autónomo Descentralizado	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	<p><b>2 puntos</b> si el territorio cuenta con un departamento de turismo perteneciente al Gobierno Autónomo Descentralizado.</p> <p><b>1 punto</b> 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.</p> <p><b>0 puntos</b> si el territorio no cuenta con departamento perteneciente al Gobierno Autónomo Descentralizado.</p>	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, promoción y comercialización de los productos turísticos de su demarcación territorial. (Romero, C.)	Verificación mediante visita de campo al Gobierno Autónomo Descentralizado
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.	<p><b>2 puntos</b> si la entidad de turismo encargada cuenta con 5 o más convenios de investigación en turismo con instituciones académicas de investigación.</p> <p><b>1 punto</b> si la entidad de turismo encargada cuenta con 4 o 3 convenios de investigación en turismo con instituciones académicas.</p> <p><b>0 puntos</b> si la entidad de turismo encargada de cuenta con 2 o menos convenios de investigación en turismo con instituciones académicas.</p>	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	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	<b>2 puntos</b> si la institución reguladora de turismo del territorio realiza por lo menos 4 investigaciones sobre turismo al año.	Se considera óptimo que la institución reguladora del turismo en el territorio realice	Es el conjunto de procesos, organizado y sistemático que busca el mejor conocimiento de los sistemas turísticos, tanto en su estructura interna (servicio	Verificación mediante investigación en la entidad de

	regulación del turismo.		<p><b>1 punto</b> si la institución reguladora de turismo del territorio realiza por lo menos 2 o 3 investigaciones de turismo al año.</p> <p><b>0 puntos</b> si la institución reguladora de turismo del territorio realiza 1 o menos investigación por año.</p>	una investigación por semestre.	turístico - turista) como en su relación espacio temporal con otros sistemas o entornos. (Torres, E. 2006)	turismo encargada.
74	Registro de los emprendimientos turísticos con los que cuenta el territorio en una entidad reguladora de las actividades turísticas.	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	<p><b>2 puntos</b> si la entidad reguladora de las actividades turísticas lleva un registro trimestral de los emprendimientos turísticos del territorio.</p> <p><b>1 punto</b> si la entidad reguladora de las actividades turísticas lleva un registro semestral o anual de los emprendimientos turísticos del territorio</p> <p><b>0 puntos</b> si la actividad reguladora no lleva un registro de los emprendimientos turísticos del territorio.</p>	Se considera óptimo que la entidad reguladora de las actividades turísticas lleve un registro de los emprendimientos turísticos del territorio.	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
75	Número de alianzas con fines turísticos entre el sector público y privado fines turísticos entre el senador a por parte de la institucibles para que los datos se pongan a disposición	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	<p><b>2 puntos</b> existen al menos 5 tipos de alianzas con fines turísticos entre los sectores (público, privado y comunitario)</p> <p><b>1 punto</b> si existen entre 2 a 4 tipos de alianzas con fines turísticos entre los sectores (público, privado y comunitario)</p> <p><b>0 puntos</b> si existe 1 o ningún tipo de alianza con fines turísticos entre los sectores</p>	Se considera óptimo que exista al menos tres tipos que existan 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.

		(público, privado y comunitario)				
76	Gasto turístico	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	<p><b>2 puntos</b> si el visitante gasta por día 26 USD o más en su visita al territorio.</p> <hr/> <p><b>1 punto</b> si el visitante gasta por día entre 10 a 25 USD, en su visita al territorio.</p> <hr/> <p><b>0 puntos</b> si el visitante gasta por día menos de 9 USD, en su visita al territorio.</p>	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)
77	Estudios de capacidad de carga	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	<p><b>2 puntos</b> si la entidad encargada cuenta con por lo menos 1 estudio de capacidad de carga de sus atractivos en el último año.</p> <hr/> <p><b>1 punto</b> si la entidad encargada cuenta con por lo menos 1 estudios de capacidad de carga mayor a 1 año, pero menor de 5 años.</p> <hr/> <p><b>0 puntos</b> si la entidad encargada no cuenta con estudios de capacidad de carga.</p>	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.	<p><b>2 puntos</b> si en el territorio al momento de ejercer una actividad turística, se observa políticas de comportamiento en 2 más idiomas.</p> <p><b>1 punto</b> si en el territorio al momento de ejercer una actividad turística, se observa políticas de comportamiento en 1 idioma.</p> <p><b>0 puntos</b> si en el territorio no se observa políticas de comportamiento para el visitante, al momento de ejercer una actividad turística.</p>	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.	<p><b>2 puntos</b> si la institución encargada mantiene 1 control semestral con respecto a la fijación de precios en los prestadores de servicios turísticos.</p> <p><b>1 punto</b> si la institución encargada mantiene un control anual con respecto a la fijación de precios en los prestadores de servicios turísticos.</p> <p><b>0 puntos</b> si la institución encargada no mantiene un control con respecto a la fijación de precios en los prestadores de servicios turísticos.</p>	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.
80	Control en actividades de aventura	Último año. Levantamiento de recolección de	<p><b>2 puntos</b> si la institución encargada de las actividades turísticas mantiene un control semestral con respecto a la</p>	Se considera óptimo que dentro de un territorio se mantenga un control para la	Actividades que impliquen interacción con el medio ambiente natural y que contengan elementos de riesgo	Verificación mediante entrevista en la

		datos realizados en 4 meses.	práctica de los deportes de aventura.	práctica de los deportes de aventura, por parte de la institución encargada.	aparente o real cuyo resultado, aunque incierto, puede estar influenciado por el perfil del participante y otras circunstancias de manera relativa. (Ewer, 1989)	institución encargada
			<b>1 punto</b> si la institución encargada de las actividades turísticas mantiene un control anual con respecto a la práctica de los deportes de aventura.			
			<b>0 puntos</b> 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.	<b>2 puntos</b> si entre el 80-100% de establecimientos turísticos en el cantón, cuentan con licencia de funcionamiento. <b>1 punto</b> si entre el 50-79% de establecimientos turísticos en el cantón, cuentan con licencia de funcionamiento. <b>0 puntos</b> si menos del 49% 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 de este. (Diario Oficial el peruano, 2012)	Verificación in situ, mediante establecimientos que brindan servicio turístico
82	Temporada de visita al territorio, por parte del visitante	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	<b>2 puntos</b> si los visitantes llegan al territorio de manera indistinta, es decir, (1) entre semana, (2) fines de semana, (3) vacaciones o (4) feriados. <b>1 punto</b> si los visitantes, llegan al territorio solo en 2 de las 4 posibles temporalidades descritas.	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, este debe tener la	Verificación in situ mediante encuesta.

			<b>0 puntos</b> si los visitantes llegan al territorio por 1 o ninguna de las temporalidades descritas.	donde más viajan los visitantes.	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)	
83	Consumo de alojamiento, por parte de los visitantes	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	<b>2 puntos</b> si más del 50% de visitantes, consumen el servicio de alojamiento durante su estadía. <b>1 punto</b> si entre el 15% al 49% de visitantes, consumen el servicio de alojamiento durante su estadía. <b>0 puntos</b> si menos del 15% de los 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.
84	Calificación de los visitantes al servicio turístico de alojamiento	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	<b>2 puntos</b> si más del 80% de los visitantes calificaron como excelente su experiencia con respecto al servicio de alojamiento en el territorio. <b>1 punto</b> si entre el 51 al 79% de los visitantes calificaron como muy bueno su experiencia con respecto al servicio de alojamiento en el territorio. <b>0 puntos</b> si más del 50% de los visitantes calificaron como bueno o malo 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.

85	Calificación de los visitantes al servicio turístico de alimentación	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	<p><b>2 puntos</b> si más del 80% de los visitantes calificaron como excelente su experiencia con respecto al servicio de alimentación en el territorio.</p> <p><b>1 punto</b> si entre el 51 al 79% los visitantes calificaron como muy bueno su experiencia con respecto al servicio de alimentación en el territorio.</p> <p><b>0 puntos</b> si el 50% o más de los visitantes calificaron como bueno o malo su experiencia con respecto al servicio de alimentación en el territorio.</p>	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.
86	Duración de la estadía por parte del visitante	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	<p><b>2 puntos</b> si los visitantes se quedan en el territorio por más de 4 días.</p> <p><b>1 punto</b> si los visitantes se quedan en el territorio entre 2 y 3 días.</p> <p><b>0 puntos</b> si los visitantes se quedan en el territorio por solo 1 día.</p>	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.
87	Cercanía a un aeropuerto o terminal terrestre	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	<p><b>2 puntos</b> si el terminal/aeropuerto se encuentra entre 10 y 30 kilómetros de distancia del centro poblado más importante del territorio evaluado.</p> <p><b>1 punto</b> si el terminal/aeropuerto se encuentra entre 31 y 60 kilómetros de distancia del centro poblado más importante del territorio evaluado.</p>	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

			<b>0 puntos</b> 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. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	<b>2 puntos</b> si tiene una agencia dual y un operador turístico. <b>1 punto</b> si tiene una de las categorías antes mencionadas. <b>0 puntos</b> si no tiene ninguna de categoría.	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 (Paradais, s.f).	Verificación in situ. Verificación catastro turístico nacional.
89	Nivel de satisfacción del visitante	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	<b>2 puntos</b> si más del 80% de los visitantes recomienda o volverían al territorio. <b>1 punto</b> si entre 50-79% de los visitantes recomiendan o volvería al territorio. <b>0 puntos</b> 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.	<b>2 puntos</b> si el territorio ha participado en al menos 2 de los siguientes eventos: (1) ferias, (2) exposiciones o (3) convenciones turísticas en un año. <b>1 punto</b> si el territorio ha participado en 1 evento de los antes mencionados, en un año <b>0 puntos</b> 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.	<p><b>2 puntos</b> si el territorio maneja datos reales de la procedencia de los turistas, de forma anual.</p> <p><b>1 punto</b> si el territorio implicado maneja datos reales de la procedencia de los turistas, cada tres años.</p> <p><b>0 puntos</b> si el territorio implicado no maneja datos de la procedencia de los turistas.</p>	Se considera óptimo que dentro de un territorio cuente con el manejo 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 realizados en 4 meses.	<p><b>2 puntos</b> si el territorio implicado realiza encuestas anuales, de la atención que tiene el cliente en las diferentes instalaciones prestadoras de servicios turísticos.</p> <p><b>1 punto</b> 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.</p> <p><b>0 puntos</b> si el territorio no tiene encuestas de atención al visitante con una vigencia de al menos 3 años de antigüedad.</p>	Se considera óptimo que dentro del territorio realice encuestas de calificación para saber el tipo de atención que recibe el cliente.	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
93	Bienestar a la población local	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	<p><b>2 puntos</b> si el territorio tiene datos sobre los impactos del turismo en la población local anualmente.</p> <p><b>1 punto</b> si el territorio tiene datos sobre los impactos del turismo en la comunidad local no más antiguos de 3 años.</p>	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	Verificación mediante entrevista al Gobierno Autónomo Descentralizado

			<b>0 puntos</b> si el territorio no datos sobre el impacto del turismo en la población local		las localidades, al desarrollo sustentable y a las potencialidades del territorio y la sociedad local. (Carvajal, 2011)	
94	Impacto económico del turismo en el territorio	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses.	<b>2 puntos</b> si el territorio tiene datos sobre el impacto del turismo en la economía local <u>anualmente</u> <b>1 punto</b> si el territorio tiene datos sobre el impacto económico del turismo en la comunidad local no más antiguos de 3 años. <b>0 puntos</b> si el territorio no datos sobre el impacto económico del turismo en la población local	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
95	Campañas de protección ambiental (GAD)	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses	<b>2 puntos</b> si el GAD proporciona al menos 3 campañas sobre protección ambiental al año <b>1 punto</b> si el GAD proporciona al menos 1 o 2 campañas sobre protección ambiental al año <b>0 puntos</b> si el GAD no cuenta con ninguna campaña de protección ambiental	Se considera óptimo que dentro de un territorio exista campañas trimestrales sobre la protección ambiental	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 Naturaleza, la conservación del paisaje, la esencia del ocio y la planificación de zonas verdes en las poblaciones. (Bru, 2000)	Verificación mediante entrevista al Gobierno Autónomo Descentralizado
96	Programa de Buenas Prácticas Ambientales de las empresas del sector turístico	Último año. Levantamiento de datos realizados en 4 meses	<b>2 puntos</b> si al menos 20 empresas del sector turístico cuentan con un programa de Buenas Prácticas Ambientales <b>1 punto</b> si al menos 10-19 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	Buenas Prácticas Ambientales se pueden definir como aquellas acciones que pretenden reducir el impacto ambiental negativo que causan lo procesos productivos a través de cambios en la organización de los	Verificación in situ, en empresas del sector turístico

			<b>0 puntos</b> si menos de 9 empresas del sector turístico cuentan con un programa de Buenas Prácticas Ambientales	negativo ambiental que estas producen	procesos y las actividades. (LíneaVerde,2019)	
97	Servicios higiénicos públicos	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses	<b>2 puntos</b> si en el territorio se encuentran al menos 2 servicios higiénicos públicos <b>1 punto</b> si en el territorio se encuentra al menos 1 servicio higiénico públicos <b>0 puntos</b> si en el territorio no se encuentran servicios higiénicos públicos	Se considera óptimo que un territorio cuente con servicios higiénicos públicos, para una mejor comodidad del turista.	Todo territorio continental e insular debe tener servicios higiénicos públicos o baterías sanitarias, deben ser dotados de equipamiento y accesorios mínimos. (Ministerio de Salud Pública, 2012).	Verificación in situ de servicios higiénicos públicos en el territorio
98	Profesionales de turismo que trabajan en los establecimientos.	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses	<b>2 puntos</b> si en el territorio al menos el 50% de las empresas contratan profesionales en turismo <b>1 punto</b> si en el territorio se encuentra 30-49% de las empresas contratan profesionales en turismo <b>0 puntos</b> si en el territorio se encuentra el 29% o menos de las empresas contratan 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 comercializar servicios turísticos. (Inspiraciónala Etica, 2015)	Verificación en empresas de servicio turístico, verificación en GAD, área de turismo.
99	Plan de desarrollo turístico Local	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses	<b>2 puntos</b> si cuentan con un plan de desarrollo turístico local vigente. <b>1 punto</b> si tiene un plan de desarrollo turístico local de menos de 3 años de antigüedad. <b>0 puntos</b> si no tiene un plan de desarrollo turístico local.	Se considera óptimo que un territorio cuente con un Plan de desarrollo turístico local, el cual brinde información a la población y a los visitantes.	El plan de desarrollo turístico local es una herramienta que brinda los lineamientos generales para la gestión turística de un determinado territorio, y orienta las acciones que se deben realizar para lograr un desarrollo turístico sostenible e inclusivo. (FAO.2020)	Verificación de la presencia de un Plan de desarrollo turístico local, aprobado y en ejecución.

100	Delincuencia reportada por turistas	Último año. Levantamiento de recolección de datos realizados en 4 meses	<p><b>2 puntos</b> si en el territorio no hay registros de ataques a turistas</p> <hr/> <p><b>1 punto</b> si en el territorio existen hasta 2 ataques a turistas, sin daños mayores</p> <hr/> <p><b>0 puntos</b> si en el territorio existen denuncias de ataques mayores o robos de cuantía a turistas</p>	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.
-----	-------------------------------------	---	---	--	---

**ANEXO R MATRIZ GENERAL DE EVALUACIÓN DE LA POTENCIALIDAD DEL TERRITORIO**

N.º	Indicador de evaluación	Componente natural	Componentes hechos	Componente	Componente festividades y	Componente actividades	Componente vías de	Componente seguridad,	Componente servicios	Componente	Componente promoción y	Componentes políticas	Componente
1	Contenido de flora, fauna y geomorfología	X											
2	Ambiente limpio	X											
3	Participación comunitaria en el mantenimiento del atractivo												
4	Accesibilidad universal	X	X		X				X				
5	Servicio de guías												
6	Conectividad de voz y datos	X				X		X					
7	Información del atractivo por internet	X											
8	Asociación con otros atractivos			X	X				X				
9	Seguridad	X						X					
10	Señalética y movilidad					X							
11	Infraestructura de apoyo para el componente natural	X							X				
12	Infraestructura de apoyo para el componente hechos culturales		X										
13	Infraestructura de apoyo para el componente gastronómico			X		X							
14	Infraestructura de apoyo para el componente de festividades y eventos		X		X								
15	Infraestructura de apoyo para el componente de recreación				X								
16	Infraestructura de apoyo para el componente vías de acceso				X	X	X						
17	Accesibilidad de tipos de transporte					X							
18	Facilidades de parqueo		X										
19	Servicio de alojamiento												
20	Servicio de restauración		X										
21	Estado de funcionalidad del patrimonio cultural	X				X							
22	Horario permanente para recibir visitantes					X		X					
23	Etnicidad gastronómica			X									
24	Promoción de la gastronomía			X	X								
25	Productos para la preparación gastronómica			X	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		X								
28	Tipo de vías para el acceso al territorio						X						
29	Condiciones generales de las vías de acceso						X						

30	Tipo de transporte						X		X				
31	Zonas de cruzamiento						X						
32	Conectividad de las vías arteriales						X						
33	Seguridad vial						X	X					
34	Facilidades de puntos de descanso en las vías de acceso						X						
35	Vigilancia permanente						X						
36	Servicios de salud pública												
37	Centros médicos privados			X			X	X					
38	Horarios de atención centros médicos	X			X								
39	Servicios básicos												
40	Programa de manejo de desechos												
41	Categorización de los alojamientos		X	X	X				X				
42	Cantidad de alojamientos												
43	Trabajo conjunto entre diferentes prestadores del servicio turístico.	X		X									X
44	Certificaciones de calidad nacionales e internacionales			X									
45	Cantidad de empleo generado			X					X				
46	Categorización de restaurantes					X		X					
47	Cantidad de restaurantes	X				X		X					
48	Categoría de transporte turístico					X		X					
49	Tipo de transporte turístico								X				
50	Cantidad de transporte turístico en el territorio		X	X	X				X				
51	Tipo de visitantes que llegan por la operación turística	X	X		X	X			X				
52	Género del visitante		X	X	X				X				
53	Rango de edad del visitante	X	X			X							
54	Frecuencia de visita al territorio, por parte del visitante												
55	Motivación de viaje del visitante	X											
56	Conformación del grupo de visitantes	X	X	X						X			
57	Entidades que promueven la promoción y comercialización del territorio									X			
58	Nivel de promoción y comercialización en el territorio										X	X	
59	Medios de difusión del territorio										X		
60	Diversificación de idiomas en la promoción										X	X	
61	Cantidad de operadoras de viaje												
62	Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (PDOT)												
63	Estrategias que estén vinculados al turismo dentro del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (PDOT)	X		X				X					X
64	Plan de desarrollo del turismo en el PDOT												X
65	Centro de información							X		X			
66	Funcionarios en la dirección de turismo							X	X				

67	Colaboración de instituciones con el territorio													
68	Acceso a datos de los agentes encargados del turismo													
69	Alineación con tendencias turísticas			X							X			
70	Existencia de departamento, gerencia o subgerencia de turismo perteneciente al GAD													
71	Convenios de investigación turística entre la entidad de turismo encargada y las instituciones académicas de investigación.	X	X		X				X				X	
72	Número de investigaciones que se realiza por parte de la institución de regulación del turismo.	X	X			X								
73	Registro de los emprendimientos turísticos con los que cuenta el territorio en una entidad reguladora de las actividades turísticas.		X		X							X		
74	Número de alianzas con fines turísticos entre el sector público y privado fines turísticos entre el senador a por parte de las instituciones para que los datos se pongan a disposición.	X							X			X		
75	Gasto turístico				X							X		
76	Estudios de capacidad de carga								X				X	
77	Implementación de políticas de comportamiento del visitante en la actividad turística			X		X				X	X			
78	Políticas de fijación de precios en servidores turísticos				X				X	X				
79	Control en actividades de aventura								X	X				
80	Obtención de licencia de funcionamiento								X					
81	Temporada de visita al territorio, por parte del visitante								X	X				
82	Consumo de alojamiento, por parte de los visitantes													
83	Calificación de los visitantes al servicio turístico de alojamiento													
84	Calificación de los visitantes al servicio turístico de alimentación													
85	Duración de la estadía por parte del visitante							X						
<b>TOTAL</b>		<b>16</b>	<b>17</b>	<b>18</b>	<b>18</b>	<b>14</b>	<b>13</b>	<b>13</b>	<b>18</b>	<b>16</b>	<b>9</b>	<b>12</b>		

### Leyenda

**C.N: Componente Natural.**

**C.H.C:** Componente Hechos Culturales.

**C.G:** Componente Gastronomía

**C.F.E:** Componente Festividades y eventos.

**C.A.R: Componente Actividades recreacionales.**

**C.V.A:** Componente Vías de acceso.

**C.S.S.SB:** Componente Seguridad, salud, servicios básicos.

**C.S.T:** Componente Servicios turísticos.

ANEXO S *MATRIZ DE VALORACIÓN DEL COMPONENTE NATURAL*

N°	Indicador de evaluación	Forma de cálculo	Nombre de los atractivos								Total
			Ríos		Montañas	Quebradas	Lagos-Laguna	Lagunas	Área protegida		
			Salinas	Mailona	Loma dulce	Suruguayco	Lago las cochas	Patococha Jatumpamb	El arenal	Protegida Chimboraz	
1	Contenido de flora, fauna y geomorfología	2 puntos si contiene al menos una especie o elementos de flora, fauna o geomorfología endémica.	1	1	2	1	0	2	2	0	9
		1 punto si contiene entre 10 a 20 especies o elementos de flora, fauna o geomorfología sin endemismo.									
		0 punto 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	1	1	1	1	2	2	2	11
		1 punto si encontramos 5 o menos desechos en un radio de 100 metros, desde el centro del atractivo.									



		<b>0 punto</b> si encontramos más de 5 desechos en un radio de 100 metros, desde el centro del atractivo.									
<b>3</b>	Participación comunitaria en el mantenimiento del atractivo	<b>2 puntos</b> si la comunidad planifica y asiste a por lo menos 4 mingas al año.	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
		<b>1 punto</b> si la comunidad planifica y asiste entre 1 a 3 mingas al año.									
		<b>0 punto</b> si la comunidad no planifica, ni asiste a ninguna minga al año.									
<b>4</b>	Accesibilidad universal	<b>2 puntos</b> si la accesibilidad es universal.	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>16</b>
		<b>1 punto</b> si la accesibilidad es restringida a personas con 1 discapacidad.									
		<b>0 punto</b> si la accesibilidad es dificultosa para personas con 2 o más tipos de discapacidad.									
<b>5</b>	Servicio de guías	<b>2 puntos</b> si hay guías permanentes para conducir grupos.	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
		<b>1 punto</b> si hay guías ocasionales para conducir grupos.									
		<b>0 punto</b> si no hay guías y el atractivo es autoguiado.									
<b>6</b>	Conectividad de voz y datos	<b>2 puntos</b> si la conectividad es factible en todo el lugar evaluado.	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
		<b>1 punto</b> si existe por lo menos un punto de conectividad fija o celular en el lugar evaluado.									
		<b>0 punto</b> sin conectividad.									
<b>7</b>	Información del atractivo por internet	<b>2 puntos</b> si en un buscador por lo menos hay 10 enlaces directos con información del atractivo.	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>4</b>

		<p><b>1 punto</b> si en un buscador hay por lo menos 5 a 9 enlaces directos con información del atractivo.</p> <p><b>0 punto</b> si en un buscador hay menos de 4 enlaces directos con información del atractivo.</p>									
<b>8</b>	Asociación con otros atractivos	<p><b>2 puntos</b> si existen 3 o más atractivos naturales o culturales a 1 km de distancia radial.</p> <p><b>1 punto</b> si existe menos de 3 atractivos naturales o culturales a 1 km de distancia radial.</p> <p><b>0 punto</b> si no existen atractivos naturales o culturales a 1 km de distancia radial.</p>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>5</b>
<b>9</b>	Seguridad	<p><b>2 puntos</b> si el lugar cuenta con un sistema de seguridad con al menos: un guardia, un botiquín y una persona certificada en primeros auxilios.</p> <p><b>1 punto</b> si por los menos tiene una o dos de las tres características, antes mencionadas.</p> <p><b>0 punto</b> si el lugar no posee ninguna de las tres características antes mencionadas.</p>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>10</b>	Señalética y movilidad	<p><b>2 puntos</b> si existe por lo menos una señalética turística de aproximación de movilidad interna, en el atractivo.</p> <p><b>1 punto</b> si por lo menos hay una señalética turística de movilidad interna, en el atractivo.</p> <p><b>0 punto</b> si el atractivo no contiene señalética turística.</p>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>4</b>

1 1	Infraestructura de apoyo para el componente natural	2 puntos si cuenta con: un centro de recepción (información), senderos y baterías higiénicas.	0	0	0	0	1	0	2	2	5
		1 punto si cuenta con dos de las características antes mencionadas.									
		0 punto si cuenta con hasta una de las características antes mencionadas.									
1 2	Accesibilidad de tipos de transporte	2 puntos si ingresan todo tipo de vehículo.	2	1	1	1	2	1	2	2	12
		1 punto si solo se puede ingresar con vehículo 4x4, cuadrones, camiones, camionetas.									
		0 punto si se puede ingresar solo por otros medios que no sean vehículos a motor.									
1 3	Facilidades de parqueo	2 puntos si cuenta con parqueadero con espacios disponibles para buses de turismo, furgonetas y todo tipo de vehículos.	0	1	1	1	2	1	2	2	10
		1 punto si solo cuenta con espacios para vehículos pequeños.									
		0 punto si no existe un servicio de parqueadero.									
1 4	Servicio de alojamiento	2 puntos si encontramos en el territorio 5 o más empresas de alojamiento.	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		1 punto si encontramos en el territorio entre 2 a 4 empresas de alojamiento.									
		0 punto si encontramos en el territorio 1 o ninguna empresa de alojamiento.									
1 5	Servicio de restauración	2 puntos si encontramos en el territorio 5 o más empresas de restaurante.	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		1 punto si encontramos en el territorio entre 2 a 4 empresas de restaurante.									

		<b>0 puntos</b> si encontramos en el territorio 1 o ninguna empresa de restaurante.										
<b>1 6</b>	Horario permanente para recibir visitantes	<b>2 puntos</b> si tiene un horario establecido para recibir visitantes.	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	
		<b>1 punto</b> donde se puede visitar temporalmente y a ciertos horarios.										
		<b>0 puntos</b> cuando no se puede visitar es cerrado o restringido.										
<b>1 7</b>	Alineación con tendencias turísticas	<b>2 puntos</b> si en el territorio se ofrecen actividades alineadas con cinco a más tendencias del turismo como: turismo comunitario, científico, ecoturismo, agroturismo, histórico, religioso, cultural, aventura, gastronómico y de salud.	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	
		<b>1 punto</b> si en el territorio se ofrecen actividades alineadas con cuatro o tres tendencias del turismo.										
		<b>0 punto</b> si en el territorio se ofrecen dos o menos actividades alineadas con las tendencias del turismo.										
<b>1 8</b>	Implementación de políticas de comportamiento del visitante en la actividad turística	<b>2 puntos</b> si en el territorio al momento de ejercer una actividad turística, se observa políticas de comportamiento en dos idiomas.	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	
		<b>1 punto</b> si en el territorio al momento de ejercer una actividad turística, se observa políticas de comportamiento en un idioma.										
		<b>0 punto</b> si en el territorio no se observa políticas de comportamiento para el										

		visitante, al momento de ejercer una actividad turística.									
<b>19</b>	Servicios higiénicos públicos	<b>2 puntos</b> si en el territorio se encuentran al menos 2 servicios higiénicos públicos									
		<b>1 punto</b> si en el territorio se encuentra al menos 1 servicio higiénico públicos	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>
		<b>0 puntos</b> si en el territorio no se encuentran servicios higiénicos públicos									
<b>TOTAL</b>			<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>7</b>	<b>11</b>	<b>9</b>	<b>15</b>	<b>16</b>	<b>70</b>
<b>VALORACIÓN</b>			<b>38</b>	<b>38</b>	<b>38</b>	<b>38</b>	<b>38</b>	<b>38</b>	<b>38</b>	<b>38</b>	<b>304</b>
<b>100%</b>			<b>15.79</b> %	<b>18.42</b> %	<b>21.05</b> %	<b>18.42</b> %	<b>28.95</b> %	<b>23.68</b> %	<b>39.47</b> %	<b>42.11</b> %	<b>25.99</b> %

## ANEXO T MATRIZ DE VALORACIÓN DEL COMPONENTE HECHOS CULTURALES.

N°	Indicador de evaluación	Forma de cálculo	Nombre de los atractivos					Total
			Casa Histórica	Mercado	Sitio Histórico	Sitio Histórico	Arquitectura Religiosa	
			Casa Artesanal Feliza	Mercado de Guanajuato	El camino de los	Piedra Colonial de	Iglesia de Guanajuato	
1	Ambiente limpio	2 puntos si no hay desechos en un radio de 100 metros desde el centro del atractivo.	2	1	2	2	2	9
		1 punto si encontramos 5 o menos desechos en un radio de 100 metros, desde el centro del atractivo.						
		0 punto 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.	0	0	0	0	0	0
		1 punto si la comunidad planifica y asiste entre 1 a 3 mingas al año.						
		0 punto si la comunidad no planifica, ni asiste a ninguna minga al año.						
3	Accesibilidad universal	2 puntos si la accesibilidad es universal.	2	2	1	2	2	9
		1 punto si la accesibilidad es restringida a personas con 1 discapacidad.						

		<b>0 punto</b> si la accesibilidad es dificultosa para personas con 2 o más tipos de discapacidad.						
<b>4</b>	Servicio de guías	<b>2 puntos</b> si hay guías permanentes para conducir grupos.	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
		<b>1 punto</b> si hay guías ocasionales para conducir grupos.						
		<b>0 punto</b> si no hay guías y el atractivo es autoguiado.						
<b>5</b>	Conectividad de voz y datos	<b>2 puntos</b> si la conectividad es factible en todo el lugar evaluado.	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>5</b>
		<b>1 punto</b> si existe por lo menos un punto de conectividad fija o celular en el lugar evaluado.						
		<b>0 punto</b> sin conectividad.						
<b>6</b>	Información del atractivo por internet	<b>2 puntos</b> si en un buscador por lo menos hay 10 enlaces directos con información del atractivo.	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>2</b>
		<b>1 punto</b> si en un buscador hay por lo menos 5 a 9 enlaces directos con información del atractivo.						
		<b>0 punto</b> si en un buscador hay menos de 4 enlaces directos con información del atractivo.						
<b>7</b>	Asociación con otros atractivos	<b>2 puntos</b> si existen 3 o más atractivos naturales o culturales a 1 km de distancia radial.	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
		<b>1 punto</b> si existe menos de 3 atractivos naturales o culturales a 1 km de distancia radial.						
		<b>0 punto</b> si no existen atractivos naturales o culturales a 1 km de distancia radial.						
<b>8</b>	Seguridad	<b>2 puntos</b> si el lugar cuenta con un sistema de seguridad con al menos: un guardia, un botiquín y una persona certificada en primeros auxilios.	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
		<b>1 punto</b> si por los menos tiene una o dos de las tres características, antes mencionadas.						

		<b>0 punto</b> si el lugar no posee ninguna de las tres características antes mencionadas.						
<b>9</b>	Señalética y movilidad	<b>2 puntos</b> si existe por lo menos una señalética turística de aproximación de movilidad interna, en el atractivo.	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
		<b>1 punto</b> si por lo menos hay una señalética turística de movilidad interna, en el atractivo.						
		<b>0 punto</b> si el atractivo no contiene señalética turística.						
<b>10</b>	Infraestructura de apoyo para el componente hechos culturales.	<b>2 puntos</b> si cuenta con: un centro de recepción (información), senderos y señalización.	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
		<b>1 punto</b> si cuenta con dos de las características antes mencionadas.						
		<b>0 punto</b> si cuenta con hasta una de las características antes mencionadas.						
<b>11</b>	Accesibilidad de tipos de transporte	<b>2 puntos</b> si ingresan todo tipo de vehículo.	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>9</b>
		<b>1 punto</b> si solo se puede ingresar con vehículo 4x4, cuadrones, camiones, camionetas.						
		<b>0 punto</b> si se puede ingresar solo por otros medios que no sean vehículos a motor.						
<b>12</b>	Facilidades de parqueo	<b>2 puntos</b> si cuenta con parqueadero con espacios disponibles para buses de turismo, furgonetas y todo tipo de vehículos.	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>6</b>
		<b>1 punto</b> si solo cuenta con espacios para vehículos pequeños.						
		<b>0 punto</b> si no existe un servicio de parqueadero.						
<b>13</b>	Servicio de alojamiento	<b>2 puntos</b> si encontramos en el territorio 5 o más empresas de alojamiento.	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
		<b>1 punto</b> si encontramos en el territorio entre 2 a 4 empresas de alojamiento.						



		<b>0 punto</b> si encontramos en el territorio 1 o ninguna empresa de alojamiento.						
<b>14</b>	Servicio de restauración	<b>2 puntos</b> si encontramos en el territorio 5 o más empresas de restaurante.	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>2</b>
		<b>1 punto</b> si encontramos en el territorio entre 2 a 4 empresas de restaurante.						
		<b>0 puntos</b> si encontramos en el territorio 1 o ninguna empresa de restaurante.						
<b>15</b>	Estado de funcionalidad del patrimonio cultural	<b>2 puntos</b> si cuenta con al menos cuatro características entre: lugar está pintado, posee una fachada mantenida, tiene un sistema de electricidad en funcionamiento, agua apta para consumo humano, accesos en buen estado y aptos para todo tipo de personas.	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>6</b>
		<b>1 punto</b> si cuenta con al menos dos de las características antes mencionadas.						
		<b>0 puntos</b> si solo cuenta con hasta una de las características antes mencionadas.						
<b>16</b>	Horario permanente para recibir visitantes	<b>2 puntos</b> si tiene un horario establecido para recibir visitantes.	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>4</b>
		<b>1 punto</b> donde se puede visitar temporalmente y a ciertos horarios.						
		<b>0 puntos</b> cuando no se puede visitar es cerrado o restringido.						
<b>17</b>	Alineación con tendencias turísticas	<b>2 puntos</b> si en el territorio se ofrecen actividades alineadas con cinco a más tendencias del turismo como: turismo comunitario, científico, ecoturismo, agroturismo, histórico, religioso, cultural, aventura, gastronómico y de salud.	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>

		<b>1 punto</b> si en el territorio se ofrecen actividades alineadas con cuatro o tres tendencias del turismo.						
		<b>0 punto</b> si en el territorio se ofrecen dos o menos actividades alineadas con las tendencias del turismo.						
<b>18</b>	Implementación de políticas de comportamiento del visitante en la actividad turística	<b>2 puntos</b> si en el territorio al momento de ejercer una actividad turística, se observa políticas de comportamiento en dos idiomas.	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
		<b>1 punto</b> si en el territorio al momento de ejercer una actividad turística, se observa políticas de comportamiento en un idioma.						
		<b>0 punto</b> si en el territorio no se observa políticas de comportamiento para el visitante, al momento de ejercer una actividad turística.						
		<b>1 punto</b> si en el territorio se encuentra 30-49% de las empresas contratan profesionales en turismo						
		<b>0 puntos</b> si en el territorio se encuentra el 29% o menos de las empresas contratan profesionales en turismo						
<b>19</b>	Servicios higiénicos públicos	<b>2 puntos</b> si en el territorio se encuentran al menos 2 servicios higiénicos públicos	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>4</b>
		<b>1 punto</b> si en el territorio se encuentra al menos 1 servicio higiénico públicos						
		<b>0 puntos</b> si en el territorio no se encuentran servicios higiénicos públicos						
<b>20</b>	Profesionales de turismo que	<b>2 puntos</b> si en el territorio al menos el 50% de las empresas contratan profesionales en turismo	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

	trabajan en los establecimientos	<b>1 punto</b> si en el territorio se encuentra 30-49% de las empresas contratan profesionales en turismo						
		<b>0 puntos</b> si en el territorio se encuentra el 29% o menos de las empresas contratan profesionales en turismo						
<b>TOTAL</b>			<b>16</b>	<b>12</b>	<b>4</b>	<b>9</b>	<b>18</b>	<b>59</b>
<b>VALORACIÓN</b>			<b>40</b>	<b>40</b>	<b>40</b>	<b>40</b>	<b>40</b>	<b>200</b>
<b>100%</b>			<b>40%</b>	<b>30.00%</b>	<b>10%</b>	<b>22,50%</b>	<b>45.00%</b>	<b>29,50%</b>









	turístico de alimentación	respecto al servicio de alimentación en el territorio.																	
		<b>0 puntos</b> si los visitantes calificaron como bueno o malo su experiencia con respecto al servicio de alimentación en el territorio.																	
		<b>1 punto</b> si en el territorio se encuentra 30-49% de las empresas contratan profesionales en turismo																	
		<b>0 puntos</b> si en el territorio se encuentra el 29% o menos de las empresas contratan profesionales en turismo																	
15	Profesionales de turismo que trabajan en los establecimientos	<b>2 puntos</b> si en el territorio al menos el 50% de las empresas contratan profesionales en turismo	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
		<b>1 punto</b> si en el territorio se encuentra 30-49% de las empresas contratan profesionales en turismo																	
		<b>0 puntos</b> si en el territorio se encuentra el 29% o menos de las empresas contratan profesionales en turismo																	
<b>TOTAL</b>			5	13	15	12	6	9	5	10	5	5	7	6	6	20	22	146	
<b>VALORACIÓN</b>			30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	450	
<b>100%</b>			16,67%	43,33%	50%	40%	20%	30%	16,67%	33,33%	16,67%	16,67%	23,33%	20%	20%	66,67%	73,33%	32,44%	



## ANEXO V MATRIZ DE VALORACIÓN DEL COMPONENTE FESTIVIDADES Y EVENTOS.

N°	Indicador de evaluación	Forma de cálculo	Nombre de las festividades y eventos							Total
			Fiestas religiosas		fiesta	Deporte	Tradición	Tradición	Fiesta	
			San. Pedro	Sema n	Inti Raym	Torneo depor	Paseo chamiza	Paseo chagra	Carnaval	
1	Ambiente limpio	2 puntos si no hay desechos en un radio de 100 metros desde el centro del atractivo.	2	2	1	2	2	2	2	13
		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	Participación comunitaria en el mantenimiento del atractivo	2 puntos si la comunidad planifica y asiste a por lo menos 4 mingas al año.	0	0	0	0	0	0	0	0
		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.								
3	Accesibilidad universal	2 puntos si la accesibilidad es universal.	2	2	2	2	2	2	2	14
		1 punto si la accesibilidad es restringida a personas con 1 discapacidad.								
		0 punto si la accesibilidad es dificultosa para personas con 2 o más tipos de discapacidad.								
4		2 puntos si la conectividad es factible en todo el lugar evaluado.	1	1	1	0	1	1	1	6

	Conectividad de voz y datos	<b>1 punto</b> si existe por lo menos un punto de conectividad fija o celular en el lugar evaluado.								
		<b>0 punto</b> sin conectividad.								
<b>5</b>	Información del atractivo por internet	<b>2 puntos</b> si en un buscador por lo menos hay 10 enlaces directos con información del atractivo.	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>
		<b>1 punto</b> si en un buscador hay por lo menos 5 a 9 enlaces directos con información del atractivo.								
		<b>0 punto</b> si en un buscador hay menos de 4 enlaces directos con información del atractivo.								
<b>6</b>	Seguridad	<b>2 puntos</b> si el lugar cuenta con un sistema de seguridad con al menos: un guardia, un botiquín y una persona certificada en primeros auxilios.	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
		<b>1 punto</b> si por los menos tiene una o dos de las tres características, antes mencionadas.								
		<b>0 punto</b> si el lugar no posee ninguna de las tres características antes mencionadas.								
<b>7</b>	Señalética y movilidad	<b>2 puntos</b> si existe por lo menos 2 señaléticas turísticas de aproximación de movilidad interna para el atractivo.	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>
		<b>1 punto</b> si por lo menos hay 1 señalética turística de movilidad interna, en el atractivo.								
		<b>0 puntos</b> si el atractivo no contiene señalética turística.								



12	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: actores públicos, privados y comunitarios.	2	2	1	1	1	1	1	9
		1 punto si en la gestión de las festividades y eventos solo participan dos actores de los tres antes mencionados.								
		0 punto si existe la colaboración de un solo actor.								
13	Vigilancia permanente	2 puntos si cuenta con UPC (Unidad de Policía Comunitaria), o similar.	1	1	1	1	1	1	1	7
		1 punto si esta anexa a un circuito de seguridad de otra parroquia.								
		0 punto si no cuenta con un sistema de seguridad.								
14	Trabajo conjunto entre diferentes prestadores del servicio turístico	2 puntos si existe una asociación entre prestadores de servicio como: restauración, servicio de transporte, alojamiento.	0	0	0	0	0	0	2	2
		1 punto si existe una asociación que cuenta con miembros de al menos dos de los servicios antes mencionados.								
		0 punto si no existe asociación entre dos o más tipos de servicios turísticos.								
15	Servicios higiénicos públicos	2 puntos si en el territorio se encuentran al menos 2 servicios higiénicos públicos	0	0	0	1	0	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								

<b>TOTAL</b>	<b>16</b>	<b>14</b>	<b>9</b>	<b>13</b>	<b>10</b>	<b>11</b>	<b>13</b>	<b>86</b>
<b>VALORACIÓN</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>210</b>
<b>100 %</b>	<b>53,33 %</b>	<b>46,67 %</b>	<b>30 %</b>	<b>43,33 %</b>	<b>33,33%</b>	<b>36,67%</b>	<b>43,33%</b>	<b>40,95 %</b>

*ANEXO W MATRIZ DE VALORACIÓN DEL COMPONENTE ACTIVIDADES RECREACIONALES.*

N°	Indicador de evaluación	Forma de cálculo	Actividades recreacionales					Total
			Básquet, Fútbol boli	Caminatas	Complejo Turístico	Motocrós Guanajuato	Ciclismo	
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	10
		1 punto si encontramos 5 o menos desechos en un radio de 100 metros, desde el centro del atractivo.						
		0 punto 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.	0	0	0	0	0	0
		1 punto si la comunidad planifica y asiste entre 1 a 3 mingas al año.						
		0 punto si la comunidad no planifica, ni asiste a ninguna minga al año.						
3	Servicio de guías	2 puntos si hay guías permanentes para conducir grupos.	0	0	0	0	0	0
		1 punto si hay guías ocasionales para conducir grupos.						
		0 punto si no hay guías y el atractivo es auto guiado.						
4	Conectividad de voz y datos	2 puntos si la conectividad es factible en todo el lugar evaluado.	1	1	1	0	0	3

		<b>1 punto</b> si existe por lo menos un punto de conectividad fija o celular en el lugar evaluado.						
		<b>0 punto</b> sin conectividad.						
<b>5</b>	Información del atractivo por internet	<b>2 puntos</b> si en un buscador por lo menos hay 10 enlaces directos con información del atractivo.	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>2</b>
		<b>1 punto</b> si en un buscador hay por lo menos 5 a 9 enlaces directos con información del atractivo.						
		<b>0 punto</b> si en un buscador hay menos de 4 enlaces directos con información del atractivo.						
<b>6</b>	Asociación con otros atractivos	<b>2 puntos</b> si existen 3 o más atractivos naturales o culturales a 1 km de distancia radial.	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>4</b>
		<b>1 punto</b> si existe menos de 3 atractivos naturales o culturales a 1 km de distancia radial.						
		<b>0 punto</b> si no existen atractivos naturales o culturales a 1 km de distancia radial.						
<b>7</b>	Infraestructura de apoyo para el componente de recreacional	<b>2 puntos</b> si cuenta con: un centro de recepción (información), lugares adaptados para la actividad recreacional y baterías higiénicas.	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
		<b>1 punto</b> si cuenta con dos de las características antes mencionadas.						
		<b>0 punto</b> si cuenta con hasta una de las características antes mencionadas.						
<b>8</b>	Accesibilidad de tipos de transporte	<b>2 puntos</b> si ingresan todo tipo de vehículo.	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>9</b>
		<b>1 punto</b> si solo se puede ingresar con vehículo 4x4, cuadrones, camiones, camionetas.						
		<b>0 punto</b> si se puede ingresar solo por otros medios que no sean vehículos a motor.						
<b>9</b>	Facilidades de parqueo	<b>2 puntos</b> si cuenta con parqueadero con espacios disponibles para buses de turismo, furgonetas y todo tipo de vehículos.	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>10</b>
		<b>1 punto</b> si solo cuenta con espacios para vehículos pequeños.						
		<b>0 punto</b> si no existe un servicio de parqueadero.						

<b>10</b>	Horario permanente para recibir visitantes	<b>2 puntos</b> si tiene un horario establecido para recibir visitantes.	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>2</b>
		<b>1 punto</b> donde se puede visitar temporalmente y a ciertos horarios.						
		<b>0 puntos</b> cuando no se puede visitar es cerrado o restringido.						
<b>11</b>	Nivel de atractividad de demanda por parte de las festividades recreacionales del territorio	<b>2 puntos</b> si las actividades recreacionales ofertadas tienen visitantes internacionales.	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>5</b>
		<b>1 punto</b> si las actividades recreacionales ofertadas solo tienen visitantes nacionales.						
		<b>0 punto</b> si las actividades recreacionales ofertadas tienen solamente visitantes locales.						
<b>12</b>	Trabajo conjunto entre diferentes prestadores del servicio turístico	<b>2 puntos</b> si existe una asociación entre prestadores de servicio como: restauración, servicio de transporte, alojamiento.	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
		<b>1 punto</b> si existe una asociación que cuenta con miembros de al menos dos de los servicios antes mencionados.						
		<b>0 punto</b> si no existe asociación entre dos o más tipos de servicios turísticos.						
<b>13</b>	Categoría de transporte turístico	<b>2 puntos</b> si el territorio cuenta con al menos con 2 de los 4 tipos de transporte turístico: (1) terrestre, (2) fluvial, (3) lacustre, (4) aéreo.	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>5</b>
		<b>1 punto</b> si el cantón cuenta con al menos 1 de los 4 tipos de transporte turístico.						
		<b>0 puntos</b> si no cuenta con transporte turístico.						
<b>14</b>	Tipo de transporte turístico	<b>2 puntos</b> 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.	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>5</b>
		<b>1 punto</b> si cuenta entre 2 o 3 de los diferentes tipos de transporte.						

		<b>0 puntos</b> si cuenta con 1 o menos tipos de transporte turístico.						
<b>15</b>	Cantidad de transporte turístico en el territorio	<b>2 puntos</b> si cuenta con 8 o más unidades de transporte turístico.	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>4</b>
		<b>1 punto</b> si cuento con 2 a 7 unidades de transporte turístico.						
		<b>0 puntos</b> si cuenta con 1 o ninguna unidad de transporte turístico.						
<b>16</b>	Control en actividades de aventura	<b>2 puntos</b> si la institución encargada de las actividades turísticas, mantiene un control trimestral con respecto a la práctica de los deportes de aventura.	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>2</b>
		<b>1 punto</b> si la institución encargada de las actividades turísticas, mantiene un control semestral con respecto a la práctica de los deportes de aventura.						
		<b>0 punto</b> si la institución encargada de las actividades turísticas, mantiene un control anual con respecto a la práctica de los deportes de aventura.						
		<b>1 punto</b> si en el territorio se encuentra al menos 1 servicio higiénico públicos						
		<b>0 puntos</b> si en el territorio no se encuentran servicios higiénicos públicos						
<b>17</b>	Servicios higiénicos públicos	<b>2 puntos</b> si en el territorio se encuentran al menos 2 servicios higiénicos públicos	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>4</b>
		<b>1 punto</b> si en el territorio se encuentra al menos 1 servicio higiénico públicos						
		<b>0 puntos</b> si en el territorio no se encuentran servicios higiénicos públicos						
<b>TOTAL</b>			<b>14</b>	<b>12</b>	<b>18</b>	<b>10</b>	<b>11</b>	<b>65</b>
<b>VALORACIÓN</b>			<b>34</b>	<b>34</b>	<b>34</b>	<b>34</b>	<b>34</b>	<b>170</b>
<b>100 %</b>			<b>41,17</b> %	<b>35,29</b> %	<b>52,94</b> %	<b>29,41</b> %	<b>32,35</b> %	<b>38,24</b> %



## ANEXO X MATRIZ DE VALORACIÓN DEL COMPONENTE VÍAS DE ACCESO.

N°	Indicador de evaluación	Forma de cálculo	Vías de acceso	Total
			Vía Quito, Ambato, Guaranda, Guayaquil	
1	Conectividad de voz y datos	2 puntos si la conectividad es factible en todo el lugar evaluado.	0	0
		1 punto si existe por lo menos un punto de conectividad fija o celular en el lugar evaluado.		
		0 punto sin conectividad.		
2	Señalética y movilidad	2 puntos si existe por lo menos una señalética turística de aproximación de movilidad interna, en el atractivo.	1	1
		1 punto si por lo menos hay una señalética turística de movilidad interna, en el atractivo.		
		0 punto si el atractivo no contiene señalética turística.		
3	Infraestructura de apoyo para el componente vías de acceso	2 puntos si cuenta con: gasolinera, mecánica, lavadora de autos y vulcanizadora.	2	2
		1 punto si cuenta con dos de las características antes mencionadas.		
		0 punto si cuenta con hasta una de las características antes mencionadas.		
4	Tipo de vías para el acceso al territorio	2 puntos si cuenta por lo menos con una vía arterial o de primer orden.	2	2
		1 punto si cuenta al menos con una vía intermunicipal o de segundo orden.		
		0 punto si cuenta solo con vías de tercer orden.		
5	Condiciones generales de las vías de acceso	2 puntos si cuenta con vías no congestionadas, escénicas, seguras, con señalización, con mantenimiento y con paraderos.	1	1
		1 punto si cuenta con por lo menos 3 de las características antes mencionadas.		
		0 punto si cuenta con dos o menos de las características antes mencionadas.		
6	Tipo de transporte	2 puntos si cuentan con oferta de transporte público y privado.	2	2
		1 punto si cuentan con uno de los dos tipos de transporte.		
		0 punto si no cuentan con ninguno de los dos tipos de transporte.		
7	Zonas de cruzamiento	2 puntos si cuenta con 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: aceras, cruce de calles, cruce de calles reguladas por semáforos y puentes peatonales.	0	0
		1 punto si cuenta entre 2 a 3 zonas de cruzamiento, antes mencionadas.		
		0 punto si cuenta con una o menos zonas de cruzamiento seguras, antes mencionadas.		
8	Conectividad de las vías arteriales	2 puntos si cuentan con más de 5 vías de acceso que tienen conexión con vías de primer orden.	1	1
		1 punto si cuentan con al menos 3 vías de acceso con conexión con vías de primer orden.		
		0 punto si hay menos de dos vías con conexión a una vía de primer orden.		

9	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).	0	0
		1 punto si las vías tienen conectividad a telefonía celular, para poder realizar una llamada de emergencia al 911 a bomberos, ambulancias y policías.		
		0 punto si no tienen ninguna conectividad para dar aviso de una emergencia.		
10	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.	1	1
		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 punto si encontramos en las vías de acceso un sitio de descanso que una o menos de las características mencionadas.		
		1 punto si el terminal/aeropuerto se encuentra entre 31 y 60 kilómetros de distancia.		
		0 puntos si el terminal/aeropuerto se encuentra a más de 61 kilómetros de distancia.		
11	Cercanía a un aeropuerto o terminal terrestre	2 puntos si el terminal/aeropuerto se encuentra entre 10 y 30 kilómetros de distancia.	2	2
		1 punto si el terminal/aeropuerto se encuentra entre 31 y 60 kilómetros de distancia.		
		0 puntos si el terminal/aeropuerto se encuentra a más de 61 kilómetros de distancia.		
<b>TOTAL</b>			<b>10</b>	<b>10</b>
<b>VALORACIÓN</b>			<b>22</b>	<b>22</b>
<b>100%</b>			<b>45,45%</b>	<b>45,45%</b>

## ANEXO Y MATRIZ DE VALORACIÓN DEL SUBCOMPONENTE SEGURIDAD.

## Componente seguridad, salud, servicios básicos y manejo de desechos

N°	Indicador de evaluación	Forma de cálculo	Seguridad	Total
1	Conectividad de voz y datos	2 puntos si la conectividad es factible en todo el lugar evaluado.	1	1
		1 punto si existe por lo menos un punto de conectividad fija o celular en el lugar evaluado.		
		0 punto sin conectividad.		
2	Seguridad	2 puntos si el lugar cuenta con un sistema de seguridad con al menos: un guardia, un botiquín y una persona certificada en primeros auxilios.	1	1
		1 punto si por los menos tiene una o dos de las tres características, antes mencionadas.		
		0 punto si el lugar no posee ninguna de las tres características antes mencionadas.		
3	Señalética y movilidad	2 puntos si existe por lo menos una señalética turística de aproximación de movilidad interna, en el atractivo.	1	1
		1 punto si por lo menos hay una señalética turística de movilidad interna, en el atractivo.		
		0 punto si el atractivo no contiene señalética turística.		

<b>4</b>	Vigilancia permanente	<b>2 puntos</b> si cuenta con UPC (Unidad de Policía Comunitaria), o similar.	<b>1</b>	<b>1</b>
		<b>1 punto</b> si están anexo a un circuito de seguridad de otra parroquia.		
		<b>0 punto</b> si no cuenta con un sistema de seguridad.		
<b>TOTAL</b>			<b>4</b>	<b>4</b>
<b>VALORACIÓN</b>			<b>8</b>	<b>8</b>
<b>100%</b>			<b>50%</b>	<b>50%</b>

## ANEXO Z MATRIZ DE VALORACIÓN DEL SUBCOMPONENTE SALUD

N°	Indicador de evaluación	Forma de cálculo	Salud	Total
1	Conectividad de voz y datos	2 puntos si la conectividad es factible en todo el lugar evaluado.	1	1
		1 punto si existe por lo menos un punto de conectividad fija o celular en el lugar evaluado.		
		0 punto sin conectividad.		
2	Señalética y movilidad	2 puntos si existe por lo menos una señalética turística de aproximación de movilidad interna, en el atractivo.	1	1
		1 punto si por lo menos hay una señalética turística de movilidad interna, en el atractivo.		
		0 punto si el atractivo no contiene señalética turística.		
3	Seguridad	2 puntos si el lugar cuenta con un sistema de seguridad con al menos: un guardia, un botiquín y una persona certificada en primeros auxilios.	1	1
		1 punto si por los menos tiene una o dos de las tres características, antes mencionadas.		
		0 punto si el lugar no posee ninguna de las tres características antes mencionadas.		
4		2 puntos si cuenta con al menos un hospital público.	1	1

	Servicios de salud pública	<p><b>1 punto</b> si cuenta con centro médico o dispensarios médicos.</p> <p><b>0 punto</b> si no cuenta con un centro médico.</p>		
<b>5</b>	Centros médicos privados	<p><b>2 puntos</b> si existen más de diez centros de salud privados o consultorios médicos en el territorio.</p> <p><b>1 punto</b> si existen entre cinco y nueve centros de salud privados o consultorios médicos en el territorio.</p> <p><b>0 punto</b> si existe menos de cuatro centros de salud o consultorios médicos en el territorio.</p>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>6</b>	Horarios de atención centros médicos	<p><b>2 puntos</b> si la atención en los centros es permanente.</p> <p><b>1 punto</b> si la atención en los centros de salud es ocasional.</p> <p><b>0 puntos</b> si la atención en los centros de salud es con previa cita una vez a la semana.</p>	<b>2</b>	<b>2</b>
<b>TOTAL</b>			<b>6</b>	<b>6</b>
<b>VALORACIÓN</b>			<b>12</b>	<b>12</b>
<b>100%</b>			<b>50,0</b> <b>0%</b>	<b>50,0</b> <b>0%</b>

## ANEXO AA MATRIZ DE VALORACIÓN DEL SUBCOMPONENTE SERVICIOS BÁSICOS

N°	Indicador de evaluación	Forma de cálculo	Servicios básicos	Total
1	Conectividad de voz y datos	2 puntos si la conectividad es factible en todo el lugar evaluado.	1	1
		1 punto si existe por lo menos un punto de conectividad fija o celular en el lugar evaluado.		
		0 punto sin conectividad.		
2	Señalética y movilidad	2 puntos si existe por lo menos una señalética turística de aproximación de movilidad interna, en el atractivo.	1	1
		1 punto si por lo menos hay una señalética turística de movilidad interna, en el atractivo.		
		0 punto si el atractivo no contiene señalética turística.		
3	Servicios básicos	2 puntos si el 80-100% de la población cuenta con luz, agua, alcantarillado y telecomunicación.	2	2
		1 punto si el 50-79% de la población cuenta con luz, agua, alcantarillado y telecomunicación.		
		0 punto si menos del 49% de la población cuenta con luz, agua, alcantarillado y telecomunicación.		
4	Programa de manejo de desechos	2 puntos si el recolector de basura pasa por lo menos 3 veces a la semana.	1	1
		1 punto si el recolector de basura pasa dos veces por semana.		
		0 punto si el recolector de basura pasa una o menos veces a la semana.		
<b>TOTAL</b>			<b>4</b>	<b>4</b>
<b>VALORACIÓN</b>			<b>8</b>	<b>8</b>
<b>100%</b>			<b>50%</b>	<b>50%</b>

ANEXO BB *MATRIZ DE VALORACIÓN DEL SUBCOMPONENTE ALOJAMIENTO***Componente servicios turísticos**

<b>N°</b>	<b>Indicador de evaluación</b>	<b>Forma de cálculo</b>	<b>Alojamient o</b>	<b>Total</b>
<b>1</b>	Accesibilidad universal	<b>2 puntos</b> si la accesibilidad es universal.	<b>2</b>	<b>2</b>
		<b>1 punto</b> si la accesibilidad es restringida a personas con 3 discapacidades.		
		<b>0 punto</b> si la accesibilidad es dificultosa para personas con más de 3 tipos de discapacidad.		
<b>2</b>	Conectividad de voz y datos	<b>2 puntos</b> si la conectividad es factible en todo el lugar evaluado.	<b>1</b>	<b>1</b>
		<b>1 punto</b> si existe por lo menos un punto de conectividad fija o celular en el lugar evaluado.		
		<b>0 punto</b> sin conectividad.		
<b>3</b>	Seguridad	<b>2 puntos</b> si el lugar cuenta con un sistema de seguridad con al menos: un guardia, un botiquín y una persona certificada en primeros auxilios.	<b>0</b>	<b>0</b>
		<b>1 punto</b> si por los menos tiene 1 o 2 de las 3 características, antes mencionadas.		
		<b>0 punto</b> si el lugar no posee ninguna de las 3 características antes mencionadas.		
<b>4</b>	Señalética y movilidad	<b>2 puntos</b> si existe por lo menos una señalética turística de aproximación de movilidad interna, en el atractivo.	<b>0</b>	<b>0</b>
		<b>1 punto</b> si por lo menos hay una señalética turística de movilidad interna, en el atractivo.		
		<b>0 punto</b> si el atractivo no contiene señalética turística.		
<b>5</b>	Facilidades de parqueo	<b>2 puntos</b> si cuenta con parqueadero con espacios disponibles para buses de turismo, furgonetas y todo tipo de vehículos.	<b>1</b>	<b>1</b>
		<b>1 punto</b> si solo cuenta con espacios para vehículos pequeños.		
		<b>0 punto</b> si no existe un servicio de parqueadero.		
<b>6</b>	Servicio de alojamiento	<b>2 puntos</b> si se encuentra en el territorio 5 o más empresas de alojamiento.	<b>0</b>	<b>0</b>
		<b>1 punto</b> si se encuentra en el territorio entre 2 a 4 empresas de alojamiento.		
		<b>0 punto</b> si se encuentra en el territorio 1 o ninguna empresa de alojamiento.		
<b>7</b>		<b>2 puntos</b> si tiene un horario establecido para recibir visitantes.	<b>1</b>	<b>1</b>



	Horario permanente para recibir visitantes	<p><b>1 punto</b> donde se puede visitar temporalmente y a ciertos horarios.</p> <p><b>0 punto</b> cuando no se puede visitar es cerrado o restringido.</p>		
<b>8</b>	Categorización de los alojamientos	<p><b>2 puntos</b> si tiene 4 o más categorías de alojamientos.</p> <p><b>1 punto</b> si tiene de 2 a 3 categorías de alojamientos.</p> <p><b>0 punto</b> si tiene una o ninguna categoría de alojamientos.</p>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>9</b>	Cantidad de alojamientos	<p><b>2 puntos</b> si el territorio tiene entre el 80-100% de camas disponibles respecto a la provincia.</p> <p><b>1 punto</b> si el territorio tiene entre 50-79% de camas disponibles respecto a la provincia.</p> <p><b>0 punto</b> si posee menos del 49% de camas disponibles respecto a la provincia.</p>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>10</b>	Trabajo conjunto entre diferentes prestadores del servicio turístico.	<p><b>2 puntos</b> si existe una asociación entre prestadores de servicio como: restauración, servicio de transporte, alojamiento.</p> <p><b>1 punto</b> si existe una asociación que cuenta con miembros de al menos dos de los servicios antes mencionados.</p> <p><b>0 punto</b> si no existe asociación entre dos o más tipos de servicios turísticos.</p>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>11</b>	Certificaciones de calidad nacionales e internacionales	<p><b>2 puntos</b> si al menos una empresa cuenta con una certificación internacional y una nacional.</p> <p><b>1 punto</b> si al menos una empresa cuenta con unas de las dos certificaciones.</p> <p><b>0 punto</b> si no cuenta con ninguna certificación.</p>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>12</b>	Cantidad de empleo generado	<p><b>2 puntos</b> si las empresas turísticas generan más del 1.4% de empleo local con respecto a la provincia.</p> <p><b>1 punto</b> si las empresas turísticas generan entre el 1.3% al 1% de empleo local.</p> <p><b>0 punto</b> si las empresas turísticas generan menos 0.9% de empleo local.</p>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>13</b>	Obtención de licencia de funcionamiento	<p><b>2 puntos</b> si entre el 80- 100% de establecimientos turísticos en la localidad cuentan con licencia de funcionamiento.</p> <p><b>1 punto</b> si entre el 50-79% de establecimientos turísticos en la localidad, cuentan con licencia de funcionamiento.</p> <p><b>0 punto</b> si menos del 49% de establecimientos turísticos en la localidad, cuentan con licencia de funcionamiento.</p>	<b>1</b>	<b>1</b>

<b>14</b>	Programa de Buenas Prácticas Ambientales en las empresas del sector turístico	<b>2 puntos</b> si al menos 20 empresas del sector turístico cuentan con un programa de Buenas Prácticas Ambientales	<b>0</b>	<b>0</b>
		<b>1 punto</b> si al menos 10-19 empresas del sector turístico cuentan con un programa de Buenas Prácticas Ambientales		
		<b>0 puntos</b> si menos de 9 empresas del sector turístico cuentan con un programa de Buenas Prácticas Ambientales		
<b>15</b>	Profesionales de turismo que trabajan en los establecimientos	<b>2 puntos</b> si en el territorio al menos el 50% de las empresas contratan profesionales en turismo	<b>0</b>	<b>0</b>
		<b>1 punto</b> si en el territorio se encuentra 30-49% de las empresas contratan profesionales en turismo		
		<b>0 puntos</b> si en el territorio se encuentra el 29% o menos de las empresas contratan profesionales en turismo		
<b>TOTAL</b>			<b>7</b>	<b>7</b>
<b>VALORACIÓN</b>			<b>30</b>	<b>30</b>
<b>100%</b>			<b>23,33%</b>	<b>23,33%</b>

## ANEXO CC MATRIZ DE VALORACIÓN DEL SUBCOMPONENTE RESTAURACIÓN

Nº	Indicador de evaluación	Forma de cálculo	Restauración	Total
1	Accesibilidad universal	2 puntos si la accesibilidad es universal.	2	2
		1 punto si la accesibilidad es restringida a personas con 3 discapacidades.		
		0 punto si la accesibilidad es dificultosa para personas con más de 3 tipos de discapacidad.		
2	Conectividad de voz y datos	2 puntos si la conectividad es factible en todo el lugar evaluado.	1	1
		1 punto si existe por lo menos un punto de conectividad fija o celular en el lugar evaluado.		
		0 punto sin conectividad.		
3	Seguridad	2 puntos si el lugar cuenta con un sistema de seguridad con al menos: un guardia, un botiquín y una persona certificada en primeros auxilios.	0	0
		1 punto si por los menos tiene 1 o 2 de las 3 características, antes mencionadas.		
		0 punto si el lugar no posee ninguna de las 3 características antes mencionadas.		
4	Señalética y movilidad	2 puntos si existe por lo menos una señalética turística de aproximación de movilidad interna, en el atractivo.	1	1
		1 punto si por lo menos hay una señalética turística de movilidad interna, en el atractivo.		
		0 punto si el atractivo no contiene señalética turística.		
5	Facilidades de parqueo	2 puntos si cuenta con parqueadero con espacios disponibles para buses de turismo, furgonetas y todo tipo de vehículos.	2	2
		1 punto si solo cuenta con espacios para vehículos pequeños.		
		0 punto si no existe un servicio de parqueadero.		
6	Servicio de restauración	2 puntos si se encuentra en el territorio 5 o más empresas de restaurante.	2	2
		1 punto si se encuentra en el territorio entre 2 a 4 empresas de restaurante.		
		0 puntos si se encuentra en el territorio 1 o ninguna empresa de restaurante.		
7	Horario permanente para recibir visitantes	2 puntos si tiene un horario establecido para recibir visitantes.	2	2
		1 punto donde se puede visitar temporalmente y a ciertos horarios.		
		0 punto cuando no se puede visitar es cerrado o restringido.		
8	Cantidad de restaurantes	2 puntos si la localidad tiene entre 80-100% de mesas disponibles comparado con la provincia.	1	1
		1 punto si la localidad tiene entre 50-79% de mesas disponibles comparado con la provincia.		
		0 punto si la localidad tiene menos del 49% de mesas disponibles comparado con la provincia.		
9	Categorización de restaurantes	2 puntos si la localidad tiene 4 o más categorías de restauración.	1	1
		1 punto si la localidad tiene de 2 a 3 categorías de restauración.		
		0 punto si la localidad tiene una o ninguna categorías de restauración.		
10	Trabajo conjunto entre diferentes	2 puntos si existe una asociación entre prestadores de servicio como: restauración, servicio de transporte, alojamiento.	0	0

	prestadores del servicio turístico.	<b>1 punto</b> si existe una asociación que cuenta con miembros de al menos dos de los servicios antes mencionados. <b>0 punto</b> si no existe asociación entre dos o más tipos de servicios turísticos.		
<b>11</b>	Certificaciones de calidad nacionales e internacionales	<b>2 puntos</b> si al menos una empresa cuenta con una certificación internacional y una nacional. <b>1 punto</b> si al menos una empresa cuenta con unas de las dos certificaciones. <b>0 punto</b> si no cuenta con ninguna certificación.	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>12</b>	Cantidad de empleo generado	<b>2 puntos</b> si las empresas turísticas generan más del 1.4% de empleo local con respecto a la provincia. <b>1 punto</b> si las empresas turísticas generan entre el 1.3% al 1% de empleo local. <b>0 punto</b> si las empresas turísticas generan menos 0.9% de empleo local.	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>13</b>	Obtención de licencia de funcionamiento	<b>2 puntos</b> si entre el 80- 100% de establecimientos turísticos en la localidad cuentan con licencia de funcionamiento. <b>1 punto</b> si entre el 50-79% de establecimientos turísticos en la localidad, cuentan con licencia de funcionamiento. <b>0 punto</b> si menos del 49% de establecimientos turísticos en la localidad, cuentan con licencia de funcionamiento.	<b>1</b>	<b>1</b>
<b>14</b>	Programa de Buenas Prácticas Ambientales en las empresas del sector turístico	<b>2 puntos</b> si al menos 20 empresas del sector turístico cuentan con un programa de Buenas Prácticas Ambientales <b>1 punto</b> si al menos 10-19 empresas del sector turístico cuentan con un programa de Buenas Prácticas Ambientales <b>0 puntos</b> si menos de 9 empresas del sector turístico cuentan con un programa de Buenas Prácticas Ambientales	<b>1</b>	<b>1</b>
<b>15</b>	Profesionales de turismo que trabajan en los establecimientos	<b>2 puntos</b> si en el territorio al menos el 50% de las empresas contratan profesionales en turismo <b>1 punto</b> si en el territorio se encuentra 30-49% de las empresas contratan profesionales en turismo <b>0 puntos</b> si en el territorio se encuentra el 29% o menos de las empresas contratan profesionales en turismo	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>TOTAL</b>			<b>14</b>	<b>14</b>
<b>VALORACIÓN</b>			<b>30</b>	<b>30</b>
<b>100%</b>			<b>46,67%</b>	<b>46,67%</b>

## ANEXO DD MATRIZ DE VALORACIÓN DEL SUBCOMPONENTE SERVICIOS COMPLEMENTARIOS

Nº	Indicador de evaluación	Forma de cálculo	Servicios Complementarios	Total
1	Accesibilidad universal	2 puntos si la accesibilidad es universal.	2	2
		1 punto si la accesibilidad es restringida a personas con 3 discapacidades.		
		0 punto si la accesibilidad es dificultosa para personas con más de 3 tipos de discapacidad.		
2	Conectividad de voz y datos	2 puntos si la conectividad es factible en todo el lugar evaluado.	1	1
		1 punto si existe por lo menos un punto de conectividad fija o celular en el lugar evaluado.		
		0 punto sin conectividad.		
3	Seguridad	2 puntos si el lugar cuenta con un sistema de seguridad con al menos: un guardia, un botiquín y una persona certificada en primeros auxilios.	0	0
		1 punto si por los menos tiene 1 o 2 de las 3 características, antes mencionadas.		
		0 punto si el lugar no posee ninguna de las 3 características antes mencionadas.		
4	Señalética y movilidad	2 puntos si existe por lo menos una señalética turística de aproximación de movilidad interna, en el atractivo.	1	1
		1 punto si por lo menos hay una señalética turística de movilidad interna, en el atractivo.		
		0 punto si el atractivo no contiene señalética turística.		
5	Facilidades de parqueo	2 puntos si cuenta con parqueadero con espacios disponibles para buses de turismo, furgonetas y todo tipo de vehículos.	1	1
		1 punto si solo cuenta con espacios para vehículos pequeños.		
		0 punto si no existe un servicio de parqueadero.		
6	Horario permanente para recibir visitantes	2 puntos si tiene un horario establecido para recibir visitantes.	0	0
		1 punto donde se puede visitar temporalmente y a ciertos horarios.		
		0 punto cuando no se puede visitar es cerrado o restringido.		
7	Trabajo conjunto entre diferentes prestadores del servicio turístico.	2 puntos si existe una asociación entre prestadores de servicio como: restauración, servicio de transporte, alojamiento.	0	0
		1 punto si existe una asociación que cuenta con miembros de al menos dos de los servicios antes mencionados.		
		0 punto si no existe asociación entre dos o más tipos de servicios turísticos.		
8	Certificaciones de calidad nacionales e internacionales	2 puntos si al menos una empresa cuenta con una certificación internacional y una nacional.	0	0
		1 punto si al menos una empresa cuenta con unas de las dos certificaciones.		
		0 punto si no cuenta con ninguna certificación.		
9	Cantidad de empleo generado	2 puntos si las empresas turísticas generan más del 1.4% de empleo local con respecto a la provincia.	0	0
		1 punto si las empresas turísticas generan entre el 1.3% al 1% de empleo local.		
		0 punto si las empresas turísticas generan menos 0.9% de empleo local.		

<b>10</b>	Obtención de licencia de funcionamiento	<b>2 puntos</b> si entre el 80- 100% de establecimientos turísticos en la localidad cuentan con licencia de funcionamiento.	<b>1</b>	<b>1</b>
		<b>1 punto</b> si entre el 50-79% de establecimientos turísticos en la localidad, cuentan con licencia de funcionamiento.		
		<b>0 punto</b> si menos del 49% de establecimientos turísticos en la localidad, cuentan con licencia de funcionamiento.		
<b>TOTAL</b>			<b>6</b>	<b>6</b>
<b>VALORACIÓN</b>			<b>20</b>	<b>20</b>
<b>100%</b>			<b>30%</b>	<b>30%</b>

## ANEXO EE MATRIZ DE VALORACIÓN DEL COMPONENTE CONSUMIDOR

N°	Indicador de evaluación	Forma de cálculo	Demand a real	Total
1	Tipo de visitantes que llegan por la operación turística	<b>2 puntos</b> si llegan dos clases de visitantes por concepto de operación turística del territorio (visitantes doméstico y receptivo). <b>1 punto</b> si llega uno de las dos clases de visitante. <b>0 punto</b> si no llega ningún tipo de visitante por concepto de operación turística.	2	2
2	Género del visitante	<b>2 puntos</b> si existe al menos una relación de 42% mujeres y 58% hombres en el lugar (o viceversa), lo que se considera equitativo. <b>1 punto</b> si existe una relación de 59% de hombre o mujeres lo que no es equitativo. <b>0 punto</b> si solo un género visita el lugar.	2	2
3	Rango de edad del visitante	<b>2 puntos</b> si el territorio es visitado por personas de todo tipo de edad. <b>1 punto</b> si el territorio es visitado por niños, jóvenes y adultos. <b>0 punto</b> si el territorio es visitado solo por 2 grupos de edad.	1	1
4	Frecuencia de visita al territorio, por parte del visitante	<b>2 puntos</b> si los visitantes llegan de 5 a más veces al año. <b>1 punto</b> si los visitantes llegan entre 3 a 4 veces al año. <b>0 puntos</b> si los visitantes llegan entre 1 a 2 veces al año.	0	0
5	Motivación de viaje del visitante	<b>2 puntos</b> si los visitantes manifiestan llegar por lo menos por 5 diferentes motivaciones de viaje como: religión, gastronomía, lugares de relevancia natural y cultural, vida nocturna, visita a familiares y amigos, turismo de aventura, eventos culturales, turismo de deportes y compras, profesional / negocios. <b>1 punto</b> si los visitantes manifiestan llegar por entre 2 a 4 motivaciones de viaje. Visitantes manifiestan llegar por negocios, aventura, salud, eventos culturales, observa aves, familiares y amigos. <b>0 punto</b> si los visitantes llegan por una sola motivación de viaje.	1	1
6	Conformación del grupo de visitantes	<b>2 puntos</b> si los visitantes llegan: solos, en pareja y en grupo (amigos, familia). <b>1 punto</b> si los visitantes llegan de dos formas grupales. <b>0 punto</b> si llega solo de una forma grupal.	2	2

7	Gasto turístico	2 puntos si el visitante gasta por día 16 USD o más en su visita al territorio.	2	2
		1 punto si el visitante gasta por día entre 10 a 15 USD, en su visita al territorio.		
		0 punto si el visitante gasta por día menos de 9 USD, en su visita al territorio.		
8	Temporada de visita al territorio, por parte del Visitante	2 puntos si los visitantes llegan al territorio de manera indistinta, es decir, (entre semana, fines de semana o vacaciones).	2	2
		1 punto si los visitantes, llegan al territorio solo en vacaciones.		
		0 punto si los visitantes llegan al territorio fines de semana o entre semana.		
9	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
		1 punto si entre el 15% al 49% de visitantes, consumen el servicio de alojamiento durante su estadía.		
		0 punto si menos del 15% de los visitantes consumen el servicio de alojamiento durante su estadía.		
10	Calificación de los visitantes al servicio turístico de alojamiento	2 puntos si los visitantes calificaron como excelente su experiencia con respecto al servicio de alojamiento en el territorio.	0	0
		1 punto si los visitantes calificaron como muy bueno su experiencia con respecto al servicio de alojamiento en el territorio.		
		0 punto si los visitantes calificaron como bueno o malo su experiencia con respecto al servicio de alojamiento en el territorio.		
11	Calificación de los visitantes al servicio turístico de alimentación	2 puntos si los visitantes calificaron como excelente su experiencia con respecto al servicio de alimentación en el territorio.	1	1
		1 punto si los visitantes calificaron como muy bueno su experiencia con respecto al servicio de alimentación en el territorio.		
		0 punto si los visitantes calificaron como bueno o malo su experiencia con respecto al servicio de alimentación en el territorio.		
12	Duración de la estadía por parte del visitante	2 puntos si los visitantes se quedan en el territorio por más de 4 días.	1	1
		1 punto si los visitantes se quedan en el territorio entre 2 y 3 días.		
		0 punto si los visitantes se quedan en el territorio por solo un día.		
13	Nivel de satisfacción del visitante	2 puntos si un 66% o más de los visitantes recomiendan o volvería al territorio.	1	1
		1 puntos si entre el 33% al 65% de los visitantes recomienda o volvería al territorio.		
		0 punto si un 32% o menos de los visitantes recomienda o volvería al territorio.		



<b>14</b>	Procedencia de los visitantes.	<b>2 puntos</b> si el territorio implicado en el área turística maneja datos reales de la procedencia de los turistas, anualmente.	<b>0</b>	<b>0</b>
		<b>1 punto</b> si el territorio implicado maneja datos reales de la procedencia de los turistas, cada tres años.		
		<b>0 punto</b> si el territorio implicado no maneja datos de la procedencia de los turistas.		
<b>15</b>	Calificación para el tipo de atención al cliente.	<b>2 puntos</b> si el territorio implicado realiza encuestas anuales, de la atención que tiene el cliente en las diferentes instalaciones prestadoras de servicios turísticos.	<b>0</b>	<b>0</b>
		<b>1 punto</b> 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.		
		<b>0 punto</b> si el territorio implicado realiza encuestas cada 6 años o nada.		
<b>TOTAL</b>			<b>17</b>	<b>17</b>
<b>VALORACIÓN</b>			<b>30</b>	<b>30</b>
<b>100%</b>			<b>56.67%</b>	<b>56.67%</b>

## ANEXO FF MATRIZ DE VALORACIÓN DEL COMPONENTE PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

N°	Indicador de evaluación	Forma de cálculo	Promoción y comercialización	Total
1	Entidades que promueven la promoción y comercialización del territorio	2 puntos si la promoción y difusión es por parte del GAD y los prestadores de servicios como entes privados.	1	1
		1 punto si la promoción y difusión es por parte de uno de los dos entes.		
		0 punto si no existe ninguna promoción y difusión en la localidad.		
2	Nivel de promoción y comercialización en el territorio	2 puntos si existe una promoción a escala local, nacional e internacional.	0	0
		1 punto si cuenta con dos de las escalas de promoción.		
		0 punto si existe una o ninguna escala de promoción.		
3	Medios de difusión del territorio	2 puntos si la difusión se ha realizado por lo menos en 4 de los siguientes medios: radio, televisión, redes sociales, trípticos, revistas, páginas web.	1	1
		1 punto si por lo menos se ha realizado información en 3 de los medios antes mencionados.		
		0 punto si se han utilizado en dos o menos medios de promoción.		
4	Diversificación de idiomas en la promoción	2 puntos si el territorio cuenta con material promocional en 3 o más idiomas.	0	0
		1 punto si el territorio cuenta con material promocional por lo menos en 2 idiomas.		
		0 punto si el territorio cuenta con material promocional por lo menos en un idioma.		
5	Cantidad de operadoras de viaje	2 puntos si existen 4 o más operadoras turísticas en el territorio.	0	0
		1 punto si existe 2 a 3 operadoras turísticas en el territorio.		
		0 punto si existe una o ninguna operadora turística.		
6	Participación del territorio en eventos de promoción turística	2 puntos si el territorio ha participado en al menos 2 de los siguientes eventos: ferias, exposiciones y convenciones turísticas, anualmente.	0	0
		1 punto si el territorio ha participado en un evento de los antes mencionados, anualmente.		
		0 punto si el territorio no ha participado en ninguno de los eventos mencionados, anualmente.		
<b>TOTAL</b>			<b>2</b>	<b>2</b>
<b>VALORACIÓN</b>			<b>12</b>	<b>12</b>
<b>100%</b>			<b>16,67%</b>	<b>16,67%</b>

## ANEXO GG MATRIZ DE VALORACIÓN DEL COMPONENTE POLÍTICAS ADMINISTRATIVAS

N°	Indicador de evaluación	Forma de cálculo	Políticas administrativas	Total
1	Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (PDOT)	2 puntos si el territorio posee un Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial.	2	2
		1 punto si por lo menos posee alguna parte del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial.		
		0 punto si no posee ningún Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial.		
2	Estrategias que estén vinculados al turismo dentro del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (PDOT)	2 puntos si el PDOT por lo menos tiene 3 o más estrategias vinculadas al desarrollo del turismo.	1	1
		1 punto si por lo menos tiene 2 estrategias vinculadas al desarrollo del turismo.		
		0 punto si por lo menos tiene una o ninguna estrategia vinculada al desarrollo del turismo.		
3	Plan de desarrollo del turismo en el PDOT	2 puntos si dentro del PDOT se habla directamente de un plan de desarrollo del turismo.	1	1
		1 punto si dentro del PDOT se habla indirectamente del turismo.		
		0 punto si no se habla nada sobre turismo.		
4	Plan de desarrollo turístico local	2 puntos si cuentan con un plan de desarrollo turístico local vigente.	1	1
		1 punto si tiene un plan de desarrollo turístico local de menos de 3 años de antigüedad.		
		0 puntos si no tiene un plan de desarrollo turístico local.		
<b>TOTAL</b>			<b>5</b>	<b>5</b>
<b>VALORACIÓN</b>			<b>8</b>	<b>8</b>
<b>100%</b>			<b>62,50%</b>	<b>62,50%</b>

## ANEXO HH MATRIZ DE VALORACIÓN DEL COMPONENTE INSTITUCIONES ADMINISTRATIVAS

N°	Indicador de evaluación	Forma de cálculo	Instituciones administrativas	Total
1	Centro de información	2 puntos si existe un centro de información turística.	1	1
		1 punto si por lo menos hay un agente que brinde información turística en el GAD.		
		0 punto si no tiene ninguna de las opciones antes mencionadas.		
2	Funcionarios en la dirección de turismo	2 puntos si tiene 3 o más funcionarios en la dirección de turismo.	1	1
		1 punto si por lo menos hay 1 o 2 funcionarios en la dirección de turismo.		
		0 punto si no tiene ningún funcionario.		
3	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: Estado, instituciones privadas, públicas, ONG (Organizaciones no Gubernamentales), organizaciones comunitarias, instituciones académicas y asociaciones de la sociedad civil.	1	1
		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 uno o ningún apoyo de los actores antes mencionados		
4	Acceso a datos de los agentes encargados del turismo	2 puntos si se encuentra con facilidad los datos de contacto de la persona encargada del desarrollo del turismo en el territorio como: nombre, teléfono y e-mail.	0	0
		1 punto si se encuentra con facilidad, aunque sea un dato de contacto, de la persona encargada del desarrollo del turismo en el territorio.		
		0 puntos si no se puede encontrar datos de la persona encargada del desarrollo del turismo en el territorio.		
5	Existencia de departamento, gerencia o subgerencia de turismo perteneciente al GAD	2 puntos si el territorio cuenta con un departamento perteneciente al GAD.	0	0
		1 punto si el territorio cuenta con un departamento perteneciente un 50% al GAD y un 50% a una entidad ajena, al GAD.		
		0 puntos si el territorio no cuenta con departamento perteneciente al GAD.		
6	Convenios de investigación turística	2 puntos si la entidad de turismo encargada cuenta con 5 o más convenios de investigación en turismo con instituciones académicas de investigación.	0	0

	entre la entidad de turismo encargada y las instituciones académicas de investigación.	<b>1 punto</b> si la entidad de turismo encargada cuenta con 4 o 3 convenios de investigación en turismo con instituciones académicas. <b>0 puntos</b> si la entidad de turismo encargada cuenta con 2 o un convenio de investigación en turismo con instituciones académica.		
<b>7</b>	Número de investigaciones que se realiza por parte de la institución de regulación del turismo.	<b>2 puntos</b> si la institución reguladora de turismo del territorio realiza por lo menos una investigación por trimestre. <b>1 punto</b> si la institución reguladora de turismo del territorio, realiza por lo menos una investigación por semestre. <b>0 puntos</b> si la institución reguladora de turismo del territorio realiza por lo menos una investigación por año.	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>8</b>	Registro de los Emprendimientos turísticos con los que cuenta el territorio en una entidad reguladora de las actividades turísticas.	<b>2 puntos</b> si la entidad reguladora de las actividades turísticas lleva un registro trimestral de los emprendimientos turísticos del territorio. <b>1 punto</b> si la entidad reguladora de las actividades turísticas lleva un registro semestral de los emprendimientos turísticos del territorio. <b>0 puntos</b> si la actividad reguladora lleva un registro anual o no cuenta con un registro de los emprendimientos turísticos del territorio.	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>9</b>	Número de alianzas con fines turísticos entre el sector público y privado.	<b>2 puntos</b> si existen al menos 5 tipos de alianzas con fines turísticos entre los dos sectores (público y privado). <b>1 punto</b> si existen entre 2 a 4 tipos de alianzas con fines turísticos entre los dos sectores (público y privado). <b>0 puntos</b> si existe al menos un tipo de alianza con fines turísticos entre los dos sectores (público y privado).	<b>1</b>	<b>1</b>
<b>10</b>	Estudios de capacidad de carga	<b>2 puntos</b> si la entidad encargada cuenta con por lo menos un estudio de capacidad de carga, en el último año. <b>1 punto</b> si la entidad encargada cuenta con por lo menos 2 a 4 estudios de capacidad de carga, en los últimos 5 años. <b>0 puntos</b> si la entidad encargada no cuenta con estudios de capacidad de carga.	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>11</b>	Políticas de fijación de precios en servidores turísticos	<b>2 puntos</b> si la institución encargada mantiene un control trimestral, con respecto a la fijación de precios en los prestadores de servicios turísticos. <b>1 punto</b> si la institución encargada mantiene un control semestral, con respecto a la fijación de precios en los prestadores de servicios turísticos. <b>0 puntos</b> si la institución encargada mantiene un control anual, con respecto a la fijación de precios en los prestadores de servicios turísticos.	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>12</b>	Control en actividades de aventura	<b>2 puntos</b> si la institución encargada de las actividades turísticas, mantiene un control trimestral con respecto a la práctica de los deportes de aventura.	<b>0</b>	<b>0</b>

		<b>1 punto</b> si la institución encargada de las actividades turísticas, mantiene un control semestral con respecto a la práctica de los deportes de aventura.		
		<b>0 puntos</b> si la institución encargada de las actividades turísticas, mantiene un control anual con respecto a la práctica de los deportes de aventura.		
<b>13</b>	Campañas de protección ambiental (GAD)	<b>2 puntos</b> si el GAD proporciona al menos 3 campañas sobre protección ambiental al año	<b>1</b>	<b>1</b>
		<b>1 punto</b> si el GAD proporciona al menos 1 o 2 campañas sobre protección ambiental al año		
		<b>0 puntos</b> si el GAD no cuenta con ninguna campaña de protección ambiental		
<b>14</b>	Delincuencia reportada por turistas	<b>2 puntos</b> si en el territorio no hay registros de ataques a turistas	<b>2</b>	<b>2</b>
		<b>1 punto</b> si en el territorio existen hasta 2 ataques a turistas, sin daños mayores		
		<b>0 puntos</b> si en el territorio existen denuncias de ataques mayores o robos de cuantía a turistas		
<b>TOTAL</b>			<b>7</b>	<b>7</b>
<b>VALORACIÓN</b>			<b>28</b>	<b>28</b>
<b>100%</b>			<b>25,00</b>	<b>25,00</b>

**ANEXO II MATRIZ GENERAL DE VALORACIÓN DE LOS INDICADORES DE LOS 12 COMPONENTES**

<b>Rango alto</b>	1,60 - 2	
<b>Rango medio</b>	0,60 – 1,59	
<b>Rango bajo</b>	0 – 0,59	

N°	INDICADOR DE EVALUACIÓN	Componentes											TOTAL	PROMEDIO	
		C.N	C.H.C	C.G	C.F.E	C.A.R	C.V.A	C.S,S,SB	C.S.T	C.C	C.P.C	C.P.A			C.I.A
1	Contenido de flora, fauna y geomorfología	0,56												0,56	0,56
2	Ambiente limpio	0,69	0,9		0,92	1								3,51	0,87
3	Participación comunitaria en el mantenimiento del atractivo	0	0		0	0								0	0
4	Accesibilidad universal	1	1	0,06	1				2					5,06	1,02
5	Servicio de guías	0	0			0								0	
6	Conectividad de voz y datos	0	0,83	0,13	0,43	0,3	1	1	1					4,69	0,58
7	Información del atractivo por internet	0,25	0,2	0,03	0,07	0,2								0,75	0,15

<b>8</b>	Asociación con otros atractivos	0,31	0	0,4		0,4								<b>0,57</b>	<b>0,11</b>
<b>9</b>	Seguridad	0	0	0	0			1	0					<b>1</b>	<b>1</b>
<b>10</b>	Señalética y movilidad	0,25	0,1	0	0,07		1	1	1					<b>3,42</b>	<b>0,48</b>
<b>11</b>	Infraestructura de apoyo para el componente natural	0,31												<b>0,31</b>	<b>0,31</b>
<b>12</b>	Infraestructura de apoyo para el componente hechos culturales.		0											<b>0</b>	<b>0</b>
<b>13</b>	Infraestructura de apoyo para el componente gastronómico			0,33										<b>0,33</b>	<b>0,33</b>
<b>14</b>	Infraestructura de apoyo para el componente de festividades y eventos				0,21									<b>0,21</b>	<b>0,21</b>
<b>15</b>	Infraestructura de apoyo para el componente de recreación					0								<b>0</b>	<b>0</b>
<b>16</b>	Infraestructura de apoyo para el componente vías de acceso						0							<b>0</b>	<b>0</b>





	gestión de festividades y eventos																				
<b>28</b>	Nivel de atractividad de demanda por parte de las festividades recreacionales del territorio					0,5													<b>0,5</b>	<b>0,50</b>	
<b>29</b>	Tipo de vías para el acceso al territorio						0,5													<b>0,5</b>	<b>0,5</b>
<b>30</b>	Condiciones generales de las vías de acceso						0,25													<b>0,25</b>	<b>0,25</b>
<b>31</b>	Tipo de transporte						0,05													<b>0,05</b>	<b>0,05</b>
<b>32</b>	Zonas de cruzamiento						0													<b>0</b>	<b>0</b>
<b>33</b>	Conectividad de las vías arteriales						0,25													<b>0,25</b>	<b>0,25</b>
<b>34</b>	Seguridad vial						0													<b>0</b>	<b>0</b>
<b>35</b>	Facilidades de puntos de descanso en las vías de acceso						0,5													<b>0,5</b>	<b>0,5</b>
<b>36</b>	Vigilancia permanente				0,5			0,5												<b>1</b>	<b>0,5</b>
<b>37</b>	Servicios de salud pública							0,5												<b>0,5</b>	<b>0,5</b>

<b>38</b>	Centros médicos privados							0						<b>0</b>	<b>0</b>
<b>39</b>	Horarios de atención centros médicos							1						<b>1</b>	<b>1</b>
<b>40</b>	Servicios básicos							1						<b>1</b>	<b>1</b>
<b>41</b>	Programa de manejo de desechos							0,5						<b>0,5</b>	<b>0,5</b>
<b>42</b>	Categorización de los alojamientos							0						<b>0</b>	<b>0</b>
<b>43</b>	Cantidad de alojamientos							0						<b>0</b>	<b>0</b>
<b>44</b>	Trabajo conjunto entre diferentes prestadores del servicio turístico.				0,14	0		0						<b>0,14</b>	<b>0,04</b>
<b>45</b>	Certificaciones de calidad nacionales e internacionales							0						<b>0</b>	<b>0</b>
<b>46</b>	Cantidad de empleo generado							0						<b>0</b>	<b>0</b>
<b>47</b>	Categorización de restaurantes							0,5						<b>0,5</b>	<b>0,5</b>
<b>48</b>	Cantidad de restaurantes							0,5						<b>0,5</b>	<b>0,5</b>
<b>49</b>	Categoría de transporte turístico					0,5								<b>0,5</b>	<b>0,5</b>

<b>50</b>	Tipo de transporte turístico					0,5								<b>0,5</b>	<b>0,5</b>
<b>51</b>	Cantidad de transporte turístico en el territorio					04								<b>0,4</b>	<b>0,4</b>
<b>52</b>	Tipo de visitantes que llegan por la operación turística								2					<b>2</b>	<b>2</b>
<b>53</b>	Género del visitante								1					<b>1</b>	<b>1</b>
<b>54</b>	Rango de edad del visitante								2					<b>2</b>	<b>2</b>
<b>55</b>	Frecuencia de visita al territorio, por parte del visitante								1					<b>1</b>	<b>1</b>
<b>56</b>	Motivación de viaje del visitante								1					<b>1</b>	<b>1</b>
<b>57</b>	Conformación del grupo de visitantes								2					<b>2</b>	<b>2</b>
<b>58</b>	Entidades que promueven la promoción y comercialización del territorio									0,5				<b>0,5</b>	<b>0,5</b>

<b>59</b>	Nivel de promoción y comercialización en el territorio										0				<b>0</b>	<b>0</b>
<b>60</b>	Medios de difusión del territorio										0,5				<b>0,5</b>	<b>0,5</b>
<b>61</b>	Diversificación de idiomas en la promoción										0				<b>0</b>	<b>0</b>
<b>62</b>	Cantidad de operadoras de viaje										0				<b>0</b>	<b>0</b>
<b>63</b>	Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (PDOT)											1			<b>1</b>	<b>1</b>
<b>64</b>	Estrategias que estén vinculados al turismo dentro del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (PDOT)											0,5			<b>0,5</b>	<b>0,5</b>
<b>65</b>	Plan de desarrollo del turismo en el PDOT												1		<b>1</b>	<b>1</b>

<b>66</b>	Centro de información												0,5	<b>0,5</b>	<b>0,5</b>
<b>67</b>	Funcionarios en la dirección de turismo												0,5	<b>0,5</b>	<b>0,5</b>
<b>68</b>	Colaboración de instituciones con el territorio												0,5	<b>0,5</b>	<b>0,5</b>
<b>69</b>	Acceso a datos de los agentes encargados del turismo												0	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>70</b>	Alineación con tendencias turísticas	0	0,5											<b>0,5</b>	<b>0,25</b>
<b>71</b>	Existencia de departamento, gerencia o subgerencia de turismo perteneciente al GAD												1	<b>1</b>	<b>1</b>
<b>72</b>	Convenios de investigación turística entre la entidad de turismo encargada y las instituciones académicas de investigación.												0	<b>0</b>	<b>0</b>

<b>73</b>	Número de investigaciones que se realiza por parte de la institución de regulación del turismo.												0	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>74</b>	Registro de los emprendimientos turísticos con los que cuenta el territorio en una entidad reguladora de las actividades turísticas.												1	<b>1</b>	<b>1</b>
<b>75</b>	Número de alianzas con fines turísticos entre el sector público y privado y con los cantones aledaños												0,5	<b>0,5</b>	<b>0,5</b>
<b>76</b>	Gasto turístico								2					<b>2</b>	<b>2</b>
<b>77</b>	Estudios de capacidad de carga												0	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>78</b>	Implementación de políticas de comportamiento	0	0											<b>0</b>	<b>0</b>

	del visitante en la actividad turística													
<b>79</b>	Políticas de fijación de precios en servidores turísticos											0	0	0
<b>80</b>	Control en actividades de aventura				1							0	1	1
<b>81</b>	Obtención de licencia de funcionamiento							1					1	1
<b>82</b>	Temporada de visita al territorio, por parte del visitante								2				2	2
<b>83</b>	Consumo de alojamiento, por parte de los visitantes								0				0	0
<b>84</b>	Calificación de los visitantes al servicio turístico de alojamiento								0				0	0
<b>85</b>	Calificación de los visitantes al servicio turístico de alimentación			1					1				1	1

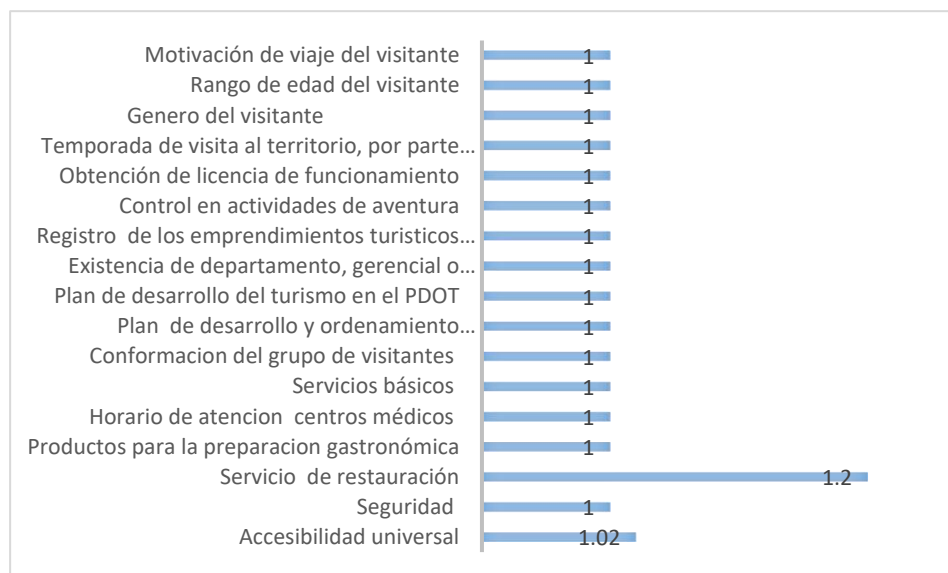


<b>86</b>	Duración de la estadía por parte del visitante									1					<b>1</b>	<b>1</b>
<b>87</b>	Cercanía a un aeropuerto o terminal terrestre					0.5									<b>0,5</b>	<b>0,5</b>
<b>88</b>	Categorización de agencias de viajes								0						<b>0</b>	<b>0</b>
<b>89</b>	Nivel de satisfacción del visitante								1						<b>1</b>	<b>1</b>
<b>90</b>	Participación del territorio en eventos de promoción turística									0					<b>0</b>	<b>0</b>
<b>91</b>	Procedencia de los visitantes.								0						<b>0</b>	<b>0</b>
<b>92</b>	Calificación para el tipo de atención al cliente.								0						<b>0</b>	<b>0</b>
<b>93</b>	Bienestar a la población local								0						<b>0</b>	<b>0</b>
<b>94</b>	Impacto económico del turismo en el territorio								0						<b>0</b>	<b>0</b>
<b>95</b>	Campañas de protección												0,5		<b>0,5</b>	<b>0,5</b>

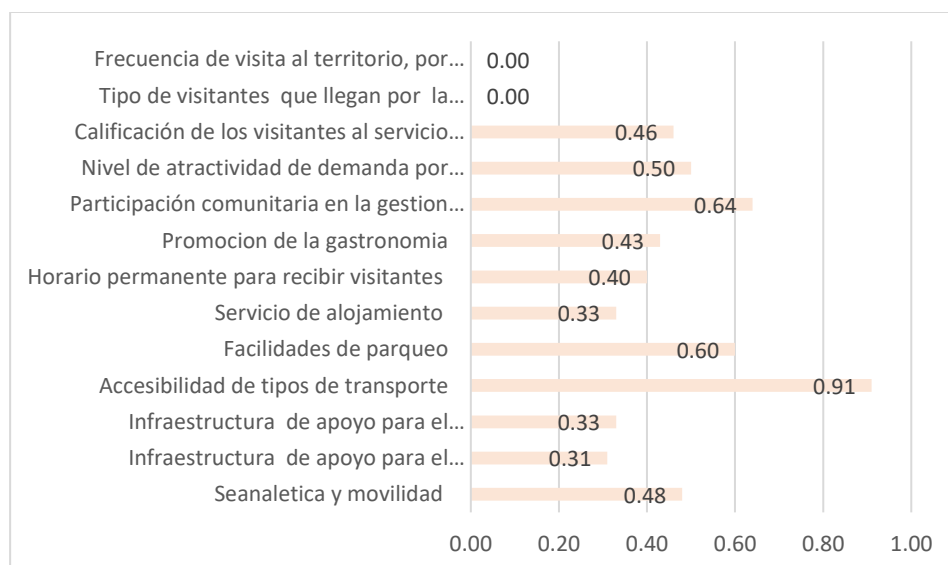
	ambiental (GAD)														
<b>96</b>	Programa de Buenas Prácticas Ambientales de las empresas del sector turístico								0					0	0
<b>97</b>	Servicios higiénicos públicos	0,12	0,4		0,07	0,4								<b>0,99</b>	<b>0,24</b>
<b>98</b>	Profesionales de turismo que trabajan en los establecimientos		0	0					0					0	0
<b>99</b>	Plan de desarrollo turístico local											0,5		<b>0,5</b>	<b>0,5</b>
<b>100</b>	Delincuencia reportada por turistas												0,5	<b>0,5</b>	<b>0,5</b>

## ANEXO JJ RANGO DE INDICADORES ALTO, MEDIO Y BAJO

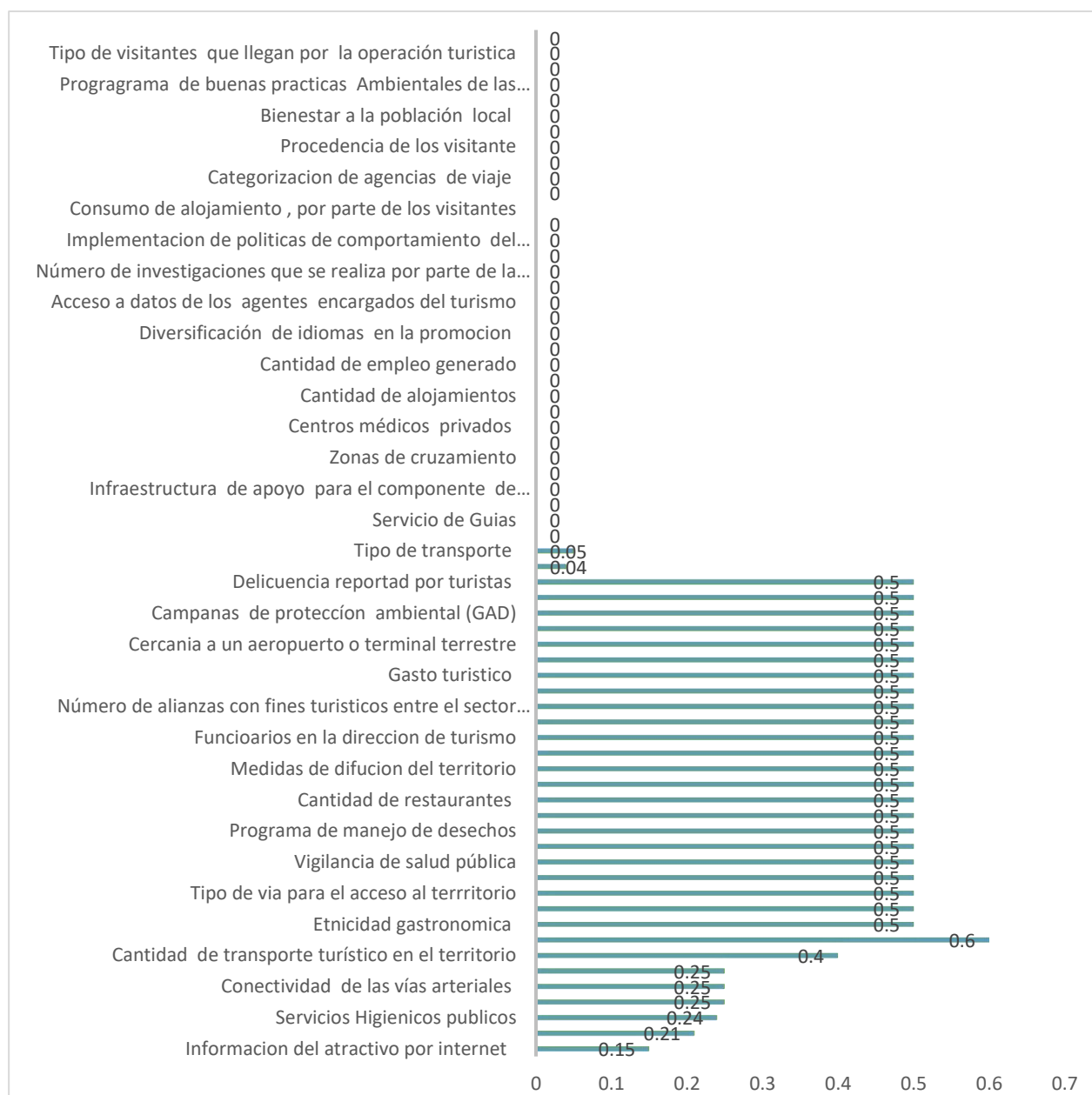
### Indicadores de Rango Alto de la Parroquia de Guanujo



### Indicadores de Rango Medio de la Parroquia de Guanujo



*Indicadores de Rango Bajo de la Parroquia de Guanajuato*



## ANEXO KK NIVEL DE POTENCIAL TURÍSTICO DE LOS 12 COMPONENTES EN BASE A LIKERT

### Componente Natural

Nivel de Potencial Turístico		Recursos	Evaluación Final del Componente Natural
Muy alto	81 - 100%	-----	<b>Nivel Bajo 25,99</b>
Alto	61 - 80,99%	-----	
Medio	41 - 60,99%	Área Protegida de Chimborazo (42,11) El Arenal (39,47)	
Bajo	21 - 40,99%	Lago las Cochas (28,95) Laguna Patococha – Jatumpamba (23,68) Loma Dulce (21,05)	
Muy bajo	0 - 20,99%	Surguayco (18,42) Mailona (18,42) Rio Salinas (15,79)	

### Componente Hechos Culturales

Nivel de Potencial Turístico		Recursos	Evaluación Final del Componente Hechos Culturales
Muy alto	81 – 100%	-----	<b>Nivel bajo 29,50%</b>
Alto	61 – 80,99%	-----	
Medio	41 – 60,99%	Iglesia de Guanujo (45,00) Casa Artesanal Felisa Egüez (40,00) Mercado (30,00)	
Bajo	21 – 40,99%	Piedra Colonial de Guanujo (22,50)	
Muy bajo	0 – 20,99%	El camino de los Molinos (10,00)	

*Nivel de potencial turístico de los 12 componentes en base a Likert*

*Componente Gastronómico*

Nivel de Potencial Turístico		Recursos	Evaluación Final del Componente Gastronómico
Muy alto	81 – 100%	-	<b>Nivel bajo 29,56</b>
Alto	61 – 80,99%	Pájaro Azul (66,67)	
		Hornado (50,00)	
Medio	41 – 60,99%	Papas con cuy (40,00)	
		Fritada (43,33)	
		Buñuelos (30,00)	
		Chicha de jora (30,00)	
		Tortillas de tiesto (33,33)	
Bajo	21 – 40,99%	Quimbolitos (20,00)	
		Lluspas (20,00)	
		Humitas (20,00)	
		Caldo de pata (23,33)	
Muy bajo	0 – 20,99%	Chiguiles (16,67)	
		Dulce de Zambo (16,67)	
		Caldo de Gallina Criolla (16,67)	
		Mote (16,67)	

*Componente Festividades y eventos*

Nivel de Potencial Turístico		Recursos	Evaluación Final del Componente Festividades y Eventos
Muy alto	81 – 100%	-----	<b>Nivel medio 40, 95</b>
Alto	61 – 80,99%	-----	
		Fiestas de San Pedro de Guanujo (53,33)	
Medio	41 – 60,99%	Semana Santa (46,67)	
Bajo	21 – 40,99%	Carnaval (43,33)	
Muy bajo	0 – 20,99%	Torneo deportivo (43,33)	
		Pase de la Chamiza (30,00)	
		Inti Raymi (36,67)	
		Paseo del Chagra (33,33)	

*Nivel de potencial turístico de los 12 componentes en base a Likert*

*Componente Actividades Recreacionales*

Nivel de Potencial Turístico		Recursos	Evaluación Final del Componente Actividades Recreacionales
Muy alto	81 – 100%	-	<b>Nivel medio 38,24%</b>
Alto	61 – 80,99%	-	
Medio	41 – 60,99%	Complejo Turístico (52,94)	
		Básquet, Fútbol y boli (41,18)	
		Caminatas (35,29)	
		Ciclismo (32,35)	
Bajo	21 – 40,99%	Motocrós Guanujo (29,41)	
Muy bajo	0 – 20,99%	-	

**Tabla 6F**

*Componente Vías de Acceso*

Nivel de Potencial Turístico		Recursos	Evaluación Final del Componente Vías de Acceso
Muy alto	81 – 100%	-	<b>Nivel Medio 45,45%</b>
Alto	61 – 80,99%	-	
Medio	41 – 60,99%	Vía Quito, Ambato, Guayaquil (45,45%)	
Bajo	21 – 40,99%	-	
Muy bajo	0 – 20,99%	-	

*Nivel de potencial turístico de los 12 componentes en base a Likert*

*Componente seguridad, Salud y Servicios Básicos*

Nivel de Potencial Turístico		Recursos	Evaluación Final del Componente Seguridad, Salud y Servicios Básicos
Muy alto	81 – 100%	-	<b>Nivel medio 50%</b>
Alto	61 – 80,99%	-	
		-	
Medio	41 – 60,99%	Seguridad (50%)	
Bajo	21 – 40,99%	Servicios básicos (50%)	
Muy bajo	0 – 20,99%	Salud (50%)	

*Componente Servicios Turísticos*

Nivel de Potencial Turístico		Recursos	Evaluación Final del Componente Servicios Turístico
Muy alto	81 – 100%	-	<b>Nivel medio 30%</b>
Alto	61 – 80,99%	-	
Medio	41 – 60,99%	Restaurante (46,67)	
Bajo	21 – 40,99%	Servicios complementarios (30,00%)	
		Alojamiento (23,33%)	
Muy bajo	0 – 20,99%	---	



*Componente Consumidor*

Nivel de Potencial Turístico		Recursos	Evaluación Final del Componente Consumidor
Muy alto	81 – 100%	-	<b>Nivel medio</b> <b>56.67%</b>
Alto	61 – 80,99%		
Medio	41 – 60,99%	Demanda real (56.67%)	
Bajo	21 – 40,99%	-	
Muy bajo	0 – 20,99%	-	

*Nivel de potencial turístico de los 12 componentes en base a Likert**Componente Promoción y Comercialización*

Nivel de Potencial Turístico		Recursos	Evaluación Final del Componente Promoción y Comercialización
Muy alto	81 – 100%	-	<b>Nivel muy bajo</b> <b>16,67%</b>
Alto	61 – 80,99%	-	
Medio	41 – 60,99%	-	
Bajo	21 – 40,99%	-	
Muy bajo	0 – 20,99%	Promoción y comercialización (16,67%)	

*Componente Política Administrativa*

Nivel de Potencial Turístico		Recursos	Evaluación Final del Componente Políticas Administrativas
Muy alto	81 – 100%	-	<b>Nivel alto</b>  <b>62,50%</b>
Alto	61 – 80,99%	Políticas administrativas (62,50%)	
Medio	41 – 60,99%	-	
Bajo	21 – 40,99%	-	
Muy bajo	0 – 20,99%	-	

*Componente Instituciones Administrativas*

Nivel de Potencial Turístico		Recursos	Evaluación Final del Componente Instituciones Administrativas
Muy alto	81 – 100%	-	<b>Nivel bajo</b>  <b>25%</b>
Alto	61 – 80,99%	-	
Medio	41 – 60,99%	-	
Bajo	21 – 40,99%	- Instituciones administrativas (50%)	
Muy bajo	0 – 20,99%	-	

## **ANEXO LL ENTREVISTA 1**

Cuestionario para la entrevista online al coordinador del departamento de turismo cantón Guaranda provincia Bolívar.

**Entrevista:** Lic. Hugo Gustavo Fierro Guama

### **Coordinador del Departamento de Turismo en Municipio de Guaranda**

**1. ¿Actualmente en qué estado se encuentra el turismo en la parroquia de San Pedro de Guanujo?**

El estado en el que actualmente se encuentra la parroquia urbana de Guanujo, como también el canto de Guaranda estamos en un estado de elaboración y diseño del plan estratégico de Turismo, esto hace que podamos ir planificando en territorio, haciendo constantemente reuniones vía zoom para poder elaborar el plan estratégico, para que en base a este plan podamos generar proyectos y programas que estarán enfocados directamente a la parroquia de Guanujo que se le encuentra por la parte de las fiestas de San Pedro, como también por algunos atractivos que se encuentran dentro de la parroquia urbana de Guanujo.

Como usted sabe todo ha quedado nulo debido a la epidemia que estamos pasando, vemos que vamos a tener estrategias nuevas, planes y proyectos que vayan enfocados a la reactivación económica que requiere tanto Guanujo como el cantón Guaranda y nivel del Ecuador y del mundo.

**2. ¿Qué problemas tiene la parroquia de Guanujo, que no le permiten ser considerada como un lugar turístico?**

Dentro del inventario estamos trabajando en lo que se refiere a la fiesta de San Pedro de Guanujo como también a la Iglesia como atractivo turístico y estamos haciendo un análisis

dentro del ámbito natural lo que son algunas rutas de ciclismo que salen desde el nevado Chimborazo y que llegan hasta la parte baja de Guanujo y a su vez a Atan Dagua y Guanujo hasta lo que es la parroquia de Santa Fe.

**3. ¿Cuáles son las debilidades turísticas que tiene la parroquia de Guanujo?**

Una debilidad que creo yo más bien en sentido de poder hacer un análisis es el que de alguna forma todavía no existen operadoras turísticas que puedan luego del inventariar los recursos y poder generar un producto puedan ser comercializados vendidos a través de una agencia de viajes que debería estar ubicada la sucursal o hacer alianzas con alguna ONG que tenga esa opción, porque el Municipio dentro de las competencias es de regular, planificar, controlar mas no de generar ventas para eso está la empresa privada que son quienes definen la venta de estas actividades.

**4. ¿Desde su punto de vista por qué no se ha mejorado y creado proyectos que permitan generar actividades turísticas en la parroquia durante los feriados?**

Una debilidad y por qué no se ha podido trabajar en el cantón Guaranda hay una deficiencia en el ámbito de poder tener un producto que sea comercializado de forma directamente por la empresa privada

**5. ¿Se tiene algún plan de promoción de las fiestas de la parroquia de Guanujo?**

Dentro de lo que es la actividad a nivel del plan turístico del cantón Guaranda y obviamente esta lo que es Guanujo por las fiestas de San Pedro de Guanujo estamos generando un plan de marketing donde se pueda articular una marca a nivel del cantón Guaranda y dentro de esta marca va estar representado todo lo que es en este caso el cantón Guaranda que identifique todo lo que es el cantón y en base a esta marca generar lo que es publicidad, folletería, redes sociales y un manual de marca para poder generar publicidad folletería un manual de marca para poder generar y promocionar este Marketing MIX que decimos hoy en la actualidad

**6. ¿Cómo delegado de turismo de la provincia de Bolívar cuales son las estrategias que aplicará para mejorar el turismo en la parroquia de Guanujo?**

Una de las estrategias generalmente sería el poder tener una socialización de como hoy en día el mundo se está reactivando en el turismo en la parte Económica y va a ser de apoco y eso va a generar algunos problemas de inversiones o de inversionistas que quieran invertir en este caso en Guanujo entonces habrá de ir consolidando desde Guanujo y la gente de apoco pueda ir invirtiendo y que los capitales como ya conocemos el entorno a quien dirigimos e que épocas que vender por que la reactivación va hacer un poco lenta para poder articular lo que se refiere a nivel nacional e internacional .

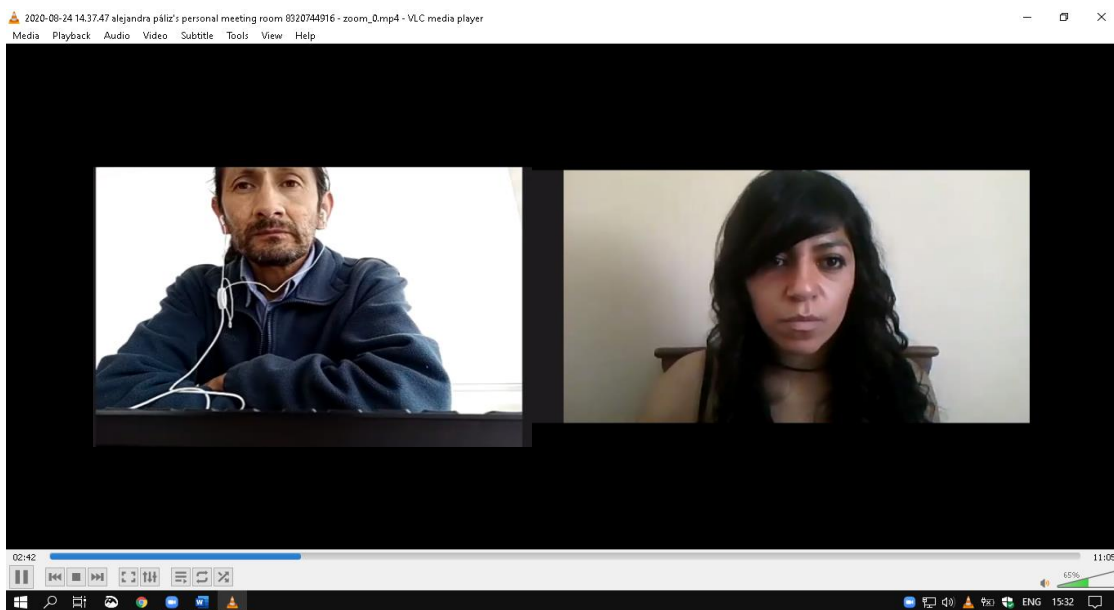
Una estrategia va hacer el de socializar y el de conocer lo nuestro el que la gente conozca nuestra historia conozca los recursos de Guanujo y su entorno, y que seamos nosotros los pobladores del cantón y de la provincia quienes no visitemos solo por las fiestas de San Pedro si no todo el año visitemos Guanujo y podamos integrar todos estos recursos a otros recursos ,por ejemplo cuando la gente vaya al Chimborazo por la ruta de los hieleros de Bolívar pueda llegar a las cochas luego a Guanujo y tener la opción de hospedaje, alimentación que le cuenten la leyenda de Adolfo Páez del barrio Tomabela son cuestiones integrales para poder generar esta actividad .

**7. ¿Se piensa trabajar de manera mancomunada con otros GADs para promocionar el turismo local?**

Si se deberá articular el trabajo con los GADS provincial pero hay una debilidad en los GADs de Chimbo, San Miguel, Chillanes , Las Naves , Caluma y Echandía, no cuentan con un departamento de turismo y lo que estamos haciendo es coordinando es competencia de los Gobiernos Parroquiales y también que se pueda articular con el comité de desarrollo Ulpiano Páez de Guanujo para coordinar actividades colectivas en función de la elaboración del plan estratégico .

## 8. ¿Existen actores turísticos relevantes en Guanajujo?

Si, la ruta de los trapiches que se da en Guanajujo el licor que se llama Dago que es de el Señor Dagoberto Escudero es un actor importante porque él está comercializando su producto con identidad propia independientemente de la fiesta de San Pedro, inclusive esto debe generar emprendimientos locales que es lo que va identificar y va a generar el hecho del compromiso y aprovechamiento de cada espacio en el sector de Guanajujo.



**Figura12:** Entrevista al delegado de turismo de la provincia de Bolívar

**Fuente:** Pάλiz, J. (2020)

**Anexo p. Entrevista 2**

Cuestionario para la entrevista online a la vicepresidente del Comité de Desarrollo Ulpiano Páez de la parroquia de Guanujo.

**Entrevista: Lcda. Tania Viscarra**

**Vicepresidenta Comité de Desarrollo Ulpiano Páez**

**Fecha:30/08/2020**

**1. ¿En su gestión como vicepresidenta cuál ha sido su aporte para impulsar el turismo en la parroquia de Guanujo?**

En este tiempo de gestión ha sido un poco complicado, porque somos una entidad sin fines de lucro y no tenemos ningún recurso, los recursos con los que contamos son propios que hemos tenido que poner, pero también se ha realizado autogestión.

En esta administración debo decir que fue iniciativa mía y propia de mí hija en su tiempo de reinado, es que nosotros logramos hacer la galería con las fotografías de las dignidades de los diferentes representantes que ha tenido nuestra parroquia en las áreas de las reinas, de los taitas carnaval, del chagra del año y chagras bonitas desde sus inicios hasta la actualidad. La finalidad de este proyecto es que cuando visiten Guanujo no solo en fiestas si no que siempre que haya un evento vengan las familias por fin de semana o cualquier motivo les invitemos a pasar a visitar nuestra casa artesanal, en donde está la galería de fotos contando la historia de cada actividad y eventos que se han desarrollado. Las generaciones anteriores se sienten muy complacidas de que este la foto de sus representantes de su familiar de su amigo y las generaciones futuras conozcan como ha sido la trayectoria de todos estos eventos a través de su gente.

**2. ¿Cuáles son los atractivos turísticos de la zona?**

Yo iniciaría con el más reciente que tenemos el santuario de nuestro patrono San Pedro, nuestro parque que es muy emblemático es el más antiguo nuestro parque Telmo Giménez. Como atractivo turístico a mí siempre me ha gustado mencionarlo y es el rio de la Mailona que

queremos potenciarlo debido a que es muy bonito un poco cercanos de ahí tenemos también el lago las Cochas que es un atractivo al que propios y extraños por lo general acudimos con frecuencia, por el momento te podría mencionar esos pero sin desmerecer también a Salinas que pertenece a Guanujo y es parte y siempre lo ponemos como un referente y a la gente nueva y extranjera que viene le invitamos a visitarlo.

### **3. ¿Qué problemas tiene la parroquia de Guanujo, que no puede ser considerada como potencia turística nacional?**

En cuanto a la problemática es el desarrollo del área mismo a qui es la falta de apoyo gubernamental y no gubernamental de las ONG la falta de capacitación a las personas y emprendedores, como bien lo mencionábamos en un taller anterior en donde estábamos con varios actores e instituciones y también emprendedores vemos que hace falta apoyo y más que todo yo si me llevo un poco a pensar en el empoderamiento de la gente, por decir si un Guanujeño está emprendiendo allá debe ir el apoyo para que ese emprendimiento crezca y se haga conocer y que nosotros podamos llegar así hacer voz y tener un posicionamiento, yo quisiera primero ir de lo poco a lo más hacernos conocer provincialmente y luego si llegar hablar de una manera nacional, aunque por muchos aspectos si nos conocen a nosotros aquí de manera nacional y si internacional no como a lo mejor quisiéramos pero si tenemos ciertos productos especialmente que han trascendido los límites del país por ejemplo: Es muy conocido el pájaro azul gracias a los Ecuatorianos y Bolivarenses que están en los diferentes países en el mundo ellos han ayudado mucho. Ha nosotros nos ha faltado agarrarnos de ese aspecto para desarrollarlo, pero si lo hay y vemos que inclusive tenemos gente representativa de aquí que tiene esos contactos y eso deberíamos aprovecharlos.

### **4. ¿Cuál es el atractivo turístico que mejor ganancia deja para los habitantes de Guanujo?**

El atractivo turístico que mayor ganancia y relevancia a tenido hasta aquí es las fiestas de nuestro patrono San Pedro porque tenemos el asunto religioso que es atraves del santuario que tiene visita de propios y extraños en las fechas antes y después de su fiesta que es el 29 de junio entonces en esos tiempos se realizan bastantes eventos de carácter cultural, social y deportivo las personas con emprendimientos pequeños sean estos gastronómicos u otros que han tenido



la visión de hacer sus implementos representativos de la parroquia en lo referente a uniformes deportivos como: gorras, camisetas y vasos con el eslogan ‘*desde Guanajuato*’, han tenido ya esta idea entonces es ahí en estas fechas en donde más venden, la gente especialmente con gastronomía y comida rápida es en donde tiene recursos en estas fechas para los próximos meses entonces aprovechan este tipo de festividad. También el carnaval tenemos afluencia el día que toca a nuestra parroquia vemos ese tipo de cosas y donde damos también trabajo a las personas gente que decora los carros alegóricos, así como los grupos de danzas que les contratan las instituciones o también participan para darse a conocer, por ejemplo: si hablamos de las cochas es institucional eso lo maneja el consejo provincial y eso es muy aporte.

La apreciación nuestra es que por lo menos ellos tienen en estos días aprovechan para hacer recursos y ayudarse inclusive trabajan hasta altas horas por que son las únicas fechas que ellos tienen para generar ingresos.

### **5. ¿Qué atractivo turístico están en malas condiciones?**

Los atractivos turísticos en Guanajuato no han tenido la atención de vida como te digo sería excelente que organismos del turismo tanto instituciones públicas como privadas pongan atención, nosotros siempre hablamos del sector de la Mailona y de la Loma dulce son cosas históricas que nos viene a la mente las historias que nos contaban nuestros abuelitos y nuestros padres nos trae recuerdos. Entonces no hay aquí un referente para decir en este sitio tal cosa nos falta leyendas y lo principal es la atención lo que falta decirte que esta destruido no lo diría de esta manera mejor falta es la atención y los recursos para que para Re potencializar ese atractivo para hacerlo más relevante más conocido y visitado.

La fiesta de San Pedro, por ejemplo: el comité estaba gestionando a través de una ordenanza que ya la hizo y lo aprobó la anterior administración municipal, para que hagan sus propios recursos y lo manejen ellos, pero lamentablemente en este año se dio lo de la pandemia y eso quedó suspendido por el momento, pero de ahí queremos que eso se siga trascendiendo por ejemplo el Pase del Chagra es el segundo después de Machachi con ese tipo de aglomeración de gente y atracción de turistas que tiene entonces ahí falta la atención, nos referimos a una inyección de recursos para que las actividades se realicen a la altura del turista propio y extranjero para que se pueda implementar, mejorar y vender el recurso turístico .

## 6. ¿Qué propondría usted, para que Guanajujo sea un lugar más visitado?

Yo lo veo con mucha potencialidad a la Casa Artesanal sé que tenemos esta galería pequeña pero quisiera que ahí igualmente pongamos otras fotografías, incorporando una segunda parte de la galería por ejemplo: el cual cuente la historia a través de imágenes antiguas de Guanajujo antiguo como el primer equipo de fútbol de Guanajujo, instituciones como el registro civil en su tiempo la tenencia política, la escuela Vicente Roca fuerte y del Colegio y que a través de esa visión de imágenes se cuente la historia de nuestro pueblo.

Quisiera potenciarlo de una manera grande, tenemos un mini auditorio en donde podemos proyectar películas en ese sentido yo haría que la casa artesanal sea un sitio obligado, de paso y de visita para toda la gente que está interesada en conocer la historia de la parroquia, inyectándoles de ese mosquito de curiosidad en todas las personas en conocer nuestra trayectoria a través de las familias de aquí, que están asentadas ir invitando a conocer para que se siga multiplicando a muchas personas para que nos visiten .

El santuario siempre va hacer nuestro primer eje de partida y de ahí ir desarrollando otros polos que permitan generar otras actividades e ir de poco a poquito y darnos a conocer como Guanajujo emprendedor, cultura, tradición y deportista.



**Figura 25:** Entrevista a la vicepresidenta del Comité de Desarrollo Ulpiano Páez- Guanajujo

### ANEXO MM MODELO DE ENCUESTA DE LA DEMANDA REAL



#### MODELO DE ENCUESTA

Saludos, la presente encuesta tiene como fin el análisis de la percepción y expectativas del turista que visita la parroquia de Guanajuato. Por favor elija las casillas que mejor exprese su respuesta. La información que proporcione será tratada de forma confidencial y dentro de la globalidad del estudio. Su participación es libre y voluntaria. Gracias por su colaboración.

#### 1.- ASPECTO SOCIODEMOGRÁFICOS

Sexo	Edad	Estado Civil	Categoría laboral	Lugar de Residencia	Nivel de Instrucción
1 Masculino <input type="checkbox"/>	14-23 <input type="checkbox"/>	1 Soltero <input type="checkbox"/>	1 Empleado privado <input type="checkbox"/>	221 ciudades <input type="checkbox"/>	1 Primaria <input type="checkbox"/>
	24-33 <input type="checkbox"/>	2 Casado <input type="checkbox"/>	2 Empleado público <input type="checkbox"/>		2 Secundaria <input type="checkbox"/>
2 Femenino <input type="checkbox"/>	34-43 <input type="checkbox"/>	3 Viudo <input type="checkbox"/>	3 Desempleado <input type="checkbox"/>		3 Superior <input type="checkbox"/>
	44-53 <input type="checkbox"/>	4 Divorciado <input type="checkbox"/>	4 Comerciante <input type="checkbox"/>		4 Técnico <input type="checkbox"/>
	Más de 54 <input type="checkbox"/>	5 Unión libre <input type="checkbox"/>	5 Jubilado <input type="checkbox"/>		5 Postgrado <input type="checkbox"/>
			6 Emprendador <input type="checkbox"/>		
			7 Estudiante <input type="checkbox"/>		

#### NIVEL DE CONOCIMIENTO DE LA PARROQUIA DE GUANAJUO

¿Conoce usted la parroquia Guanajuato?

Si (.....) NO (.....)

¿Indique por qué medio conoció a esta parroquia?

(Marque todas las opciones que apliquen)

- Tv  Redes sociales
- Radio  Referencias (amigos y/o familiares)

O otros, indique:

¿Estaría dispuesto a visitar la parroquia de Guanajuato en los próximos 6 meses?

Si (.....) NO (.....)

Si su respuesta fue SI: pasar a la siguiente pregunta; si su respuesta fue NO finaliza la encuesta.



#### Evaluación de la potencialidad turística de la parroquia Guanajuato

Saludos, la presente encuesta tiene como fin el análisis de la percepción y expectativas del turista que visita la parroquia de Guanajuato. Por favor elija las casillas que mejor exprese su respuesta. La información que proporcione será tratada de forma confidencial y dentro de la globalidad del estudio. Su participación es libre y voluntaria.

\*Obligatorio

Sexo \*

- Masculino
- Femenino

#### 2.- MOTIVOS DE VIAJE Y ACOMPAÑANTES.

2. ¿Con quién viaja generalmente?	3. ¿Cuántas personas lo acompañan?	4. ¿Cuál es el principal objetivo de viaje? (Marque de 2 a 3 opciones y coloque el #1 primera preferencia, #2 segunda preferencia, #3 tercera preferencia)	
1 Solo <input type="checkbox"/>	1 Adultos (+14) <input type="checkbox"/>	1 Recreación de la parroquia <input type="checkbox"/>	8 Visitar a familiares o amigos <input type="checkbox"/>
2 Pareja <input type="checkbox"/>		2 Lugares de relevancia natural y cultura <input type="checkbox"/>	9 Científico/Académico <input type="checkbox"/>
3 Amigos <input type="checkbox"/>	2 Niños (-14) <input type="checkbox"/>	3 Religioso (visita al santuario) <input type="checkbox"/>	10 Turismo de aventura <input type="checkbox"/>
4 Familia <input type="checkbox"/>		4 Ecoturismo y turismo de naturaleza <input type="checkbox"/>	11 Eventos culturales <input type="checkbox"/>
5 Otros ..... <input type="checkbox"/>		5 Salud, visitas médicas <input type="checkbox"/>	12 Turismo comunitario <input type="checkbox"/>
		6 Turismo de deporte <input type="checkbox"/>	13 Educación <input type="checkbox"/>
		7 En tránsito / de paso <input type="checkbox"/>	14 Gastronomía <input type="checkbox"/>
			15 Otros (especificar) <input type="checkbox"/>

5. ¿Indique que lugares le gustan de la parroquia?	6. ¿Ha visitado la parroquia de Guanajuato en otras ocasiones?	8. ¿Durante que temporada visita la parroquia?	9. ¿A través de qué medio de transporte visita la parroquia de Guanajuato? (Marque todas las opciones que apliquen)
1 Plaza central <input type="checkbox"/>	Si <input type="checkbox"/>	1 Fines de semana <input type="checkbox"/>	1 Transporte público <input type="checkbox"/>
2 El Santuario <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>	2 Fines de semana <input type="checkbox"/>	2 Transporte privado <input type="checkbox"/>
3 La plaza de toros <input type="checkbox"/>	Si su respuesta fue Si: ¿en que temporadas? 1 Invernal <input type="checkbox"/> 2 Verano <input type="checkbox"/> 3 Otoño <input type="checkbox"/> 4 Primavera <input type="checkbox"/>	3 Fines de semana <input type="checkbox"/>	3 Transporte turístico <input type="checkbox"/>
4 La zona dulce <input type="checkbox"/>	7. ¿Con que frecuencia? (En los últimos 3 años) a) 1 vez al año <input type="checkbox"/> b) 2 veces al año <input type="checkbox"/> c) 3-5 veces al año <input type="checkbox"/> d) Más de 5 veces <input type="checkbox"/>	4 Indistinto <input type="checkbox"/>	4 Taxi ruta <input type="checkbox"/>
5 Camino de los molinos <input type="checkbox"/>			5 Otros (especificar) <input type="checkbox"/>
Otros (especificar) <input type="checkbox"/>			

#### 3.- ESTADIA

10. Subraye en donde se aloja:	11. ¿Cómo califica el servicio de alojamiento? (si es en Guanajuato)	12. ¿Cuál es el tiempo de duración de su estadía? (pernoctación si es en Guanajuato)	13. ¿Cuánto estima gastar (USD) en su visita a la Parroquia de Guanajuato? (Especificar si es por día y persona)
Guaranda <input type="checkbox"/>	1 Excelente <input type="checkbox"/>	a) 1 día o noche <input type="checkbox"/>	
Guanajuato <input type="checkbox"/>	2 Muy bueno <input type="checkbox"/>	b) 2 días o noche <input type="checkbox"/>	
	3 Bueno <input type="checkbox"/>	c) 3 días <input type="checkbox"/>	
	4 Regular <input type="checkbox"/>	d) 4 días <input type="checkbox"/>	
	5 Malo <input type="checkbox"/>	e) 5 días o más noche <input type="checkbox"/>	
		Ninguno <input type="checkbox"/>	

#### 4.- Recomendación del lugar

14. ¿Recomendaría a amigos y familiares visitar la parroquia de Guanajuato?	15. ¿Volvería a visitar la parroquia de Guanajuato?	16. ¿Que deberían mejorar la parroquia de Guanajuato, para una buena experiencia turística? (Marque todas las opciones que apliquen)	
Si <input type="checkbox"/>	Si <input type="checkbox"/>	1 Seguridad <input type="checkbox"/>	6 Servicios turísticos <input type="checkbox"/>
No <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>	2 Accesibilidad <input type="checkbox"/>	7 Información <input type="checkbox"/>
Por qué.... <input type="checkbox"/>	Por qué.... <input type="checkbox"/>	3 Infraestructura <input type="checkbox"/>	8 Limpieza <input type="checkbox"/>
		4 Atención al cliente <input type="checkbox"/>	9 Carreteras <input type="checkbox"/>
		5 Servicios básicos <input type="checkbox"/>	
		Otros..... <input type="checkbox"/>	

17. ¿En base a su visita a la parroquia de Guanajuato que le faltaría por mejorar, marque 3 opciones positivas (+) y 3 negativas en los recuadros?		
1 Servicios turísticos <input type="checkbox"/>	1 Aseo/limpieza <input type="checkbox"/>	7 Accesibilidad <input type="checkbox"/>
2 Apariencia/paisaje <input type="checkbox"/>	2 Tráfico <input type="checkbox"/>	8 Tranquilidad <input type="checkbox"/>
3 Operadoras turísticas <input type="checkbox"/>	3 Seguridad <input type="checkbox"/>	9 Cultura <input type="checkbox"/>
4 Transporte público <input type="checkbox"/>	4 Costos <input type="checkbox"/>	10 Gastronomía <input type="checkbox"/>
5 Información <input type="checkbox"/>	5 Hospitalidad <input type="checkbox"/>	11 Ninguno <input type="checkbox"/>
5 Clima <input type="checkbox"/>	6 Discriminación <input type="checkbox"/>	12 Otro <input type="checkbox"/>

ANEXO NN *MATRIZ DE PRIORIZACIÓN DE ACTORES/ FOCUS GROUP*

Actores de Priorización de la Parroquia Urbana de Guanujo			
Perfil	Representantes	Rol Que Ocupan en la Parroquia	Preguntas Guía
Título profesional: <b>Técnico superior en lengua de señas</b> Residencia: <b>Quito</b>	<b>1Téc.</b> Yajaira Escudero Pinos	<b>Presidenta de la Asociación</b> de Guanujeños residentes en Quito. AGREQ	1 Desde su perspectiva que problemas tiene Guanujo en el ámbito del Turismo. 2 ¿La población está preparada para ser un potencial turístico a nivel nacional?
Título profesional: <b>Licenciada</b> Residencia: <b>Guanujo</b> Trabaja en: <b>Gobierno Provincial de Bolívar</b>	<b>2 Lcda.</b> Tanya Viscarra	<b>Vicepresidenta del Comité Ulpiano Páez</b>	3 ¿Qué aspectos considera usted que debe mejorar Guanujo? 4 ¿Desde sus diferentes capos de acción como potenciarían a Guanujo turísticamente?
Representante Restaurantero <b>PAPITAS GUANUJEÑAS</b>	<b>6Lcda.</b> Ana bella Monar <b>Propietaria</b>	<b>Industria Restaurantera</b>	5 Guanujo tiene los recursos necesarios para ser un destino turístico?
Docente <b>de turismo de la UEB</b>	<b>3Sr.</b> Germán Sánchez	<b>Docente</b> Universidad estatal de Bolívar área de turismo	6 ¿Qué tan complicado le pareció emprender en Guanujo y que piensa que falta para tener más turistas? 7 ¿Desde su experiencia usted cree que Guanujo recibe la visita de turistas? ¿Qué se está haciendo para satisfacer las necesidades de estos?
Coordinador <b>del Departamento de Turismo Municipio de Guaranda</b>	<b>4Sr.</b> Hugo Gustavo Fierro Guama	<b>Coordinador</b> del Departamento de Turismo en Municipio de Guaranda	
Representante Hostal <b>SUMAK SAMYRA</b>	<b>5Sr.</b> Rebeca Quitio <b>Encargada</b>	<b>Industria Hotelera</b>	

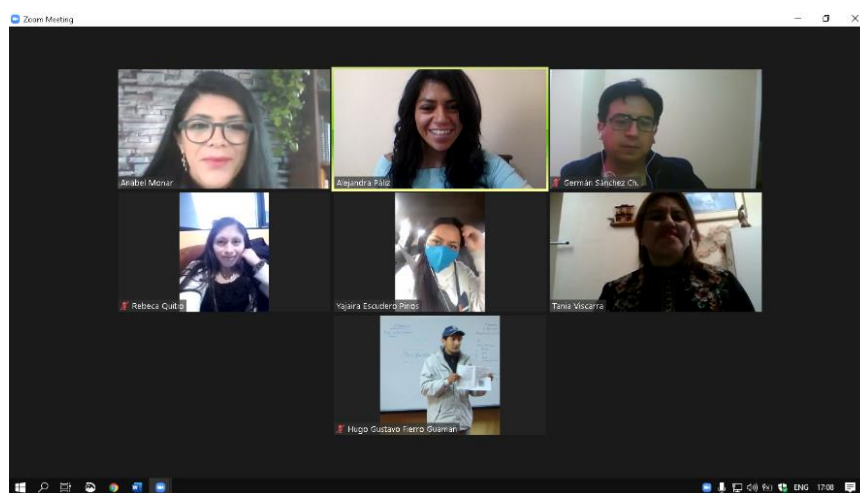


Figura26: Participación de Actores Prioritarios, Focus Group.

## **Nivel de Consenso en el Focus Group**

### **Participante 1**

La parroquia de Guanujo por sí misma no podría ser un destino turístico. Puede ser un lugar estratégico que pueda atraer al flujo turístico debido a su ubicación geográfica. Es un punto de paso por la vía Panamericana Sur desde la costa y sierra. También posee una ruta alterna hacia el subtrópico (vía a Echeandía). Reúne uno de los requisitos fundamentales para ser considerado un destino, el flujo turístico o afluencia de personas. Sin embargo, para ser considerado un destino competitivo y comparativo referente, debe tener su propio atractivo DIFERENCIADOR, por ejemplo, la Torre Eiffel en Francia, Disneyland en California o Florida, o nuestro propio Galápagos con su flora y fauna. Entendemos por diferenciador, un elemento que le motive al turista o visitante, nacional o internacional, llegar al lugar una y varias veces. Esto no tiene Guanujo. También se necesita de un OGD (Organización u Organismo Gestor del Destino) como una Dirección, Secretaría, Ministerio u Oficina Comercial de Turismo, tampoco lo tiene. Entonces la respuesta es no. No podría ser un destino, pero si un atractivo por el santuario de San Pedro, fiestas de carnaval y San Pedro, etc. Nuevamente reiterando que tiene cercanía a varios atractivos aledaños del cantón Guaranda.

### **Participante 2**

Estoy convencida que Guanujo tiene sus potencialidades turísticas simplemente le falta emprender y apoderarnos para lasarnos a esta área que esta por desarrollare, como atractivos físicos, culturalesgastronómicos y religiosos, así como costumbres tradiciones del pueblo, como es el pase del chagra. Que genera un flujo de visitantes increíble. También nombro algunos lugares turísticos como el poso Tomabela poso Mantilla pues para mi Guanujo si tiene un potencial turístico.

### **Participante 3**

Tomando en cuenta los elementos geográficos o región de origen o la ruta de tránsito y la región de destinos pues nosotros estamos en la ruta de transito podemos ser parte de un destino turístico, Guanujo puede ser que no tenga los atractivos para quedarse o para pasar varios días ahora por el momento no tenemos lugares que oferten este tipo de servicio y que llame la atención , tenemos varios atractivos si consideramos solo a Guanujo como menciona el participante 2 por ejemplo:

si consideramos a Guanujo solamente como casco urbano no tenemos mucho que ofrecer pero si consideramos a Guanujo con toda la extensión tenemos turismo Comunitario y es algo maravilloso yo estuve una ruta Salinas – Siamiatug, así como la ruta de los hieleros estaba su comunidad, folclor, costumbres, tradición, bailes y gastronomía, estas cosas si nosotros las enlazamos a Guanujo con estos sectores y las comunidades, otra actividad que se hiciera en Guanujo es el senderismo como algo de aventura y recorrido fotográfico hasta llegar a la loma dulce, aparte de nuestras fiestas tradicionales, tenemos folclor bailes, atuendos que hacen referencia a la cultura y estos nos ha permitido tener menciones como algo a ir a ver. No tenemos lugares asombrosos, pero tenemos algunos lugares que se los podría desarrollar.

Lo que se podría hacer es un inventario de recursos con el fin de saber que tenemos, podemos ser una ruta de tránsito, pero eso lo podemos cambiar y llegar hacer un destino turístico, porque hay diferentes apreciaciones, gustos y actividades que nos falta desarrollar, explotar y apreciar.

#### **Participante 4**

Hablar de Guanujo turístico todos queremos o tenemos ese sentido de pertenencia y este sentimiento nos hace creer o soñar en nuestro terruño con un cambio estructural así el desarrollo. Qué decirles de Guanujo la riqueza cultural es enorme de ustedes que son de este barrio lo han dicho claramente las manifestaciones culturales festividades de Guanujo, el Carnaval y el santuario de Guanujo son elementos muy importantes que como a mencionado el participante 2 son valederos. Es justamente que estamos a 25 minutos del nevado más alto del mundo, que se promociona por si solo en todo lado es el Chimborazo a 6284 metros sobre el nivel del mar ahí se han descubierto algunas rutas interesantes que se puede combinar algunos factores las comunidades rurales, producción agrícola y estas rutas históricas tradicionales como la ruta de los hieleros. Como ven el turismo está ahí tenemos bondades y un sin número de oportunidades para crecer, pero tenemos que entender que es desarrollo turístico para nosotros es que lleguen más turistas y se queden mayor cantidad de tiempo y que por eso dejen réditos económicos, la segunda revisión en el tiempo de que sucede con las festividades de Guanujo que son muy nombradas y que es una fiesta local, que se va esparciendo en los diferentes cantones, pero son turistas son visitantes o nosotros mismos en que se conjuga en final toda esta fiesta una fiesta religiosa que termina en alcohol en una fiesta desordenada que a veces a los órganos de control se les hace muy complejo manejar son cosas

como les digo muchas bondades o elementos que al final hay que corregir hay que apostarle al desarrollo turístico no solamente se concentra en la responsabilidad que debe tener la función pública y sus diferentes momentos específicamente el municipio que tiene esa competencia , en todas partes del mundo el 80 % de responsabilidad la tiene la empresa privada y un 20 % el sector público en su afán de generar facilidades, servicios básicos conectividad y vías. Entonces para que haya desarrollo turístico debemos contestar 4 preguntas 1 como llegar a Guanujo ; 2 donde comer y dormir se debería abandonar este principio de pertenencia de Guanujo por si solo y pensar que el enfoque debe ser integral es decir esta Guanujo como Turístico pero es un barrio de Guaranda que está en la provincia de Bolívar que está en la región andes del Ecuador y como vamos integrando todo eso lo que busca el turista es experiencia y lo otro es que hacer y como organizo y estructuro para que venga un turista ósea tenemos todo pero no sabemos vender lo que le falta a la parroquia es tener una operadora y generar actividades turísticas

### **Participante 5**

Voy a ser muy práctico y directo en el ámbito de los negocios hay que hablar del negocio del turismo planificación y dinero y en ese sentido primero lo que se tiene que hacer desde punto de vista del cantón Guaranda como departamento de turismo es lo que se está generando ahora una planificación turística a nivel Cantón, pero dentro de ese concepto hay que ser claros yo lo menciono el participante 4 una cosa es la parte lirica el carnaval de Guaranda las fiestas de San Pedro, la ciudadela las 7 Colinas todos esos recursos enamoran y genera ser querendones pero todo esto debe reflejarse en un producto turístico ese cual es, pero quien a su tiene que generar esto y hacer negocios es una operadora turística o una agencia de viajes ese es el trabajo de la agencia de viajes , el municipio de acuerdo a sus competencias el planificación , regulación y Control hasta ahí llega pero el que vende, comercializa el producto es la parte privada y a veces se confunde debe alguien encargarse de vender el producto en general . La fiesta de San Pedro es una fiesta inmaterial que esta visualizada desde la óptica del catolicismo, pero si la vendemos desde la óptica ancestral tiene mucho más que dar y vender.

## **Participante 6**

El hostel tiene 3 años en Guanujo, si recibe turistas en la época del Carnaval y fiestas de San Pedro lo que hacemos para satisfacer las necesidades es a complacer a los requerimientos que necesita cada día el turista. La propietaria asegura que, si le genera réditos económicos principalmente en las fiestas de Guanujo, señala que el turismo es algo bueno para la parroquia.

### **Apreciación final**

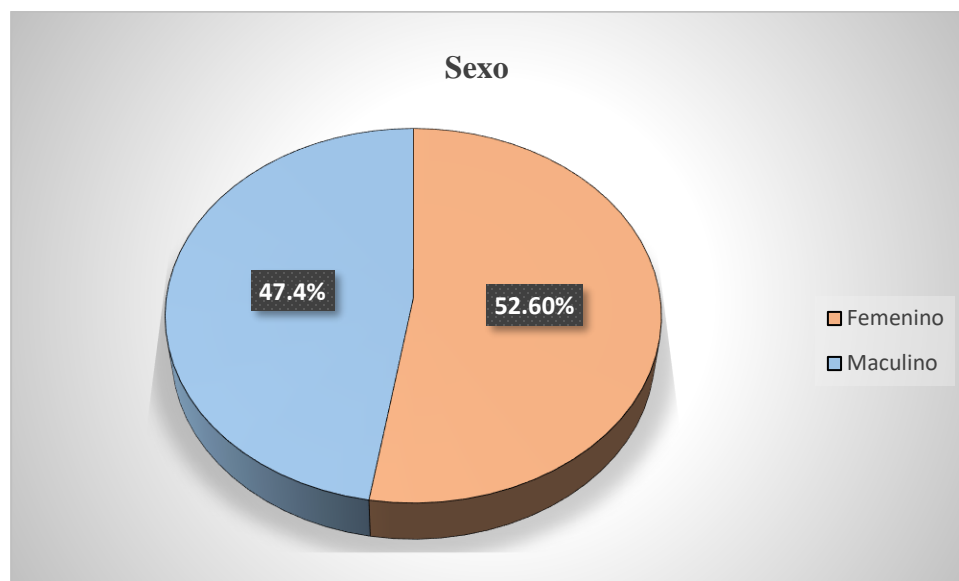
Todas las aportaciones se han desarrollado desde sus diferentes puntos y cada uno indico porque Guanujo, no puede ser un potencial turístico, yo como investigadora me quedo con estos criterios:

- Hay que ser solidarios y unidos para poder desarrollar turísticamente a Guanujo.
- Hay que empoderar a Guanujo y aportar en positivo, y si tenemos el recurso vamos a trabajar por ello.
- Se debe tener ese apoyo administrativo y gerencial tanto con el Municipio y todos los entes públicos y privados.
- Hay productos que debemos ser comercializados y ofertados por una operadora turística.
- Falta de vocación turística y de estrategias que permitan generar y aclar el turismo en la parroquia.

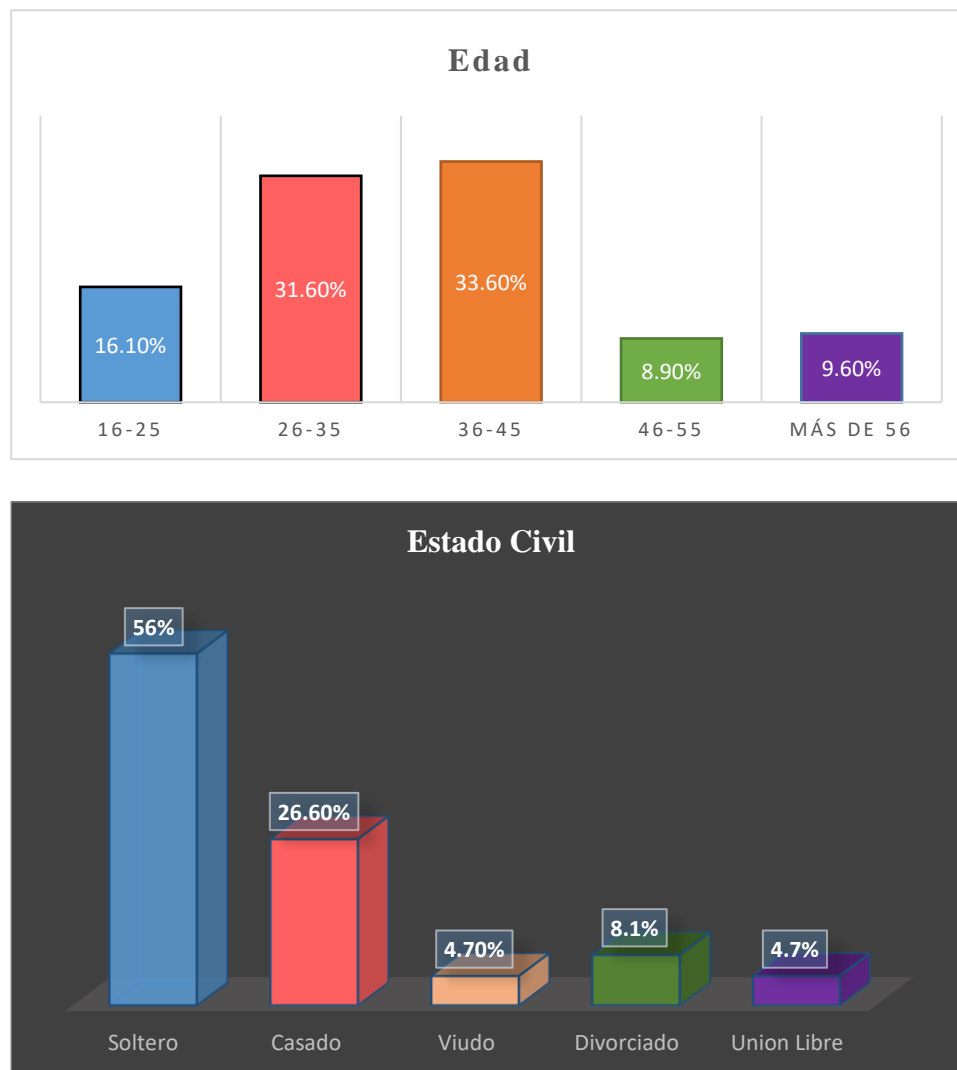
Todos estos criterios expuestos por los diferentes actores se respetan. Además, el focus group fue muy enriquecedor para esta investigación debido a que permitió conocer las diferentes posiciones que existen desde el representante de turismo como de la academia y representantes de la parroquia. Por ello veo super necesario la investigación de este tema, pues es muy complicado designar a Guanujo como un lugar turístico, debido a que por ser parroquia urbana le limita un montón así mismo veo que a la parroquia lo ven como un lugar de paso.

Tal cual como menciona el delegado de turismo de Guaranda debemos buscar un solo producto que represente a la provincia Bolívar e incluir a la parroquia en este proyecto. Por último, lo que se busca en esta investigación es saber si Guanujo tiene o no potencial y una vez que se determine esa condición, proponer estratégica que le de algunos lineamientos a tomar en cuenta al GAD de la provincia Bolívar.



**ANEXO OO ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS DEMANDA REAL.****Figura 1***Datos Demográficos***Interpretación:**

En base al componente sexo se obtuvieron los siguientes datos: el sexo femenino que corresponde a 202 mujeres visita la parroquia de Guanujo, mientras que para el sexo masculino refleja 182 hombres que visitan la parroquia.

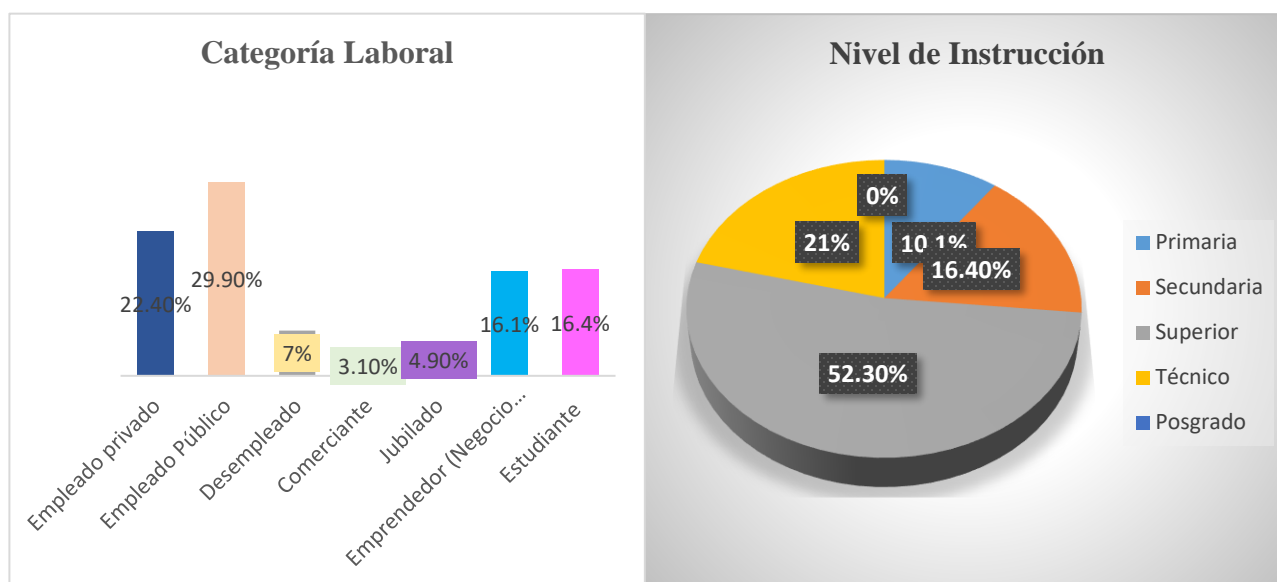
**Figura 2***Relación entre la Variable Edad y Estado Civil***Interpretación:**

En base al a variable edad y estado civil se obtuvieron los siguientes datos: las edades comprendida entre 26 a 45 años corresponde a personas solteras, unión libre y divorciadas que visitan la parroquia de Guanujo, seguido de las personas en un rango de 16 a 25 años que corresponde a personas solteras, no obstante, la edad comprendida entre 46 a 56 años corresponde a personas viudas, divorciados en unión libre y solteras.

De tal manera se deberá planificar estrategias donde se vinculen las 3 edades principales para generar más actividades turísticas que permitan el involucramiento de estos grupos etarios.

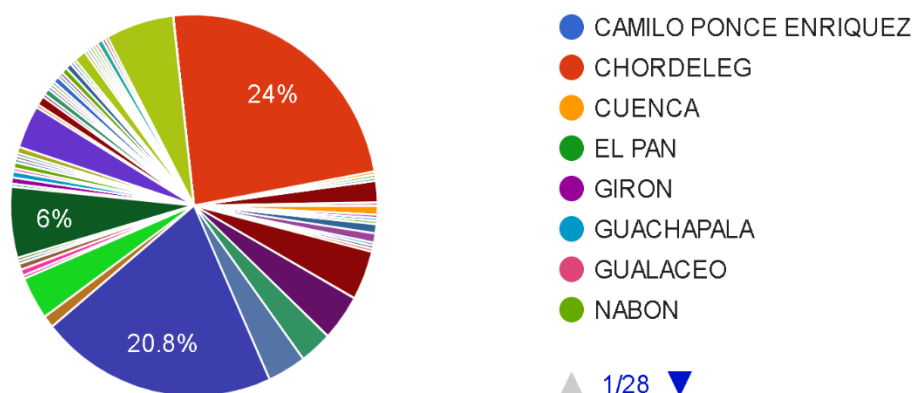
### Figura 3

*Relación entre la Variable Categoría laboral y Nivel de Instrucción*



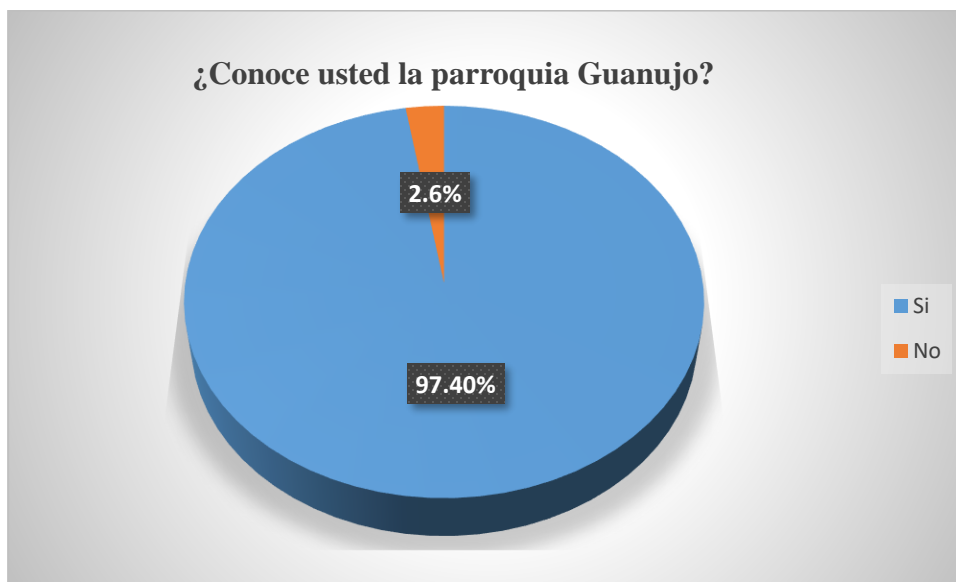
### Interpretación:

En base a la variable categoría laboral y nivel de instrucción se obtuvieron los siguientes datos: entre el empleado privado con un valor 22.40 % y el empleado público con un valor 29.9%, corresponden a un nivel de instrucción superior, seguido de la categoría desempleado con un valor de 7 % y comerciante con un valor de 3.1% corresponden a un nivel de instrucción primaria, no obstante la categoría jubilado con un valor 4.9% y el emprendedor con un valor 16.1% corresponde a un nivel técnico, por otra parte la categoría estudiante con un valor 16.4% corresponde a un nivel secundaria, sin embargo la categoría posgrado refleja un valor de 0%.

**Figura 4***Lugar de Residencia***Interpretación:**

En Base a la Variable Lugar de residencia se obtuvieron los siguientes datos: el cantón Quito con un valor de 24 % visita la parroquia de Guanujo, seguido del cantón Guaranda con un valor 20.8% que visitan la parroquia, seguido de todos los sectores de la provincia de Bolívar con un valor de 6 % como Caluma con un valor de 4.20% ,continuo de Chillanes con un valor de 3.90%, así como Chimbo con un valor de 2.90%, seguido de Echandía con un 3.40%, no obstante las Naves con un valor de 1% , seguido de San Miguel con 3.60% , por lo cual los cantones de Riobamba con un valor de 3.60% y por último el cantón Ambato con un valor de 1.80%.

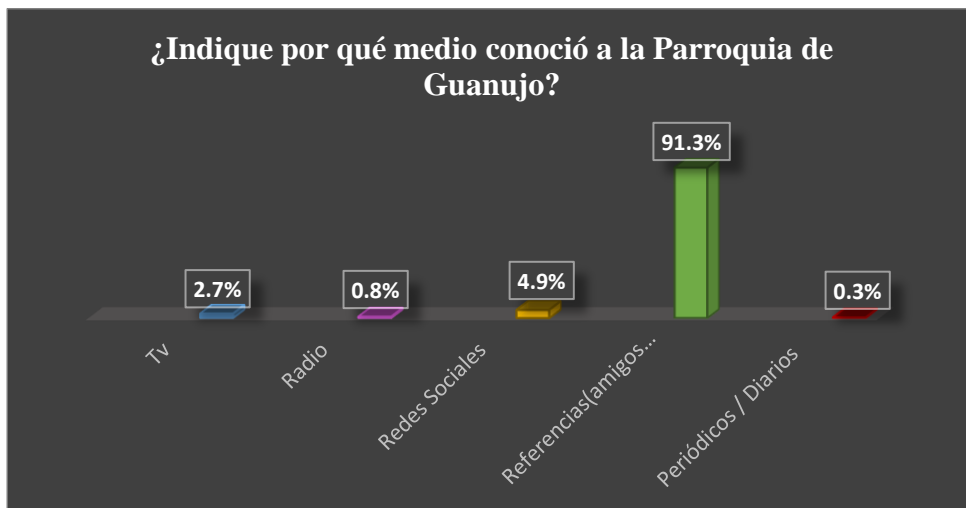
De tal manera se confirma que la parroquia de Guanujo es más visitado por la ciudad de Quito, seguido de los sectores de la provincia de Bolívar y de los catones de Riobamba y Ambato.

**Figura 5***Nivel de Conocimiento de La Parroquia de Guanujo***Interpretación:**

En base a la variable conocimiento de la parroquia Guanujo se obtuvieron los siguientes datos: 374 personas manifiestan que si conocen la parroquia con un valor de 97.4%, seguido de 10 personas que muestran que no conocen la parroquia de Guanujo reflejando un valor de 2.6 %, debido a que no se ha hecho una publicidad que permita dar a conocer esta parroquia de forma local y regional.

**Figura 6**

*Nivel de Conocimiento de La Parroquia de Guanajuo*



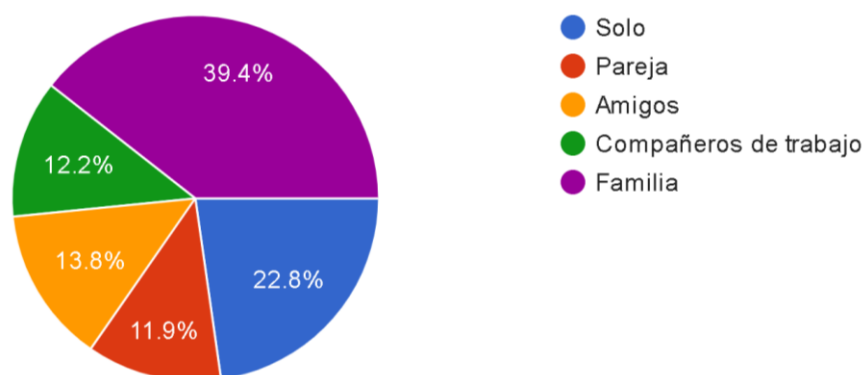
### **Interpretación:**

En base a la variable por qué medio conoció a la parroquia de Guanajuo se obtuvieron los siguientes datos: 18 personas indicaron que conocieron la parroquia a través de redes sociales con un valor de 4.9%, seguido de 10 personas que indicaron que lo conocieron por medios televisivos con un valor de 2.7%, mientras que otras personas conocieron la parroquia por periódicos con un valor de 0.3% así como a través de medios radiales con un valor de 0.8%, no obstante 337 personas indicaron que conocieron de la parroquia por referencias de amigos y familiares .

De tal manera se afirma que los visitantes conocen más del lugar por las referencias que existe del lugar.

**Figura 7**

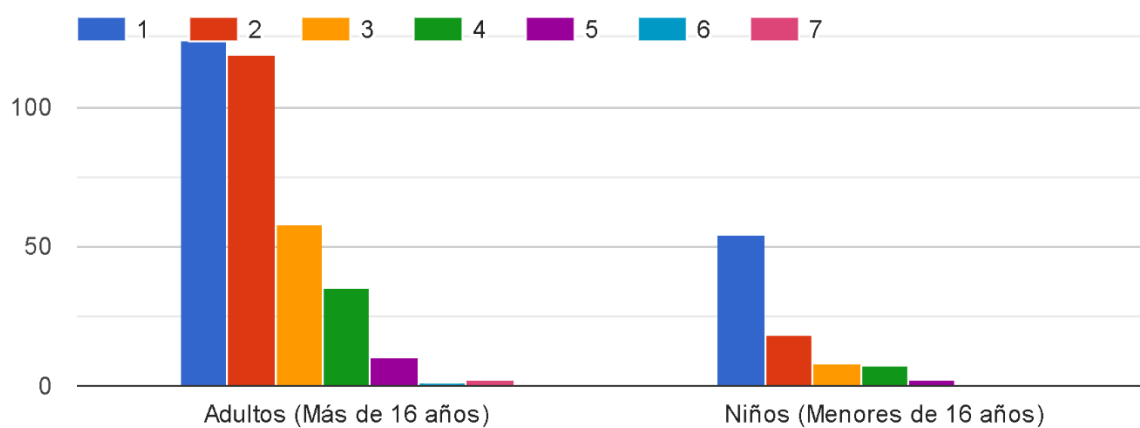
*¿Con quién viaja generalmente a Guanajuato*

**Interpretación:**

En base a la categoría con quién viaja generalmente a Guanajuato se obtuvieron los siguientes valores: Un 39.4% que corresponde a 149 personas prefiere viajar en familia, seguido de un 22.8% que corresponde a 86 personas le gusta viajar solos, mientras que un 11.9% que corresponde a 45 personas gusta de viajar en pareja, seguido de un 12.2% que corresponde a 46 personas prefiere ir acompañado de compañeros de trabajo, y por ultimo un 13.8% que corresponde a 52 personas prefiere viajar con amigos.

**Figura 8**

*¿Cuántas personas le acompañan en su viaje a Guanajujo?*



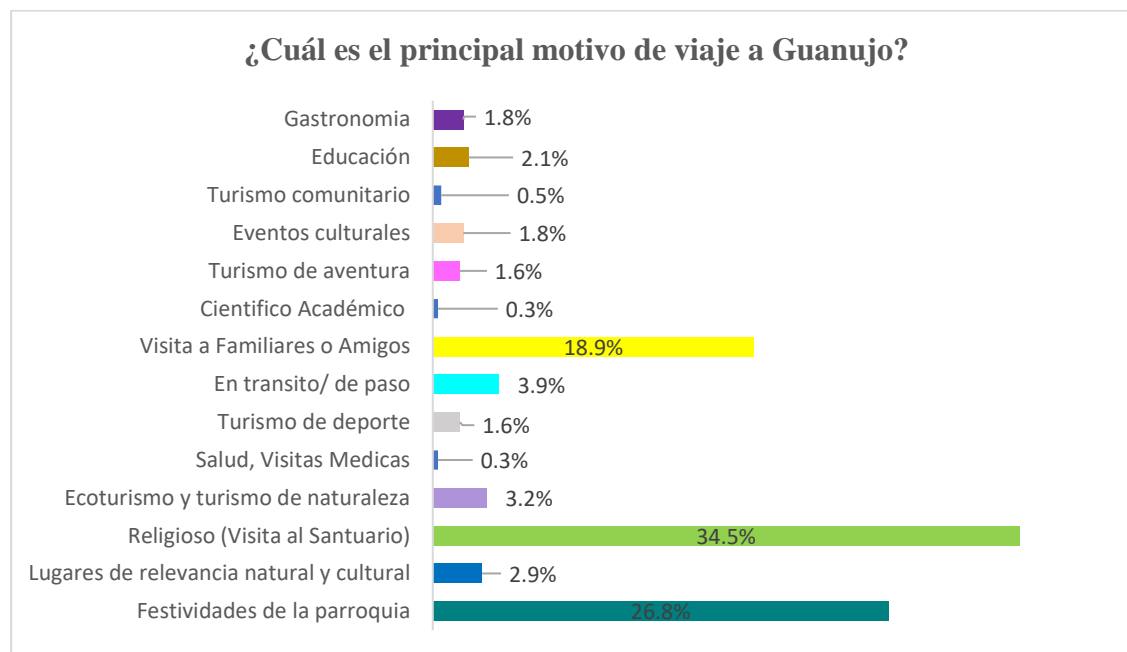
**Interpretación:**

De las encuestas realizadas a los visitantes de la parroquia de Guanajujo, se determina que mayoritariamente el turista prefiere viajar con Adultos mayores a 16 años entre ellos están: Amigos, familia y compañeros de trabajo.



**Figura 9**

*¿Cuál es el principal motivo de viaje a Guanujo?*



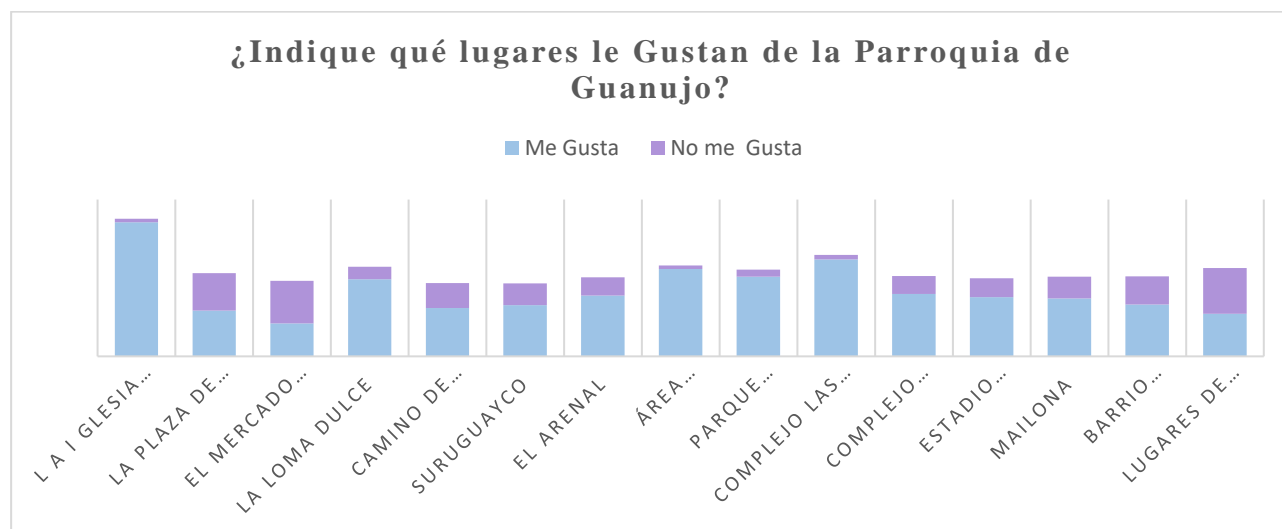
### **Interpretación:**

Los tres motivos principales que consideran las personas para visitar la parroquia de Guanujo es de categoría religioso 131 personas consideran que el motivo de viaje es la (visita al santuario) con un valor de 34.5%, seguido de 102 personas que consideran que el motivo de la visita es las festividades de la parroquia de Guanujo con un valor de 26.8%, no obstante 72 personas manifiestan que lo hacen por motivo de visita a familiares o Amigos con un valor de 18.9 %.

De tal manera se afirma que el motivo principal de la visita a la parroquia de Guanujo es religioso y por las festividades del Patrono San Pedro de Guanujo.

**Figura 10**

*¿Indique qué lugares le gustan de la parroquia Guanujo?*



### **Interpretación:**

La Mayoría de visitantes que acuden a la parroquia de Guanujo lo hacen porque les gusta visitar la iglesia de Guanujo, la área protegida del Chimborazo y Complejo turístico Lago las Cochas, esto muestra que los turistas se dirigen a la parroquia por religión, recreación, deporte, el resto de lugares no son muy visitados debido a la falta de adecuación como infraestructura, desconocimiento, falta de actividades que ofrecer y a la promoción de los mismos siendo un punto negativo para la parroquia debido a que no le permite dar un servicio óptimo al visitante.

**Figura 11**

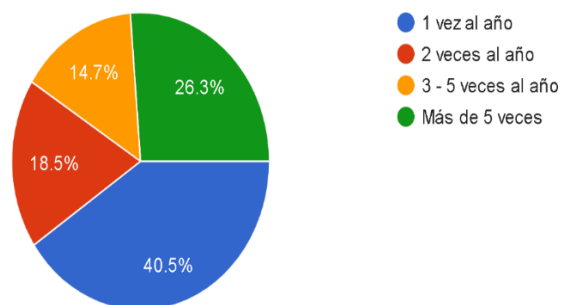
*¿Ha visitado la parroquia de Guanujo en más de una ocasión?*

**Interpretación:**

En base a la categoría visita a la parroquia de Guanujo se obtuvieron los siguientes datos: un 94.3% que corresponde a 362 personas manifiestan que, si han visitado la parroquia, no obstante, un 5.7% que representa a 22 personas manifiestan que no han visitado la parroquia.

**Figura 12**

*¿En los últimos 3 años con qué frecuencia ha viajado a Guanajuato?*



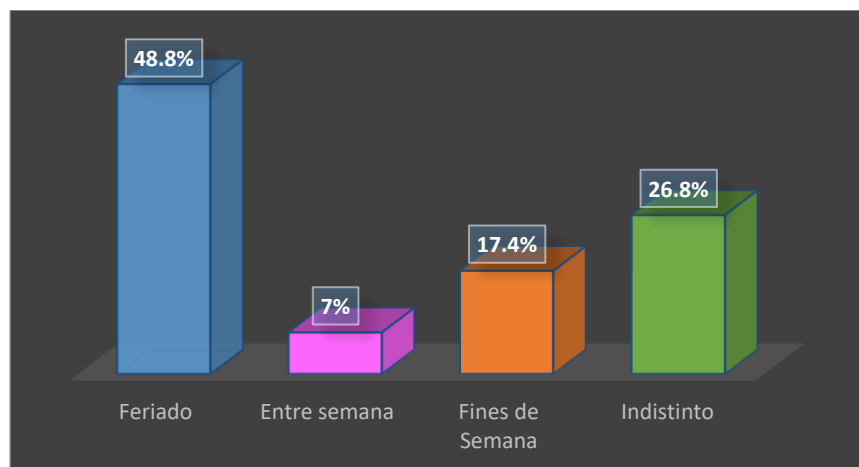
### **Interpretación:**

En base a la variable Frecuencia de visita se obtuvieron los siguientes datos : los visitantes que van a la parroquia más de 1 vez al año refleja un 40.5% que corresponde a 151 personas , seguido de visitantes que van más de 5 veces al año refleja un 26.3% que corresponde a 98 personas, mientras que los visitantes que van de 3 a 5 veces al año refleja un 14.7% que corresponde a 55 personas, no obstante las 62 personas que visitan la parroquia en un rango de 2 veces al año representa un 18.5 % .

Esto significa que la parroquia al año es visitada más de 5 veces por pobladores locales y gente que sabe de la festividad de San Pedro.

**Figura13**

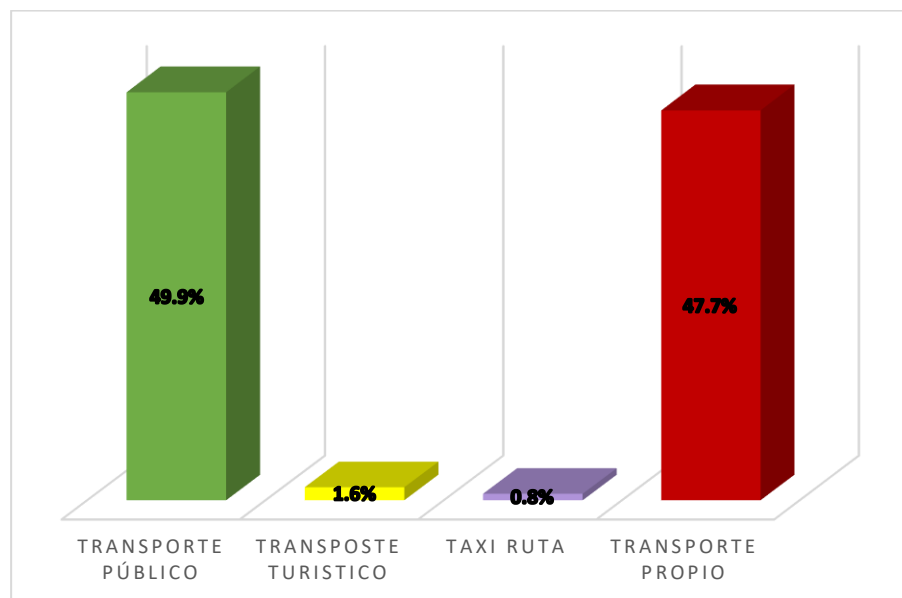
*¿Durante qué temporada visita la parroquia de Guanajuato?*

**Interpretación:**

En Base a la variable temporada de visita se han obtenido los siguientes datos : 182 visitantes refieren haber ido a la parroquia en feriados reflejando un valor del 48.8%, seguido de la categoría indistinto donde un total de 100 personas refleja haber visitado a la parroquia con un valor de 26.8% , mientras que para 65 personas manifiestan haber visitado a la parroquia los fines de semana con un valor de 17.4%, no obstante 26 visitantes indican que van a la parroquia entre semana reflejando un 7 %.

**Figura 14**

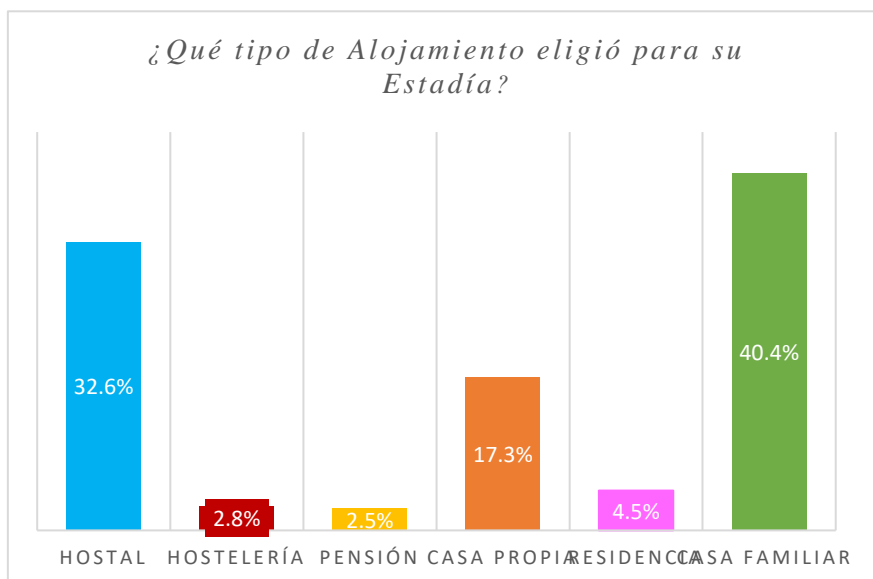
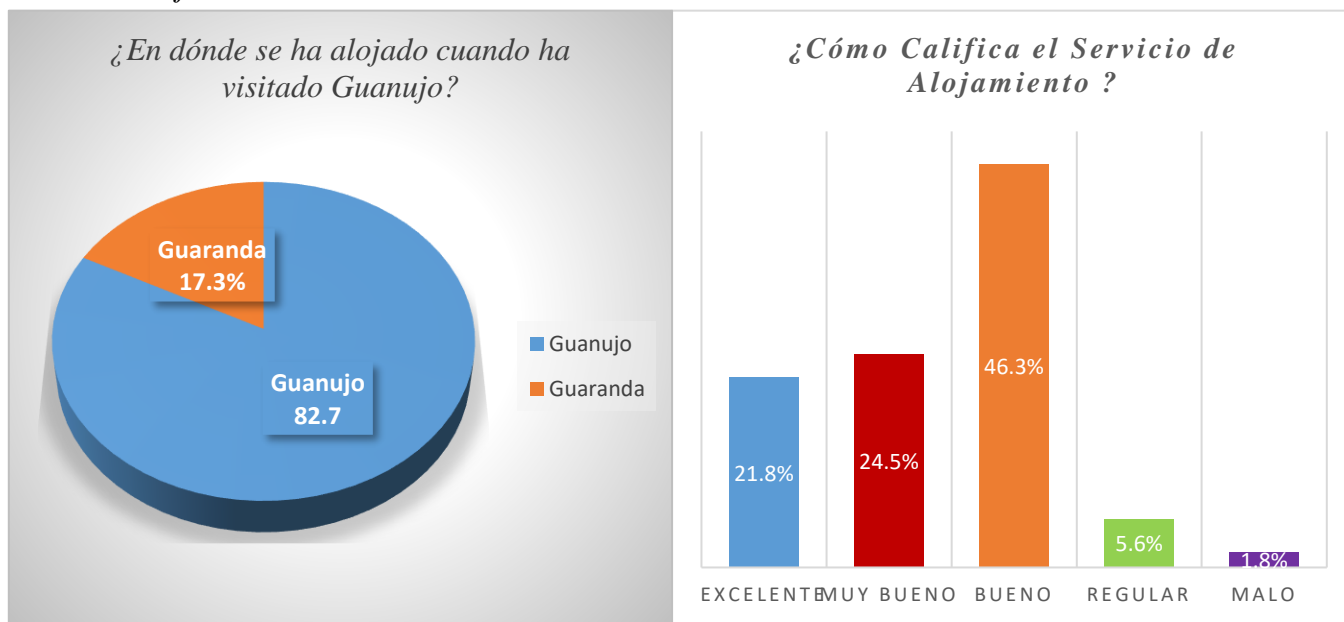
*¿A través de qué medio de transporte visitó la parroquia de Guanajujo?*

**Interpretación:**

En base a la variable medio de transporte se obtuvieron los siguientes datos: un total de 178 personas utiliza transporte propio con un valor de 47.7% debido a que es más cómodo para ellos movilizarse así, no obstante 186 personas prefieren utilizar transporte público el cual refleja un valor de 49.9%.

**Figura 15**

*Relación de las variables de Alojamiento con la categoría calidad de servicio y tipo en la parroquia de Guanujo*



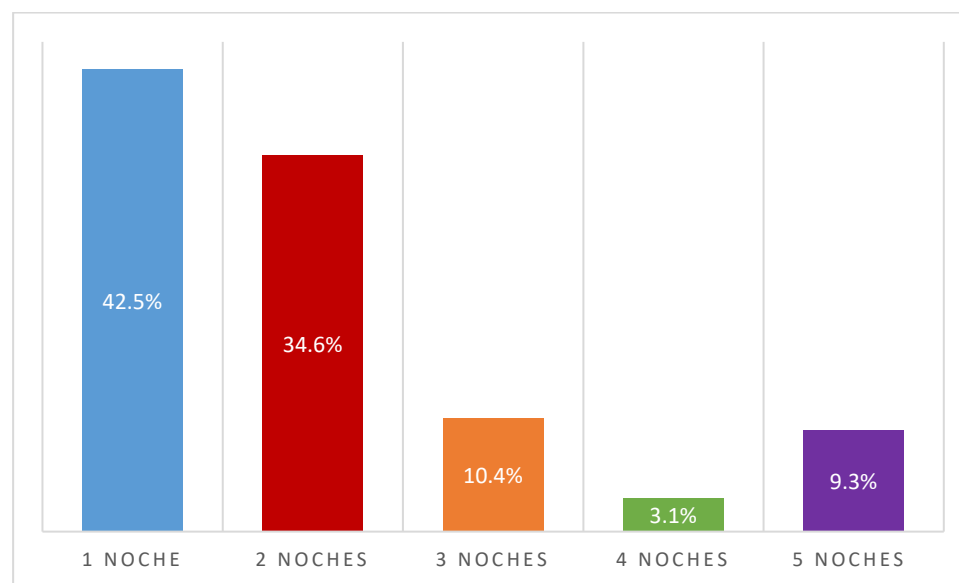
### Interpretación:

En base a las variables Alojamiento, calificación del servicio y tipo se obtuvieron los siguientes datos: un total de 306 personas prefiere alojarse en Guanajujo principalmente en casa de Familiares, residencias y en el hostal de la parroquia, el cual refleja un valor de 82.7% indican también, que la calidad de servicio es bueno y excelente, por otro lado un total de 64 personas prefiere alojarse en hostales o hostelería de Guaranda por lo tanto muestra un valor de 17.3% y señalan que la calidad es muy buena.

De tal manera se afirma que la mayoría de visitantes de la parroquia de Guanajujo prefiere hospedarse en casas de familiares y en el Hostal porque, les permite estar más cerca, para disfrutar de las festividades y ceremonias que se dan en la parroquia.

### Figura 16

*¿Cuál es el tiempo de duración de su estadía?*



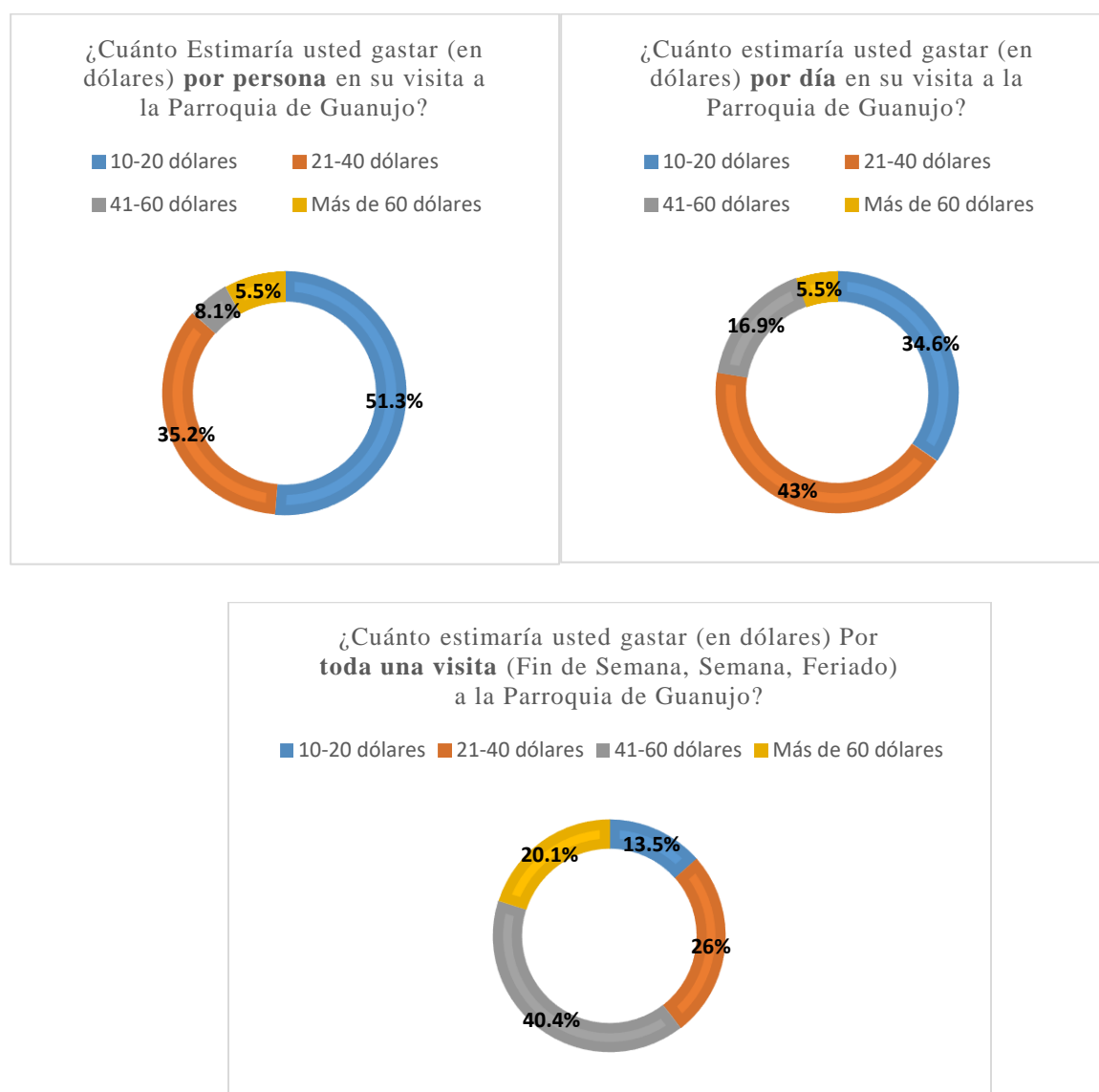


### Interpretación:

El visitante que llega a la parroquia de Guanujo permanece de 1 noche a 2 esto se debe a que en el lugar no existe un paquete turístico donde oferte actividades turísticas para que el visitante pueda permanecer más días en la parroquia.

### Figura 17

*Relación de la variable Gasto turístico por persona por día y por visita*

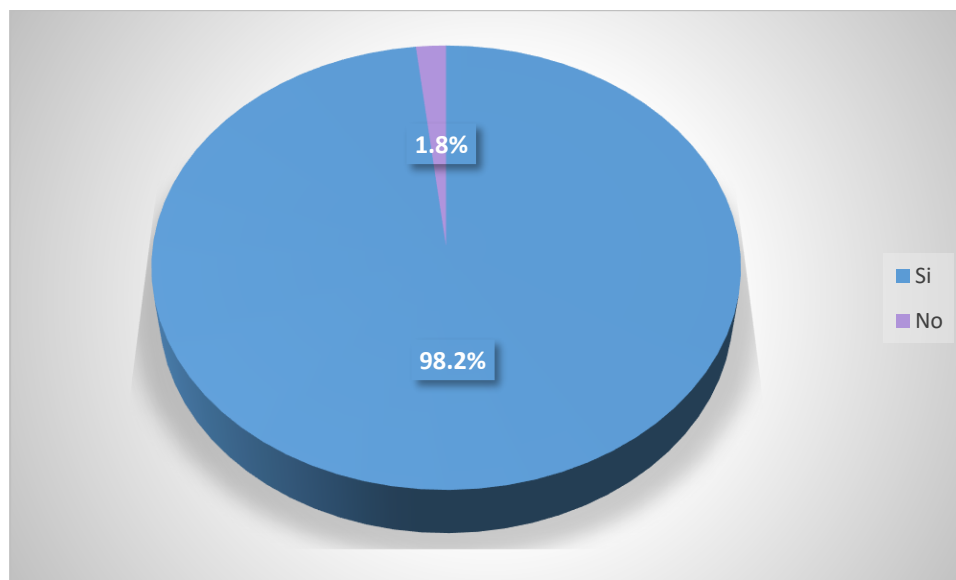


### Interpretación:

En base a las variables de Gasto turístico se obtuvieron los siguientes datos: los turistas de la parroquia manifiestan gastar en su viaje **por persona** un rango de 10 – 20 dólares, mientras que el gasto **por día** lo estiman en un rango de 21 – 40 dólares, no obstante, los turistas encuestados indicaron que por toda **su visita** a la parroquia de Guanujo gastan un promedio de 41-60 dólares.

### Figura 18

*¿Recomendaría a amigos y familiares visitar la parroquia de Guanujo?*

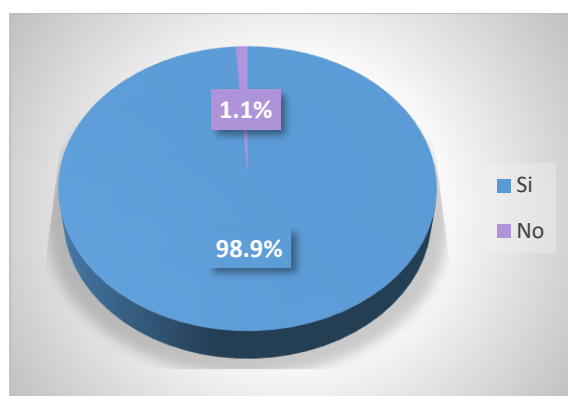


### Interpretación:

En base a la variable recomendación del lugar se obtuvieron los siguientes datos: 372 personas que refleja el 98.2% manifiestan que si recomendarían visitar la parroquia a amigos y familiares, porque les pareció un lugar muy bonito y tranquilo, así como les pareció increíble el santuario, mientras que para 7 visitantes que representa el 1.8 % menciona que no recomendaría visitar este lugar porque les pareció que es un pueblo que no tiene nada que llame la atención.

**Figura 19**

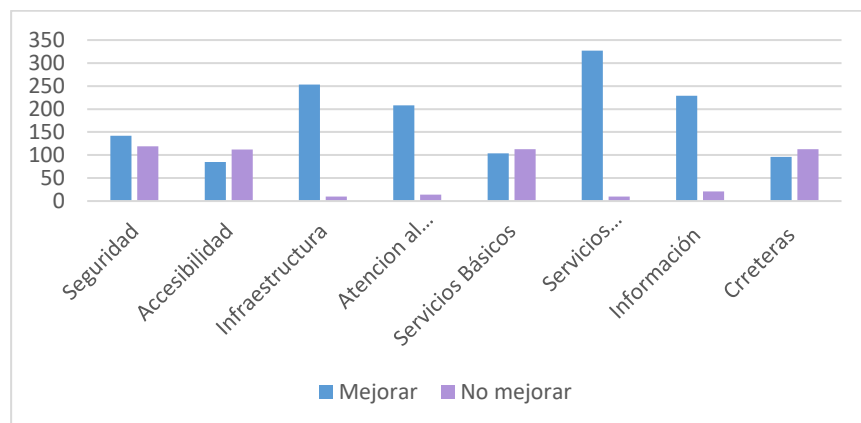
*¿Volvería a visitar la parroquia de Guanujo más de una vez?*

**Interpretación:**

Los turistas que visitan la parroquia indicaron con un 98.9% que si volverían a visitar la parroquia debido a que les agrado mucho las costumbres, tradiciones, folclor y hospitalidad que tiene la gente, mientras que un 1.1% supo indicar que no volverá a visitar por que tuvieron algunos inconvenientes en su visita a la parroquia.

**Figura 20**

*¿Que deberían mejorar la parroquia de Guanujo, para que usted considere tener una experiencia turística por primera vez en esta parroquia?*



### Interpretación:

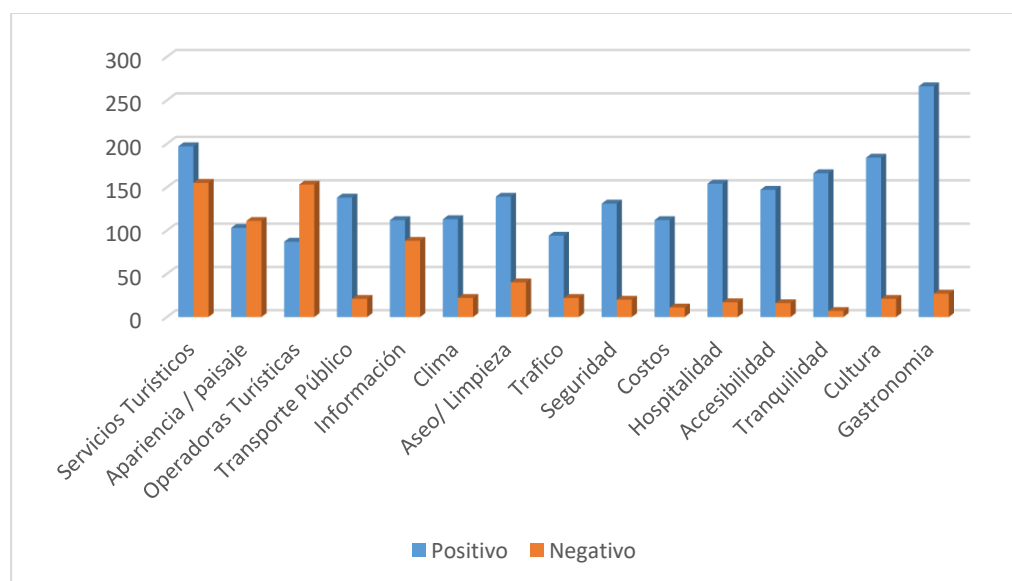
En base a la variable de Mejoramiento se obtuvieron los siguientes datos: Los turistas consideraron algunos servicios que debería mejorar la parroquia de Guanujo para que pueda generar una experiencia turística estos son:

- a) Infraestructura
- b) atención al cliente
- c) servicios turísticos
- d) Información

Si la parroquia no mejora en cuanto a adecuación de infraestructura, servicios turísticos y desarrollo turístico no va a poder ofrecer un servicio óptimo al turista, además la parroquia no cuenta con información y publicidad que le permita darse a conocer debido a que hay una limitada publicidad del lugar en los medios de comunicación.

### Figura 21

*Una vez que usted ya ha visitado a la parroquia de Guanujo ¿Qué considera que le faltaría por mejorar a la parroquia?*



**Interpretación:**

Los visitantes de la parroquia de Guanujo eligieron varios aspectos que se debe mejorar, entre los que se consideran de mayor importancia los servicios turísticos, operadoras turísticas, apariencia / paisaje e información. Estos aspectos son muy importantes para que la parroquia pueda mejorar y desarrollarse turísticamente.

### ANEXO PP PROCESAMIENTO DE DATOS

Nº	Indicador de evaluación	Forma de cálculo	Nombre de los atractivos												Total		
			E1a	E1b	E1c	E1d	E1e	E1f	E1g	E1h	E1i	E1j	E1k	E1l			
1	Contorno de flora, fauna y geomorfología	2 puntos si contiene al menos una especie o elementos de flora, fauna o geomorfología evaluados. 1 punto si contiene entre 10 a 20 especies o elementos de flora, fauna o geomorfología en evaluación. 0 puntos si contiene menos de 9 especies o elementos de flora, fauna o geomorfología.	1	1	2	1	0	2	2	0	0	0	0	0	9	16	0.56
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. 0 puntos si encontramos más de 5 desechos en un radio de 100 metros, desde el centro del atractivo.	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	11	16	0.69
3	Participación comunitaria en el mantenimiento del atractivo	2 puntos si la comunidad planifica y asiste a por lo menos 1 reunión al año. 1 punto si la comunidad planifica y asiste entre 1 a 3 meses al año. 0 puntos si la comunidad no planifica, ni asiste a ninguna reunión al año.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
4	Accesibilidad universal	2 puntos si la accesibilidad es universal. 1 punto si la accesibilidad es restringida a personas con 1 discapacidad. 0 puntos si la accesibilidad es difícil para personas con 2 o más tipos de discapacidad.	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	16	1	

Figura 27 Procesamiento de Datos de los 12 Componentes

Fuente: Páliz, J. (2020)

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T
1	Saxe	Edad	Estado Civil	Categoría laboral	Lugar de Residencia	Conoce usted la parroquia	Indique por qué medios	Con quién viaja generalmente	Cuántas personas											
30	Femennino	Más de 56	Viudo	Jubilado	GUARANDA	Si	Referencias (amigos y/o	Amigos												
31	Femennino	Más de 56	Viudo	Empleado público	GUARANDA	Si	Referencias (amigos y/o	f Familia												
32	Femennino	Más de 56	Soltero	Jubilado	GUAMOTE	Si	Referencias (amigos y/o	f Familia												
33	Femennino	46-55	Divorciado	Emprendedor (negocio pr	PICHINCHA	Si	Referencias (amigos y/o	f Familia												
34	Femennino	46-55	Viudo	Empleado público	GUARANDA	Si	Radio	Amigos												
35	Femennino	Más de 56	Soltero	Jubilado	SAN MIGUEL	Si	Referencias (amigos y/o	f Familia												
36	Femennino	46-55	Divorciado	Empleado privado	PICHINCHA	Si	Referencias (amigos y/o	f Familia												
37	Femennino	Más de 56	Unión libre	Empleado público	QUITO	Si	Referencias (amigos y/o	f Pareja												
38	Femennino	46-55	Unión libre	Emprendedor (negocio pr	CHAMBO	Si	Redes Sociales	Solo												
39	Femennino	Más de 56	Viudo	Comerciante	CHILLANES	Si	Radio	Solo												
40	Femennino	Más de 56	Unión libre	Comerciante	CHILLANES	Si	Referencias (amigos y/o	f Familia												
41	Femennino	Más de 56	Viudo	Jubilado	GUARANDA	Si	Referencias (amigos y/o	f Solo												
42	Femennino	Más de 56	Viudo	Empleado público	CHILLANES	Si	Referencias (amigos y/o	f Solo												
43	Femennino	46-55	Soltero	Emprendedor (negocio pr	GUARANDA	Si	Referencias (amigos y/o	f Familia												
44	Femennino	Más de 56	Divorciado	Jubilado	ZARUMA	Si	Referencias (amigos y/o	f Familia												
45	Femennino	Más de 56	Soltero	Jubilado	LA CONCORDIA	Si	Referencias (amigos y/o	f Familia												
46	Femennino	46-55	Divorciado	Emprendedor (negocio pr	QUITO	Si	Referencias (amigos y/o	f Solo												
47	Femennino	46-55	Soltero	Empleado privado	ATACAMES	Si	Referencias (amigos y/o	f Pareja												
48	Femennino	46-55	Soltero	Jubilado	BOLIVAR	Si	Referencias (amigos y/o	f Solo												
49	Femennino	46-55	Divorciado	Emprendedor (negocio pr	SAN FERNANDO	Si	Referencias (amigos y/o	f Familia												
50	Masculino	Más de 56	Unión libre	Empleado privado	QUITO	Si	Referencias (amigos y/o	f Familia												
51	Masculino	46-55	Soltero	Empleado privado	ECHENDIA	Si	Referencias (amigos y/o	f Solo												
52	Masculino	Más de 56	Viudo	Jubilado	ECHENDIA	Si	Referencias (amigos y/o	f Solo												
53	Masculino	46-55	Divorciado	Empleado privado	QUITO	Si	Referencias (amigos y/o	f Amigos												
54	Masculino	46-55	Soltero	Empleado privado	ECHENDIA	Si	Referencias (amigos y/o	f Solo												
55	Masculino	Más de 56	Divorciado	Comerciante	LAS NAVES	Si	Referencias (amigos y/o	f Solo												
56	Masculino	46-55	Divorciado	Emprendedor (negocio pr	GUARANDA	Si	Referencias (amigos y/o	f Solo												

Figura 27.1 Base de Datos de las Encuestas Aplicadas al turista que visita Guanujo

## ANEXO QQ BASE DE DATOS MINISTERIO DE TURISMO

The image displays two screenshots of an Excel spreadsheet titled 'CATASTRO ECUADOR'. The first screenshot shows a list of establishments in Bolívar province, Ecuador, with columns for Name, Registration Number, Opening Date, Activity, Name, Category, and Province. The second screenshot shows a zoomed-in view of the 'SUMAK SAMYRA' entry, which is a hostel registered on 1/31/2017.

NOMBRE	REGISTRO	FECHA APERTURA	ACTIVIDAD TURISTICA	#NAME?	CATEGORIA	NOMBRE PROVINCIA	NOMBRE
SU SANTA FE	0201500810	6/22/2014	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	BOLIVAR	GUAR
RINCON DEL SABOR	0201500020	5/3/2006	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	BOLIVAR	GUAR
NUOVO MEDITERRANEO	0201500986	11/18/2015	Alimentos y Bebidas	Restaurante	CUARTA	BOLIVAR	GUAR
COCIQUE GUARANGA	0201500892	12/3/2015	Alimentos y Bebidas	Restaurante	CUARTA	BOLIVAR	GUAR
LA SAZON DE MARTHA	0201500962	6/22/2015	Alimentos y Bebidas	Restaurante	CUARTA	BOLIVAR	GUAR
AYAMAQUI BAR DELICATESSEN	0201500773	11/26/2013	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	BOLIVAR	GUAR
DOÑA CECILIA	0201500883	10/21/2015	Alimentos y Bebidas	Restaurante	CUARTA	BOLIVAR	GUAR
LISTO EL POLLO	0201500861	6/9/2015	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	BOLIVAR	GUAR
CHACARRERO	0201500958	1/24/2018	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	BOLIVAR	GUAR
PARADERO LARCAPAMBA	0201500907	3/24/2016	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	BOLIVAR	GUAR
ESTANCIA LA	0201500934	7/18/2014	Alimentos y Bebidas	Restaurante	SEGUNDA	BOLIVAR	GUAR
BOHEMIA LA	0201500363	4/27/2004	Alimentos y Bebidas	Restaurante	SEGUNDA	BOLIVAR	GUAR
PARADERO TURISTICO GUADALUPE	0201500948	7/25/2017	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	BOLIVAR	GUAR
SEÑORA PIZZA	BGUAAB-00001130	9/27/2019	Alimentos y Bebidas	Restaurante	1 tenedor	BOLIVAR	GUAR
SEÑORA PIZZA 2	BGUAAB-00001133	9/27/2019	Alimentos y Bebidas	Restaurante	1 tenedor	BOLIVAR	GUAR
CASA DE MAMA	0201500971	6/14/2018	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	BOLIVAR	GUAR
BARRIO CALIENTE GRILL CAFE & PUB	0201500791	3/14/2014	Alimentos y Bebidas	Restaurante	SEGUNDA	BOLIVAR	GUAR
PRODUCTOS ALIMENTICIOS MAMA MICHE	BGUAAB-00001101	9/19/2019	Alimentos y Bebidas	Restaurante	1 tenedor	BOLIVAR	GUAR
PIZZERIA ARCOBALENO	0201500865	7/8/2015	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	BOLIVAR	GUAR
RAWA COCINA FUSION	0201500922	7/20/2016	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	BOLIVAR	GUAR
ARIES	0201500979	7/24/2018	Alimentos y Bebidas	Restaurante	CUARTA	BOLIVAR	GUAR
MIS ABUELOS	0201500980	7/30/2018	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	BOLIVAR	GUAR
PAPITAS GUANUJEÑAS	0201500867	7/14/2015	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	BOLIVAR	GUAR
DI FLORENTINO 1	0201500718	6/27/2012	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	BOLIVAR	GUAR
FOLK	0201500777	2/24/2014	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	BOLIVAR	GUAR
CALLEJON SALINERITO	0201500868	7/20/2015	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	BOLIVAR	GUAR
LA PILA	0201500940	6/9/2014	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	BOLIVAR	GUAR
PIZZERIA CASA NOSTRA	0201500969	5/18/2018	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	BOLIVAR	GUAR
THE ANDES	0201500962	2/20/2018	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	BOLIVAR	GUAR
STACK	0201500438	10/31/2005	Alimentos y Bebidas	Restaurante	CUARTA	BOLIVAR	GUAR

NOMBRE	REGISTRO	FECHA APERTURA	ACTIVIDAD TURISTICA	#NAME?	CATEGORIA	NOMBRE PROVINCIA	NOMBRE
BALCON CUENCANO	BGUAAJ00002382	11/8/2004	Alojamiento	Hostal	1 Estrella	BOLIVAR	GUAR
MAMA RUMI	0201500739	4/3/2013	Alojamiento	Hostal	PRIMERA	BOLIVAR	GUAR
EJECUTIVO LA BAHIA	BGUAAJ00003099	4/27/2004	Alojamiento	Hostal	1 Estrella	BOLIVAR	GUAR
7 COLINAS	BGUAAJ00003814	11/21/2014	Alojamiento	Hostal	1 Estrella	BOLIVAR	GUAR
SPA OASIS	BGUAAJ00002498	4/1/2014	Alojamiento	Hostal	1 Estrella	BOLIVAR	GUAR
SPA D' SOL	BGUAAJ00002725	5/14/2013	Alojamiento	Hostal	1 Estrella	BOLIVAR	GUAR
SUMAK SAMYRA	BGUAAJ00002220	1/31/2017	Alojamiento	Hostal	1 Estrella	BOLIVAR	GUAR
HOSTAL LA RUEDA	BGUAAJ00003499	8/29/2018	Alojamiento	Hostal	1 Estrella	BOLIVAR	GUAR
LA MINGA	BGUAAJ00003915	8/22/2019	Alojamiento	Hostal	1 Estrella	BOLIVAR	GUAR

Figura 27.2: Base de datos MINTUR 2019 Registro de establecimientos

Fuente: Páliz, J. (2020)

## ANEXO RR MATRIZ DE ANÁLISIS FODA DE LA PARROQUIA DE GUANUJO

Componente	Fortalezas	Oportunidades	Debilidades	Amenazas
Componente natural	<p><b>1</b>La parroquia de Guanujo cuenta con atractivos naturales de mayor interés, de buena conservación, ya que son visitados por turistas nacionales y la localidad.</p> <p><b>2</b>Algunos atractivos naturales como el Arenal y la reserva del Chimborazo cuentan con un sistema de conservación.</p> <p><b>3</b>Guanujo posee una vista increíble donde se puede visualizar sus montañas, el Chimborazo y el casco colonial.</p>	<p><b>1</b>La ubicación de la parroquia permite realizar turismo comunitario y recorrido por senderos.</p> <p><b>2</b>Los turistas visitan la parroquia por fiestas del patrono San Pedro y genera un buen flujo de turistas.</p> <p><b>3</b>La parroquia de Guanujo es un destino semi virgen, el cual se puede aprovechar de una manera racional y sostenible, sin contaminar o destruir el lugar.</p>	<p><b>1</b>Los atractivos naturales de la parroquia no cuentan con señalización y la infraestructura necesaria.</p> <p><b>2</b>Los atractivos naturales no poseen guías especializados.</p> <p><b>3</b>Los atractivos naturales no cuentan con un centro de información turística sobre los mismos.</p> <p><b>4</b>En la mayoría de los atractivos no cuenta con la seguridad óptima para que el turista se sienta a gusto visitando los mismos.</p>	<p><b>1</b>En algunos atractivos naturales, en un radio de 100m si existen desechos, es decir dichos lugares no tienen un buen manejo de los desechos lo que hace que dañe la apariencia de los mismos y provoque contaminación a dichos atractivos.</p> <p><b>2</b>Las comunidades y propietarios no dan un buen manejo y cuidado a los atractivos naturales, tomando en cuenta de que los mismos son indispensables para el turismo en el cantón.</p>
Componentes hechos culturales	<p><b>1</b> la parroquia cuenta con un atractivo cultural religioso muy reconocido y hoy se ha convertido en santuario.</p> <p><b>2</b>Los atractivos culturales, se encuentran cercanos al sector urbano y son factibles para poder llegar.</p> <p><b>3</b>Guanujo posee mucha historia y 2 monumentos importantes como la piedra guanujeña y el monumento a Felisa Egüés que son dos temas de suma importancia cultural.</p> <p><b>4</b>los atractivos culturales cuentan con la</p>	<p><b>1</b>El turismo cultural en la parroquia de Guanujo está en proceso gracias al manejo del Comité Ulpiano Páez se ha generado algunas actividades culturales se adecuado las instalaciones de la casa parroquial el cual cuenta con un espacio donde se exponen fotografías de personajes importantes de la parroquia.</p> <p><b>2</b>Los atractivos culturales no cuentan con Guías.</p>	<p><b>1</b>Los atractivos culturales no cuentan con señalización de aproximación a los mismos.</p> <p><b>2</b>Los atractivos culturales no cuentan con información turística que permita que el turista conozca de los mismos sean estos en medios digitales.</p>	<p><b>1</b> la parroquia cuenta con escasos atractivos culturales.</p> <p><b>2</b>Alta competencia de turismo cultural en la provincia.</p>



	accesibilidad absoluta.			
Componente gastronómico	<p><b>1</b>La parroquia de Guanujo dispone de platos y bebidas gastronómicas, que son típicas del lugar.</p> <p><b>2</b>Los restaurantes que se encuentran en la parroquia, ofrecen su gastronomía a precios accesibles.</p> <p><b>3</b>La parroquia de Guanujo utiliza el 50% de productos locales para elaborar sus platos típicos.</p> <p><b>4</b>La parroquia de Guanujo es la encargada de comercializar el “pájaro azul” debido a que lo producen en Echandía como también en la época de carnaval elaboran la chicha de jora que son dos bebidas tradicionales y características de la zona</p>	<p><b>1</b>Los turistas, se interesan por degustar los platos y bebidas típicas gastronómicas que ofrece la parroquia en cualquier temporada del año.</p> <p><b>2</b>Algunos establecimientos de restauración también ofertan almuerzos de casa que son elaborados de forma tradicional.</p>	<p><b>1</b>Escasa promoción sobre la gastronomía del cantón a nivel nacional.</p> <p><b>2</b>Algunos de los establecimientos de restauración en la parroquia no cuenta con el espacio necesario para ofertar sus productos.</p>	<p><b>1</b> en algunos establecimientos de restauración de la parroquia, han perdido su identidad gastronómica, ya que se han dedicado a la preparación de comida rápida.</p>
Componente festividades y eventos	<p><b>1</b>La parroquia si cuenta con información por internet, sobre las festividades y eventos como es la fiesta de San Pedro, pero es poco lo que se promociona.</p> <p><b>2</b>En la parroquia no se dado robos a turistas así que sería una fortaleza que tiene.</p>	<p><b>1</b>El Ministerio de Turismo, promociona las festividades y eventos de todo el Ecuador y principalmente la fiesta del carnaval, que se lo celebra en la provincia Bolívar, ya que es el más conocido a nivel nacional e internacional.</p>	<p><b>1</b>La parroquia presenta un nivel bajo de promoción de todas las festividades y eventos como la recordar la fecha de parroquialización y las demás fiestas importantes.</p>	<p><b>1</b>La parroquia de Guanujo tiene competidores de similares fiestas, como es la ciudad de Guaranda que es conocida a nivel nacional e internacional por la gran fiesta del carnaval.</p>

	<p><b>3</b>Durante todo el año, la parroquia presenta una de las ceremonias que les gusta a los turistas como Semana Santa ya que es con cuadros vivos y cuenta con la procesión de Dios.</p> <p><b>4</b>La parroquia si cuenta con apoyo de entidades públicas y privadas para la realización de las festividades.</p> <p><b>5</b>La parroquia si tiene visitas de turistas nacionales en la fiesta del carnaval, San Pedro por lo cual se podría decir que si existe flujo de visitantes</p> <p><b>6</b>La parroquia si cuenta con la organización de los diferentes barrios al momento de hacer cualquier tipo de evento o colaboración. - Ser reconocido como segundo Santuario Diocesano de la provincia Bolívar.</p>	<p><b>2</b>El municipio de Guaranda si realiza pequeños anuncios acerca de las festividades de la parroquia</p>		
<p>Componente actividades recreacionales</p>	<p><b>1</b>La ubicación geográfica y las condiciones climáticas, son las más adecuadas ya que aportan a la realización de diferentes actividades de recreación.</p> <p><b>2</b>La parroquia de Guanujo, toma en cuenta a los atractivos naturales para la práctica de deportes.</p> <p><b>3</b>La parroquia cuenta con espacios adecuados para la realización de varias actividades recreativas en la zona.</p>	<p><b>1</b>Los turistas deportivos se interesan más en la práctica de deportes ala aire libre como bicicleta y básquet</p> <p><b>2</b>Los turistas se interesan más por la práctica de actividades recreativas para realizarlos con la familia y amigos, con el fin de salir de la rutina.</p>	<p><b>1</b>La parroquia tiene una escasa promoción de las actividades recreativas que se puede realizar en diferentes lugares de la zona.</p> <p><b>2</b>La parroquia no oferta las actividades recreativas.</p> <p><b>3</b>La parroquia no cuenta con un control de las actividades que se puede</p>	<p><b>1</b>Los cantones más cercanos a área de estudio, promocionan actividades de recreación, similares a las del cantón, como es en el cantón Caluma donde practican el Down Hill, es un deporte de bicicleta de montaña extremo.</p>

			realizar ni con guías especializadas para los mismos.	
Componente vías de acceso	<p><b>1</b>La vía que se dirige a la parroquia por la parte de la región sierra, es de primer orden y se encuentra en buen estado.</p> <p><b>2</b>Varias cooperativas de transporte público interprovincial pasan por la parroquia o es su destino de llegada.</p> <p><b>3</b>La vía que dirige a la parroquia por parte de la región sierra cuenta con servicios de gasolinera, paraderos, vulcanizadora y espacios de descanso temporal.</p> <p><b>4</b>La apertura, pavimentación y señalización de la vía Echeandía-Guanujo, cubre las necesidades de movilidad de sus habitantes en un alto porcentaje.</p> <p><b>5</b>La apertura de la vía Echeandía-Guanujo, es una importante arteria vial ya que ahorra el tiempo a muchos usuarios, porque cuenta con buena señalización y está en buen estado.</p>	<p><b>1</b>Los sectores públicos, constantemente invierten en el mantenimiento de las vías de primer orden, con mayor razón en temporada invernal.</p> <p><b>2</b>El sector público invierte en la seguridad vial de las carreteras de primer orden.</p>	<p><b>1</b>Las vías que entran a algunos atractivos naturales y culturales se encuentran en mal estado.</p> <p><b>2</b>Derrumbes en la vía Echeandía - Guanujo con gran frecuencia en temporada invernal.</p> <p><b>3</b>la parroquia no cuenta con apoyo económico de entidades privadas para la pavimentación de las vías que dirigen a los atractivos naturales y culturales.</p>	<p><b>1</b>En las épocas de invierno se deterioran las carreteras internas y externas del territorio constantemente provocando baches.</p> <p><b>2</b>Existe mayor movilización por la vía de la región sierra que por la vía de la región costa, lo que significa que esta vía tiene un deterioro constante, y mayoritariamente se encuentra en mantenimiento.</p>

<p>Componente seguridad, salud, servicios básicos, manejo de desechos</p>	<p><b>1</b>La parroquia de Guanujo presenta todos los servicios básicos para atender a la población.</p> <p><b>2</b>La parroquia cuenta con el servicio de salud pública (centros de salud) con atención las 8 horas.</p> <p><b>3</b>La Parroquia cuenta con UPC ubicada en el recinto de Atandagua que patrullan toda la parroquia y velan por la seguridad de la población.</p> <p><b>4</b>El GAD competente mantiene y mejora cada año los servicios básicos del cantón, es decir para comunidades y recintos del cantón.</p> <p><b>5</b>Cuenta con su propia Agua que es manejado por la junta Administradora de agua potable de Guanujo</p>	<p><b>1</b>El gobierno provincial de Bolívar, aporta al mantenimiento y mejora de los servicios básicos para los cantones, comunidades y recintos.</p>	<p><b>1</b>La parroquia no cuenta con letreros informativos a cerca de la ubicación de los servicios de seguridad y salud.</p> <p><b>2</b>La parroquia cuenta con carros recolectores de desechos que pasan 2 días a la semana.</p>	<p><b>1</b>La parroquia de Guanujo, cuenta con un mal manejo sobre la eliminación de desechos lo que provoca contaminación.</p>
<p>Componente servicios turísticos</p>	<p><b>1</b>En su mayoría los diferentes prestadores de servicios turísticos tienen los permisos de funcionamiento.</p> <p><b>2</b>Los establecimientos que se encuentran en la parroquia cubren la demanda ofertada.</p> <p><b>3</b>Horarios flexibles en la atención del servicio de alojamiento.</p>	<p><b>1</b>Los establecimientos de servicios turísticos que tiene la parroquia, está aptos para que puedan acceder a una certificación nacional y ser reconocidos.</p>	<p><b>1</b>En la parroquia cuenta con una gran deficiencia en empresas de agencias de viaje, operadoras turísticas y alojamientos.</p> <p><b>2</b>Algunos atractivos de la parroquia, no presentan facilidades turísticas.</p> <p><b>3</b>La parroquia no cuenta con una oficina específica de información turística sobre el mismo.</p> <p><b>4</b>La parroquia no cuenta</p>	<p><b>1</b>En la provincia de Bolívar la mayor parte de establecimiento de turismo se concentra en la ciudad de Guaranda.</p> <p><b>2</b>Los lugares de alojamiento y de restauración son establecimientos solo de 2 categorías, los cuales le hace una competencia muy fácil para otros lugares que tienen establecimientos con mejores categorías y se adaptan a los gustos del turista.</p> <p><b>3</b>Ausencia de emprendimientos</p>

			con señalética para dirigirse a los diferentes servicios turísticos que ofrece el cantón.	turísticos.
Componente consumidor	<p><b>1</b> Los turistas toman la parroquia de Guanujo, como un lugar tranquilo para la visita debido a que es un lugar donde no pasa el tiempo.</p> <p><b>2</b> Al lugar ingresa todo tipo de turista, sin denigrar a ninguno.</p> <p><b>3</b> Los turistas acuden a la parroquia por diferentes actividades como visita a familiares y amigos compra de pájaro azul, jugar Fútbol y por visitar la iglesia.</p> <p><b>4</b> Los principales lugares de visita son los atractivos naturales (complejos turísticos) y culturales y religiosos.</p>	<p><b>1</b> La parroquia tiene mayormente visita de todo lado como: turistas quiteños, guayaquileños de Babahoyo y gente Guanujeño que ha emigrado a diferentes lugares en su gran mayoría son adultos y jóvenes.</p> <p><b>2</b> La motivación del consumidor en su gran mayoría son lugares de relevancia cultural y natural.</p> <p><b>3</b> Los turistas quiteños se motivan a viajar por aventura, descubrimiento, naturaleza y deportes.</p>	<p><b>1</b> Algunos turistas toman a la parroquia de Guanujo como un lugar de paso hacia otros destinos.</p> <p><b>2</b> Los turistas prefieren quedarse a pernotar en el cantón, no más de 2 o 3 días.</p>	<p><b>1</b> La mayoría de los turistas que visitan la parroquia de Guanujo, generan un bajo consumo de los servicios y actividades.</p> <p><b>2</b> Algunos turistas se suelen interesar por otros atractivos próximos al área de estudio.</p>
Componente promoción y comercialización	<p><b>1</b> La página oficial del Gobierno Autónomo Descentralizado de la provincia de Bolívar, contiene pequeños datos de la parroquia</p> <p><b>2</b> Las redes sociales como Facebook, ayuda a la promoción de la parroquia es por eso que al momento se encuentran 3 páginas principales la de la asociación de Guanujeños en Quito. La página del comité Ulpiano Páez La página de la Iglesia</p> <p><b>3</b> Los videos promocionales que se encuentran en los distintos canales de</p>	<p><b>1</b> El Ministerio de Turismo promociona y comercializa al Ecuador y sus atractivos turísticos a nivel nacional y mundial, convirtiéndolos en destinos preferidos por los turistas.</p> <p><b>2</b> Las personas utilizan el internet y redes sociales diariamente y pueden conocer más sobre la parroquia</p>	<p><b>1</b> La parroquia de Guanujo, únicamente utiliza el internet y las redes sociales como medio de difusión, sin darse cuenta que existen otras herramientas que aportan a la promoción como invitar a medios televisivos para que realicen tomas y hagan un documental.</p> <p><b>2</b> Las entidades</p>	<p><b>1</b> La parroquia de Guanujo genera pocos ingresos por el desconocimiento de los atractivos turísticos que esta posee.</p> <p><b>2</b> Las agencias de viaje y las operadoras turísticas del sector privado no se encuentran articulados con el sector público, para promocionar y comercializar los atractivos turísticos de la parroquia.</p>

	<p>YouTube, son de libre acceso para observar del turismo de Guanujo.</p>		<p>encargadas de la actividad del turismo en la parroquia generan poca inversión en la promoción y comercialización de sus atractivos.</p> <p><b>3</b>La parroquia de Guanujo, no cuenta con un centro de información turístico</p>	
Componentes políticas administrativas	<p><b>1</b>La parroquia si cuenta con un Plan de Ordenamiento Territorial de toda la provincia de Bolívar.</p> <p><b>2</b>En el PDOT se habla sobre el turismo de manera indirecta.</p>	<p><b>1</b>El estado designa un presupuesto para la elaboración de un PDOT.</p> <p><b>2</b>Existen leyes, acuerdos y ordenanzas que obligan a los GADs que planifiquen y gestionen la actividad turística.</p>	<p><b>1</b>La ley de turismo no se cumple a cabalidad en los GADs.</p> <p><b>2</b>Los prestadores de servicios turísticos no conocen el reglamento de alojamiento y de alimentos y bebidas.</p>	<p><b>1</b>No existe un reglamento para el comportamiento del visitante en la parroquia.</p> <p><b>2</b>Desinterés por parte de las autoridades para la creación de políticas administrativas de carácter turístico.</p>
Componente instituciones administrativas	<p><b>1</b> la provincia Bolívar cuenta con entidades para obras públicas en el lugar, cuenta con la institución de la defensoría de la mujer en caso de maltrato a la mujer, cuenta con la institución de derechos y protección a los niños, es decir cuenta con algunas instituciones como: el MAE el Ecu-911 entre otros, que permiten manejar cualquier necesidad de la provincia en general</p>	<p><b>1</b>Entes superiores al GAD, como es el Gobierno Provincial, ministerios, comprometidos al desarrollo de todas las actividades del cantón y sus comunidades.</p> <p><b>2</b>El Ministerio de Turismo, apoya a emprendimientos de turismo.</p>	<p><b>1</b>No existe interés por parte del GAD en desarrollar nuevas estrategias para el desarrollo del turismo en la parroquia de Guanujo.</p> <p><b>2</b>Bajo apoyo de instituciones privadas para el desarrollo del turismo en la parroquia</p>	<p><b>1</b>Entidades privadas no se sienten convencidas de invertir en la parroquia para el turismo por que mantienen que Guanujo es un lugar de paso nada más.</p> <p><b>2</b>Presupuesto designado para turismo no es aprovechado por el GAD.</p>

**ANEXO SS MATRIZ DE PLANIFICACIÓN DE LOS PROGRAMAS**

Estrategia	Acciones	Indicadores	Responsable	Periodo de Implementación	Supuesto
Mejoramiento y conservación de las condiciones actuales de los atractivos naturales y culturales de la parroquia.	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Determinar la infraestructura que necesita intervención.</li> <li>- Identificar el grado de intervención del recurso.</li> <li>-Gestionar una reunión con la población y el Comité de desarrollo.</li> <li>-Reunir los requisitos solicitados.</li> <li>-Elaborar el cronograma de entrega de documentos.</li> <li>-Designar a los gestores.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Campañas Promocionales -normativas que hayan hecho.</li> <li>-Conservación, mejora y puesta en valor de los atractivos.</li> <li>-Facilitar la accesibilidad</li> <li>-Elaborar planes de ordenamiento territorial.</li> <li>-Impulso a la mejora de calidad en los servicios turísticos.</li> </ul>	<b>Fundación FIEDS</b> (Fondo Ítalo Ecuatoriano para el desarrollo sostenible) <b>Instituciones aliadas</b> -Prefectura de Bolívar -Municipio de Bolívar	12 meses (Reuniones cada 6 meses)	<ul style="list-style-type: none"> <li>-No se cuenta con el presupuesto requerido.</li> <li>- Los actores sociales no desean formar un grupo de trabajo.</li> <li>- Que no se de las acciones coordinadas entre el sector público y privado.</li> <li>-Que no se cuente con la ayuda de la fundación.</li> </ul>
Fomentar talleres enfocados al rescate de la historia, patrimonio, folclor y tradición.	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Adquirir el material para el taller.</li> <li>-Elaborar el cronograma de actividades.</li> <li>-Definir el lugar para la capacitación.</li> <li>-Delimitar el número de personas.</li> <li>-Realizar Spot Publicitarios del taller</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Registro de participantes</li> <li>-Certificados emitidos por 40 horas</li> <li>-Documentos tributarios de capacitadores.</li> </ul>	-Comité de desarrollo Ulpiano Páez	10meses (Reuniones 2 meses cada año)	-Falta de apoyo por parte del municipio.
Estrategia	Acciones	Indicadores	Responsable	Periodo de Implementación	Supuesto
Gestionar conjuntamente con el GAD de la provincia de Bolívar y el departamento de turismo, actividades como concursos y ferias gastronómicas con la	Promocionar la gastronomía tradicional y ancestral que ofrece la parroquia mediante exhibiciones en ferias, dentro y fuera de la provincia.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- número de mesas</li> <li>- número de carpas</li> <li>- número de registro de participante</li> <li>- publicidad</li> <li>-invitaciones</li> </ul>	Comité de desarrollo Ulpiano Páez Municipio de Guaranda Departamento de turismo.	3 meses	-Falta de logística y de proveedores.

participación de otras parroquias.	-Potencializar convenios con la prefectura y la academia para mejorar el proceso de difusión de las festividades de la parroquia esto puede ser por medio de actividades, publicidad, alianzas, creación de agendas y mejorando la página del área de comunicación.	-Identificar los espacios, donde se realizarán los talleres y actividades recreacionales - Describir los contenidos -Detallar las competencias y habilidades para la actividad - Definir horarios - Delinear la actividad a realizarse - Designar al director de la actividad -Detallar y presupuestar los materiales en cada actividad. -Diseñar la publicidad para la agenda y cada taller. - Socializar el seguimiento de la agenda, así como el desarrollo de cada actividad	- número de espacios - número de actividades - número de participantes número de encargados	Comité de desarrollo Ulpiano Páez Universidad Estatal de Bolívar	10meses (2 meses cada año)	-Qué no se publique en la página oficial del GAD de la provincia de Bolívar. - Falta de apoyo en lo referente a publicidad de la Agenda
Desarrollar actividades recreacionales que tengan que ver con nuevos circuitos rutas y actividades turísticas	-Identificar las posibles actividades que se pueden hacer en la parroquia. -Coordinar con las diferentes entidades para que den sus equipos y maquinaria a utilizar. -Designar un comité para logística de actividades	-número de participantes -número de auspiciantes - número de flyers entregados	-Empresa pública y privada. -Comité Desarrollo Ulpiano Páez	8meses	-Caracterización del territorio con finales turísticas. -Conformación de una comisión permanente para monitorear la actividad turística -Fortalecimiento de los prestadores de servicio. - Adecuación de las áreas	



Estrategia	Acciones	Indicadores	Responsable	Periodo de Implementación	Supuesto
Gestionar con el Ministerio de transporte y obras públicas y transporte público para la implementación de señalética vial y turística más visible principalmente en las carreteras que direccionan al destino.	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Definir el encargado para el trámite.</li> <li>-Pedir al Ministerio una estructura previa de modelos de solicitudes.</li> <li>-Descripción de deliberaciones y acuerdos.</li> <li>- Definir los lugares donde se colocará la señalética</li> <li>-Definir la ubicación de realización de solicitud</li> <li>-Definir día de entrega</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-número de impresiones</li> <li>-servicio de transporte</li> <li>Alimentación</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>de Prefectura de Bolívar</li> <li>de Ministerio de transporte y obras Públicas</li> </ul>	5 meses	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Que las condiciones climáticas no permitan realizar el asfaltado.</li> <li>- Rechazo de la solicitud para el mejoramiento de la vía.</li> </ul>
Promover la nutrición y la seguridad alimentaria en la población	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Realizar campañas para erradicar la desnutrición en los grupos vulnerables de la parroquia.</li> <li>-Definir el convenio que se va realizar</li> <li>-Pedir al Sub centro de Salud que reporte lo que necesita.</li> <li>-Realizar convenios con otros hospitales para contratar a personal con otras especialidades</li> <li>-Definir programas que permitan la adecuación de áreas medicas en el Subcentro de salud</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-número de personal contratado</li> <li>-número de requerimientos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>de Prefectura de Bolívar</li> <li>de Municipio de la provincia de Bolívar</li> </ul>	9 meses	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Que no se de los convenios.</li> <li>-Que no se quiera aplicar las estaciones médicas.</li> </ul>
Desarrollo de un nuevo producto turístico el cual permita desarrollar los recursos de la parroquia.	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Determinar las falencias en el tema.</li> <li>- Desarrollar capacitación.</li> <li>-Elaborar el cronograma.</li> <li>-Definir el lugar para la capacitación.</li> <li>-Delimitar el número de personas.</li> <li>-Designar a los capacitadores</li> <li>Ejecución.</li> <li>-Promover la organización e incentivar la participación entre gremiales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Número de personas</li> <li>-Número de capacitaciones</li> <li>-Número de capacitadores</li> <li>-Cantidad de material a usar</li> <li>-Número de certificados</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>de Municipio de la provincia de Bolívar</li> </ul>	10 meses (2 meses en cada año)	<ul style="list-style-type: none"> <li>-No se encuentre el capacitador.</li> <li>- Falta de Publicidad del curso.</li> </ul>

- Apoyar la tecnificación de las microempresas.
- Elaborar una base de las microempresas existentes y conformadas en la parroquia.
- Mejoramiento de la infraestructura para el desarrollo de actividades turísticas.

**DEMANDA**

Generar proyectos donde contemplen nuevas rutas que se puedan visitar con el fin de hacer más actividades recreacionales	-Revisar e investigar alianzas. -Crear las políticas de beneficios. - Ampliar la cobertura de servicios básicos en el área donde se desarrollará estas actividades. -Definir las ubicaciones de cada actividad.	-número de alianzas establecidas con distintas entidades	GAD de la provincial -Departamento de turismo	5 meses (1 mes al año)	-Falta de compromiso con las parroquias. -Ausencia de operadoras o de oficinas turísticas en las parroquias aledañas
Hacer viajes de familiarización para invitar a operadoras de los cantones de Quito Riobamba y Ambato, con el fin de que conozca la planta turística que tiene la parroquia.	-Clasificar los atractivos. -identificar y definir los atractivos turísticos. -Delinear las actividades. -Armar las rutas que incluyen a los diferentes recursos. - Diseñar la publicidad del paquete turístico.	-número de atractivos -número de actividades - número de representantes turísticos -número de rutas	-GAD de la provincia. -Departamento de turismo	10 meses (2 meses en cada año)	El mal manejo, organización y planificación en el desarrollo de estos viajes

**PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN**

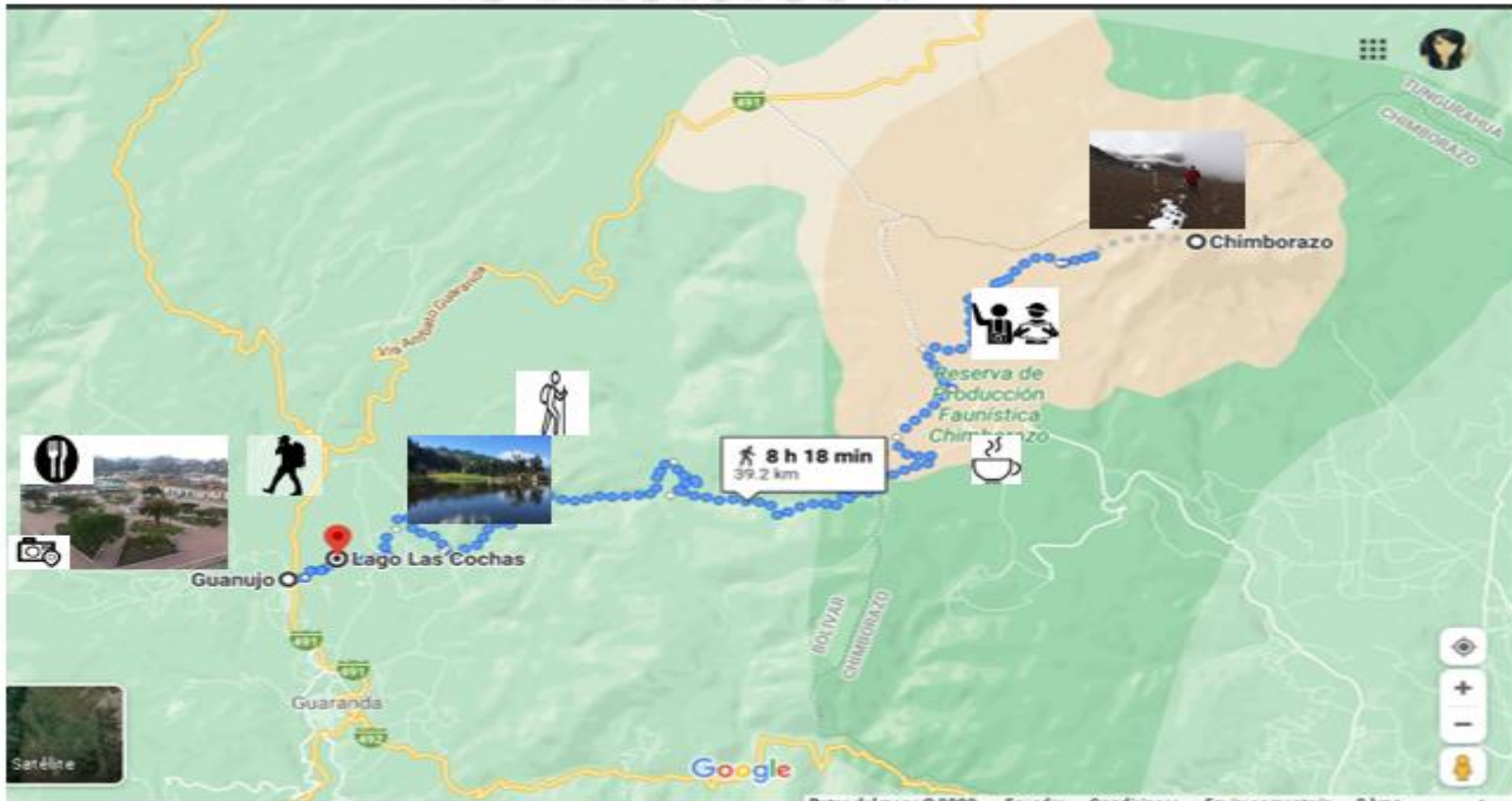
Estrategia	Acciones	Indicadores	Responsable	Periodo de Implementación	Supuesto
------------	----------	-------------	-------------	---------------------------	----------

Trabajar colectivamente con el GAD y el departamento de turismo, para que mejoren y actualicen la promoción de la parroquia de Guanujo.	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Diseño y elaboración de mapa Turístico de la parroquia.</li> <li>-Identificar y definir los atractivos turísticos</li> <li>-Aumentar la publicidad en las páginas del GAD de Bolívar</li> <li>-delimitar el circuito con kilometraje</li> <li>- <b>Diseñar todo el merchandising</b> con fin turístico.</li> <li>-<b>Crear una página innovadora</b> de Guanujo</li> <li>-Desarrollar un spot publicitario.</li> <li>- Entrega de flyers turísticos</li> <li>-Generar mesas corporativas con los representantes del comité Ulpiano Páez para hacer un programa cultural donde se promocióne actividades turísticas y festivas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-número de mapas</li> <li>-número de camisetas</li> <li>-número de objetos</li> <li>-número de videos</li> <li>- número de spot publicitarios</li> <li>- número de volantes</li> </ul>	de Prefectura de Bolívar de Comité de desarrollo Ulpiano Páez	10 meses (2 meses en cada año)	<ul style="list-style-type: none"> <li>-falta de una operadora u oficina turística</li> <li>No se cuenta con el presupuesto requerido.</li> <li>- Los actores sociales no desean formar un grupo de trabajo.</li> <li>- Que no se de las acciones coordinadas entre el sector público y privado.</li> </ul>
Generar capacitaciones y charlas continuas al departamento de promoción y comercialización, para que se actualicen en los manejos de programas innovadores	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Impartir conocimiento acerca de los diferentes programas que pueden utilizar para mejorar la publicidad.</li> <li>- como generar más visitas en la página web</li> <li>-generar eventos culturales en las páginas con el fin de reservar la participación.</li> <li>- mejorar spots publicitarios</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-nómina de personas a capacitar</li> <li>-contratar con el pago de la licencia de programas</li> <li>-convenios con la empresa privada para seleccionar los artículos que se va utilizar para las publicaciones</li> </ul>	de GAD de la provincia	2 meses	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Falta de colaboración por parte de las entidades</li> <li>-Conflictos con las entidades en el desarrollo de la marca.</li> </ul>
<b>SUPERESTRUCTURA</b>					
Ejecutar un plan de desarrollo turístico en donde se establezcan diferentes estrategias alcanzables y exista articulaciones y alianzas entre el sector público y privado para la	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Integración de la información.</li> <li>- Desarrollo de reglas</li> <li>-Identificar espacios, para los talleres y actividades de emprendimiento</li> <li>-objetivar participantes</li> <li>-Designar responsable</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-número de talleres</li> <li>-normativa y reglamento</li> </ul>	de GAD de la provincia Bolívar	8 meses	<ul style="list-style-type: none"> <li>-falta de colaboración por parte de los actores.</li> </ul>

creación de un producto turístico.	-Detallar y presupuestar los materiales con cada actividad turística que se desee implementar -Ejecutar estrategias que permita la socialización de todos los interesados					
Gestionar el trabajo conjunto de entidades públicas, privadas y organismos externos para conseguir más inversión en proyectos y emprendimientos turísticos para la parroquia de Guanujo.	-Generar convenios con organizaciones públicas y privadas. -Realizar talleres que den el surgimiento de ideas a emprender -Realizar campañas para llamar a posibles inversionistas para que hagan algo de Guanujo. - Sociabilización con los pobladores	-número de instituciones -número de talleres -número de campanas - número de ideas a emprender	de GAD de la provincial Bolívar Prefectura de Bolívar Comité de Desarrollo a Ulpiano Páez	4 meses	-ausencia de inversionistas -falta de colaboración por parte de los entes público y privado.	
Buscar futuros inversionistas que deseen emprender en Guanujo para generar proyectos que mejoren el sistema turístico de la parroquia.	- Buscar la mejor licitación de un proyecto a desarrollarse en la parroquia -Generar nuevos emprendimientos -realizar mesas corporativas con el GAD de Guaranda para buscar alguien que desee invertir en generar proyectos	-número de postulantes -número de perfiles recibidos -número de vacantes autorizados	Municipio de Guaranda. Prefectura de Bolívar	2 meses	-Falta de compromiso de las autoridades -que no se cumpla todo el proceso de reclutamiento solicitado	

ANEXO TT *RUTA DE LOS HIELEROS DE BOLÍVAR*

# Ruta de los Hieleros de Bolívar



### Descripción de esta Ruta:

Esta ruta se genera de la necesidad de poder aclarar a esta aventura a la parroquia de Guanujo con el fin de hacer una parada de descanso y de distracción, para el beneficio del desarrollo turístico de la parroquia. Esta ruta es milenaria e histórica donde se podrá visualizar como es el trayecto y extracción del hielo, así como también se podrá conocer la cultura, folklor y tradición que guarda todos sus puntos.

El cual consiste en hacer viajes de familiarización con los principales cantones que nos visitan como Quito, Riobamba y Ambato quienes invitaran a prensa y algunos representantes, los cuales disfrutaran de una semana de visitar a Guanujo y a la ruta, así como otros lugares más de Guanujo.

Es un recorrido por pequeños senderos el recorrido será de 8 horas con paradas en varios puntos donde podrán tomar fotografías y comer.

### **Características**

**Tipo de visita:** Aventura, Ecoturismo, Turismo Comunitario

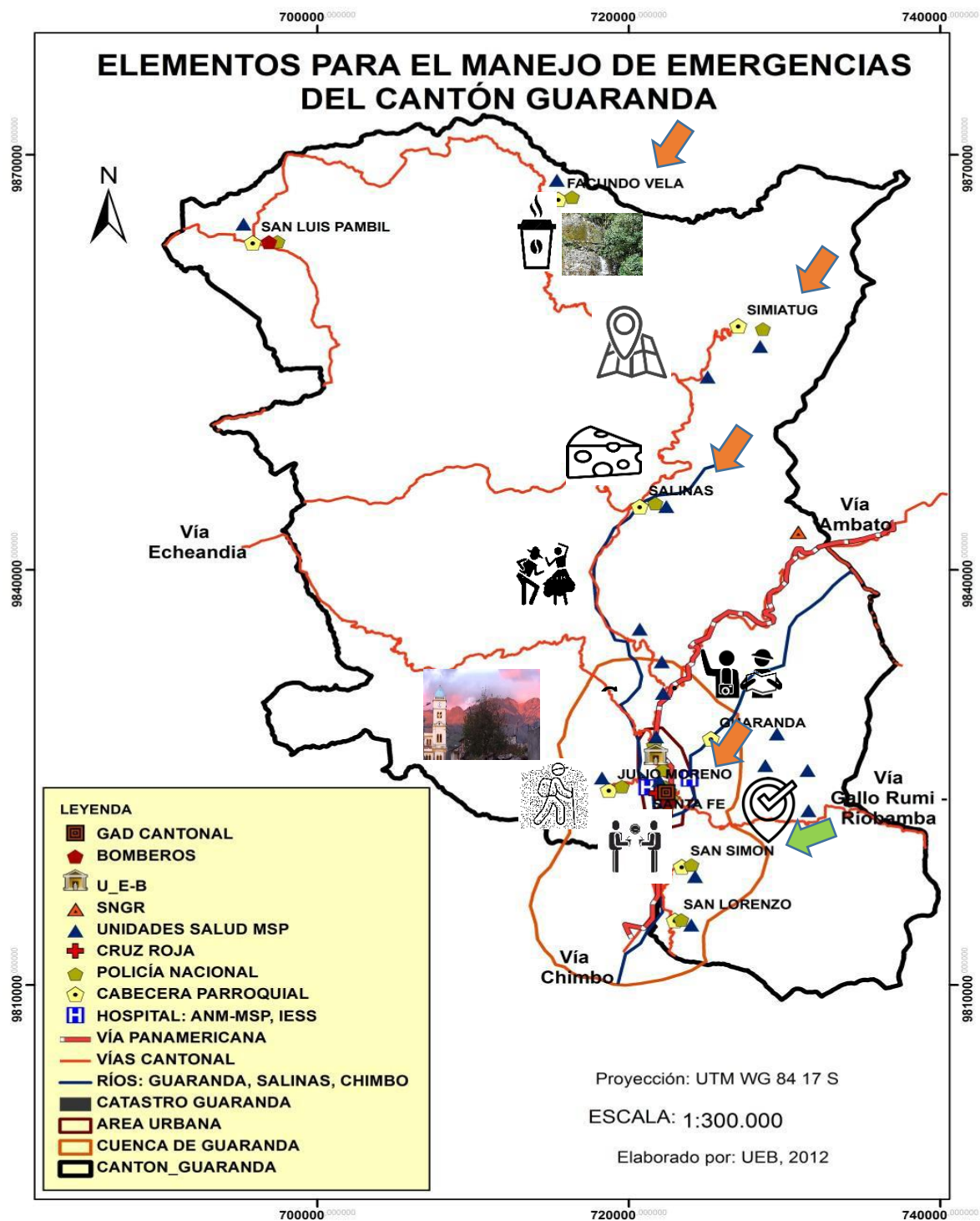
**Actividades:** Andinismo, Escalada, Excursión, Montana

**Tamaño del Grupo:** 10 personas

**Duración:** 2 días 1 Noche

**Alimentación:** Includ

ANEXO UU RUTA DE LAS PARROQUIAS 1.0



Fuente: GAD Guaranda (2011a), UEB (2008); IGM (2007); entrevista UEB, 2012

Elaborado por: Equipo Técnico UEB, 2012.

### Descripción de esta Ruta:

Esta ruta se genera de la necesidad de poder integrar a todas las parroquias que consiste en visitar 6 parroquias como:

Facundo Vela, Simiatug, Salinas, Guanujo, Julio Moreno terminando en San Simón el recorrido sale desde Facundo Vela donde se podrá disfrutar de un rico desayuno conformado por productos de la zona, luego de eso el turista puede escoger distintas alternativas como realizar caminatas o visitar los siguientes lugares como:

EL Río El Descanso. - Está en el recinto o comunidad el Recreo, pertenece a la jurisdicción de la parroquia de Facundo Vela. Ubicado al Sur-Oeste de la parroquia de Facundo Vela, en la vía que nos une; Facundo Vela, Guaranda y Ambato. Se queda en la comunidad la “YE”, en cada una se realizará una parada donde se va poder disfrutar de danzas, gastronomía, recorridos culturales, participación en la elaboración de platos típicos, recorrido por fábricas y senderismo. Todas estas parroquias se vincularán con el fin de desarrollarse turísticamente para generar emprendimientos y ferias.

Cascada Santa Teresa. - Esta cascada, se encuentra ubicada en el recinto o comunidad llamada Santa Teresita de la Unión de la parroquia de Facundo Vela. Consiste en salir de Facundo Vela al recinto o comunidad antes mencionada hasta la plazuela de ahí, se tiene que seguir senderos hasta la cascada. Distancia del tiempo considerado en carro hasta la plazuela unos 45 minutos y de la plazuela a la cascada un tiempo de 30 minutos y si consideramos en kilómetros a 8Km. a la cascada.

De ahí seguimos con la 2 parroquia que es Simiatug ahí nos reciben con danzas y exposiciones de artesanías y productos para seguir con el recorrido que es la parroquia de Salinas donde se visita las fábricas se realiza senderismo, así como la parada respectiva para el almuerzo.

En la tarde llegamos a la Parroquia de Guanujo que está ubicada a 5 Kilómetros de Guaranda, la cual nos espera con una feria de gastronomía y productos para posterior a ello seguir con el recorrido de senderos, conformado por la visita a 4 lugares los cuales guardan historia y tradición.



1 caminata de los molinos: conocer los molinos antiguos y saber cómo se hace la molienda de los granos.

- 1 Barrio Tomabela y Mantilla: conocer la historia de los barrios de Guanujo y visitar la piedra que representa al Inti Raymi.
- 2 Lago las Cochabambas: donde se practica deporte y disfrute de la naturaleza y fotografía
- 3 Mailona y loma dulce: realizar senderismo.

El circuito sigue con el fin de descansar en la parroquia para disfrutar de una noche de expresiones artísticas culturales danzas y juegos artificiales.

Lugar Plaza central: donde está la iglesia el convento y las oficinas públicas más importantes: la cual contara con dramatizados del testimonio histórico de la piedra colonial y personajes como Ulpiano Páez, Felisa Egüéz, Federico Páez, Adolfo Páez y Trinidad Camacho quienes ayudaron al desarrollo de esta parroquia.

Siguiendo con el circuito se visita el troje en la parroquia de Julio Moreno es uno de los principales centros turísticos de la parroquia, rodeada de miradores naturales y un entorno de cultivos. Puedes realizar pesca deportiva y senderismo. El recorrido de las parroquias termina en la parroquia de San Simón donde nos espera unas danzas y canelazo con el fin de agradecer a los turistas que visitan estas tierras ayudando de alguna forma a reactivar el turismo.

### **Características**

**Tipo de visita:** Aventura, Ecoturismo, Turismo Comunitario,

**Actividades:** gastronomía vivencial, cultura y tradición, senderismo, ciclismo y motocrós

**Tamaño del Grupo:** 5 personas

**Duración:** 2 días 1 Noche

**Alimentación:** Incluido