



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Facultad de Ciencias de la Hospitalidad

Carrera de Turismo

Propuesta de plan de desarrollo turístico de la parroquia Turi 2019 - 2023

Trabajo de titulación previo a la obtención del
título de Ingenieras en Turismo

Autoras:

María Celina Alvarracín Sigua

C.I.: 0106641780

Correo electrónico: parapluie.ec@gmail.com

Sandra Mercedes Quinde Cumbe

C.I.: 0106437007

Correo electrónico: sandys95.16@gmail.com

Tutor:

Lourdes Monserrat Sánchez Rodas Mg.

C.I.: 0103106043

Cuenca, Ecuador

25 - mayo - 2021



RESUMEN

El presente proyecto de intervención tiene como objetivo general elaborar una propuesta de plan de desarrollo turístico para la parroquia Turi, para el periodo 2019 – 2023, para lo cual se consideró la Guía para la formulación de planes de desarrollo turístico en territorios rurales (2014) del Instituto Iberoamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA).

El plan comprende tres etapas bien definidas: la primera muestra el análisis situacional de la parroquia Turi, considerando los aspectos: social, económico, ambiental y cultural; la segunda incluye el diagnóstico turístico que comprende el inventario turístico del territorio tomando como base la Metodología para la Jerarquización de Atractivos y Generación de Espacios Turísticos del Ecuador del Ministerio de Turismo, actualizada en 2018, el estudio de la oferta mediante trabajo in situ, estudio de la demanda con la aplicación de encuestas en sitios estratégicos, estudio de la competencia, determinación de las tendencias de consumo y análisis de la vocación turística; en la tercera etapa se presentan los resultados obtenidos y el portafolio de proyectos basados en la realidad y potencialidades del territorio. Se establece como meta para el 2023 que Turi sea identificado como un espacio turístico planificado, sostenible y seguro que motive la visita de turistas nacionales y extranjeros

Palabras clave: Turi, Plan de desarrollo, turismo rural, sostenible, COVID-19



ABSTRACT

Abstract:

The general objective of this intervention project is to develop a proposal for a tourism development plan for the Turi parish, for the period 2019 – 2023, for which the Guide to the formulation of tourism development plans in rural territories (2014) of the Ibero-American Institute for Cooperation for Agriculture (IICA) was considered.

The plan comprises three well-defined stages: the first shows the situational analysis of Turi parish, considering the aspects: social, economic, environmental and cultural; the second includes the tourist diagnosis comprising the tourist inventory of the territory based on the Methodology for the Hierarchy of Attractions and Generation of Tourist Spaces of Ecuador of the Ministry of Tourism, updated in 2018, the study of supply through on-site work, study of demand with the application of surveys in strategic sites, study of competition, determination of consumer trends and analysis of tourism vocation; in the third stage the results obtained and the portfolio of projects based on the reality and potentials of the territory are presented. It is set as a target for 2023 for Turi to be identified as a planned, sustainable and safe tourist space that will motivate the visit of domestic and foreign tourists

Keywords: Turi, Development Plan, Rural Tourism, Sustainable, COVID-19

Proyecto de titulación: "Propuesta de plan de desarrollo turístico de la parroquia TURI 2019-2023"

Autores: Sandra Mercedes Quinde Cumbe, María Celina Alvarracín Sigua

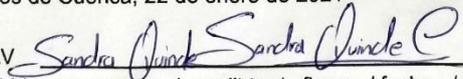
Directora: Mg. Lourdes Sánchez

Certificado de Precisión FCH-TR-Tur-132

Yo, Guido E Abad, certifico que soy traductor de español a inglés, designado por la Facultad de Ciencias de la Hospitalidad, que he traducido el presente documento, y que, al mejor de mi conocimiento, habilidad y creencia, esta traducción es una traducción verdadera, precisa y completa del documento original en español que se me proporcionó.

guido.abad@ucuenca.edu.ec

Santa Ana de los Ríos de Cuenca, 22 de enero de 2021

Elaborado por: GEAV  22/01/2021 16h13
cc. Archivo Recibido por: nombre / apellido / firma / fecha / hora



INDICE DEL TRABAJO

RESUMEN	2
ABSTRACT	3
INDICE DE TABLAS	7
INDICE DE FIGURAS	10
INTRODUCCIÓN	19
Capítulo 1	21
Diagnóstico situacional de la parroquia Turi	21
1.1 Antecedentes	21
1.2 Dimensión geográfica – ambiental	22
1.3 Dimensión social	32
1.4 Dimensión político institucional	38
1.5 Actividades económicas	42
1.6 Actitud de la población local hacia el turismo	47
Capítulo 2	49
Diagnóstico turístico de la parroquia Turi	49
2.1 Inventario de atractivos turísticos	50
2.2 Estudio de la demanda	84
2.3 Percepción de las autoridades sobre la situación turística de la parroquia Turi	107



2.4 Estudio de la competencia	107
2.5 Tendencias de consumo	113
2.6 Análisis de la vocación turística	116
2.8 Mapeo de actores	119
2.9 Identificación de problemas	121
2.10 Análisis FODA	122
Capítulo 3	133
Plan de desarrollo turístico	133
3.1 Estrategias de intervención	133
3.2 Plan de desarrollo turístico de la parroquia Turi 2019 – 2023	136
3.3 Portafolio de programas y proyectos	136
3.4 Cronograma y presupuestos	155
Conclusión	165
Recomendaciones	167
Bibliografía	169
Anexos	175
Anexo 1. Diseño de tesis aprobado	175
Anexo 2. Guía para la formulación de planes de desarrollo turístico en territorios rurales	194
Anexo 3. Modelo de encuesta	244
Anexo 4. Fichas técnicas de inventario de atractivos, parroquia Turi	248



**Anexo 5. Guía general de medidas de bioseguridad para destinos turísticos
al momento de su reactivación, en el contexto de la emergencia sanitaria por
covid-19296**



INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Mamíferos, fauna de la parroquia Turi.....	27
Tabla 2 Aves, fauna de la parroquia Turi	28
Tabla 3 Anfibios, fauna de la parroquia Turi.....	29
Tabla 4 Reptiles, fauna de la parroquia Turi.....	29
Tabla 5 Flora de la parroquia Turi	30
Tabla 6 Grandes grupos de edad por sexo	33
Tabla 7 Nivel de escolaridad de la población de la parroquia Turi	34
Tabla 8 Cobertura de servicios básicos, parroquia Turi	35
Tabla 9 Organizaciones auto gestionadas de la parroquia Turi	40
Tabla 10 Actividades del sector primario de la parroquia Turi.....	42
Tabla 11 Asociaciones agroecológicas de la parroquia Turi	43
Tabla 12 Producción económica de la parroquia Turi	44
Tabla 13 Transporte inter parroquial de la parroquia Turi	45
Tabla 14 Potencialidades de la dimensión socio económica de la parroquia Turi.....	45
Tabla 15 Etapa I: Elaboración del inventario de atractivos turísticos	52
Tabla 16 Etapa II: Generación de espacios turísticos	52
Tabla 17 Etapa I: Elaboración del inventario de atractivos turísticos	53
Tabla 18 Etapa I: Realización del inventario de atractivos turísticos.....	55
Tabla 19 Jerarquización de los atractivos	57
Tabla 20 Ponderación de los atractivos turísticos identificados en la parroquia Turi	59
Tabla 21 Etapa II: Generación de espacios turísticos	61



Tabla 22 Clasificación de los atractivos turísticos de la parroquia Turi	63
Tabla 23 Planta turística de la parroquia Turi.....	79
Tabla 24 Planta turística de la parroquia Turi, servicios complementarios.....	80
Tabla 25 Planta turística de la parroquia Turi, servicios de alimentos y bebidas	82
Tabla 26 Competencia turística para la parroquia Turi.....	109
Tabla 27 Servicios y actividades al aire libre que se ofertan en la parroquia Turi ...	110
Tabla 28 Medios de transporte hacia la parroquia Turi	111
Tabla 29 Infraestructura turística de la parroquia Turi.....	112
Tabla 30 Inventario de atractivos turísticos de Turi	118
Tabla 31 Resultados de análisis y construcción de escenarios con base a la matriz FODA	128
Tabla 32 Ponderaciones para realizar la Matriz FODA	129
Tabla 33 Resultados de la Matriz FODA	129
Tabla 34 Matriz FODA de impactos cruzados	130
Tabla 35 Portafolio de programas y proyectos	138
Tabla 36 Perfil del Programa para el desarrollo del turismo rural y de aventura en la parroquia Turi.....	140
Tabla 37 Perfil del Programa para el desarrollo de nuevos proyectos turísticos	145
Tabla 38 Perfil del Programa de emergencia para el desarrollo de la actividad turística durante el tiempo que dure la pandemia del COVID – 19.....	149
Tabla 39 Programa de marketing para la parroquia Turi.....	152



Tabla 40 Matriz de presupuestos del Plan de Desarrollo Turístico de la Parroquia Turi, año 2021	155
Tabla 41 Matriz de presupuestos del Plan de Desarrollo Turístico de la Parroquia Turi, año 2021	156
Tabla 42 Matriz de presupuestos del Plan de Desarrollo Turístico de la Parroquia Turi, año 2021	157
Tabla 43 Matriz de presupuestos del Plan de Desarrollo Turístico de la Parroquia Turi, año 2021	158
Tabla 44 Matriz de presupuestos del Plan de Desarrollo Turístico de la Parroquia Turi, año 2021	159
Tabla 45 Matriz de presupuestos del Plan de Desarrollo Turístico de la Parroquia Turi, año 2021	160
Tabla 46 Matriz de presupuestos del Plan de Desarrollo Turístico de la Parroquia Turi, año 2021	161
Tabla 47 Matriz de presupuestos del Plan de Desarrollo Turístico de la Parroquia Turi, año 2021	162
Tabla 48 Matriz de presupuestos del Plan de Desarrollo Turístico de la Parroquia Turi, año 2021	163
Tabla 49 Matriz de presupuestos del Plan de Desarrollo Turístico de la Parroquia Turi, año 2021	164
Tabla 50 Valor total del de la propuesta del proyecto Plan de desarrollo turístico Turi 2019 - 2023	164



INDICE DE FIGURAS

Figura 1 Mapa político – administrativo de la parroquia Turi.....	23
Figura 2 Límites y división político – administrativo de la parroquia Turi.....	24
Figura 3 Mapa de asentamientos humanos y uso del suelo de la parroquia Turi.....	25
Figura 4 Sistema hidrológico de la parroquia Turi.....	26
Figura 5 Esquema político institucional de la parroquia Turi administración 2019 - 2023	38
Figura 6 Esquema político institucional Proyecto NERO período 2019 - 2023.....	39
Figura 7 Mapa turístico de la parroquia Turi.....	61
Figura 8 Zonificación turística de la parroquia Turi.....	65
Figura 9 Distribución de los atractivos turísticos de la parroquia Turi como zona turística.....	66
Figura 10 Fiesta de El Carmen de Guzho	67
Figura 11 Fiesta de parroquialización Turi	68
Figura 12 Fiesta de parroquialización Turi	69
Figura 13 Iglesia de El Calvario.....	70
Figura 14 Iglesia de San Agustín	71
Figura 15 Iglesia de la Santísima Virgen de la Merced de Turi	72
Figura 16 Iglesia del Cisne	73
Figura 17 Mega parque Ictocruz.....	75
Figura 18 Mirador Paadre Julio Matovelle	76
Figura 19 Bosque Protector Municipal Boquerón	77



Figura 20 Género de la demanda que visita Turi	86
Figura 21 Edad de la demanda que visita Turi	87
Figura 22 Procedencia de la demanda que visita Turi	88
Figura 23 Procedencia de la demanda nacional que visita Turi	89
Figura 24 Estado civil del turista que visita Turi	90
Figura 25 Educación de la demanda que visita Turi.....	90
Figura 26 Frecuencia de visita de la demanda que visita Turi.....	91
Figura 27 Motivación de la demanda que visita Turi	92
Figura 28 Tiempo estimado de visitación de la demanda que visita Turi	93
Figura 29 Grupo de viaje de la demanda que visita Turi	94
Figura 30 Ingreso mensual aproximado de la demanda nacional que visita Turi	95
Figura 31 Ingreso mensual aproximado de la demanda internacional que visita Turi.....	96
Figura 32 Gasto durante la visita de la demanda nacional que visita Turi	97
Figura 33 Gasto promedio de la demanda internacional que visita Turi.....	98
Figura 34 Distribución de gastos de la demanda que visita Turi	99
Figura 35 Lugares que frecuenta la demanda que visita Turi.....	100
Figura 36 Medios de difusión de la demanda que visita Turi.....	101
Figura 37 Medios de transporte que la demanda usa para llegar a Turi	102
Figura 38 Intención de una próxima visita de la demanda que visita Turi	103
Figura 39 Perfil de la demanda turística de la parroquia Turi, 2019	104



Cláusula de licencia y autorización para publicación en el Repositorio Institucional

María Celina Alvarracin Sigua en calidad de autora y titular de los derechos morales y patrimoniales del trabajo de titulación "Propuesta de plan de desarrollo turístico para la parroquia Turi, periodo 2019 - 2023 ", de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN reconozco a favor de la Universidad de Cuenca una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos.

Asimismo, autorizo a la Universidad de Cuenca para que realice la publicación de este trabajo de titulación en el repositorio institucional, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Cuenca, 21 de mayo de 2021

María Celina Alvarracin Sigua

C.I: 0106641780



Cláusula de Propiedad Intelectual

María Celina Alvarracin Sigua, autora del trabajo de titulación "Propuesta de plan de desarrollo turístico para la parroquia Turi, periodo 2019 - 2023", certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autora.

Cuenca, 21 de mayo de 2021

María Celina Alvarracin Sigua

C.I: 0106641780



Cláusula de licencia y autorización para publicación en el Repositorio Institucional

Sandra Mercedes Quinde Cumbe en calidad de autora y titular de los derechos morales y patrimoniales del trabajo de titulación "Propuesta de Plan de Desarrollo turístico para la parroquia Turi 2019 - 2023", de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN reconozco a favor de la Universidad de Cuenca una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos.

Asimismo, autorizo a la Universidad de Cuenca para que realice la publicación de este trabajo de titulación en el repositorio institucional, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Cuenca, mayo 4 de 2021.

Sandra Mercedes Quinde Cumbe

C.I: 0106437007



Cláusula de Propiedad Intelectual

Sandra Mercedes Quinde Cumbe, autora del trabajo de titulación "Propuesta de plan de desarrollo turístico para la parroquia Turi 2019 – 2023", certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autora.

Cuenca, mayo 4 de 2021.

Sandra Mercedes Quinde Cumbe

C.I: 0106437007



AGRADECIMIENTO

Mi más sincero agradecimiento a la profesora Lourdes Sánchez, por ser la principal colaboradora en este proyecto, por la paciencia, tiempo y empatía brindado sin las que el trabajo no hubiera sido posible.

Quiero expresar mi gratitud a Dios por la bendición de la vida, por haberme dado salud, la determinación de seguir adelante y la fortaleza de no desfallecer en los momentos duros de la vida.

Mi profundo agradecimiento a mi abuelita y mi tía Carmela, por su apoyo económico, moral, por confiar en mí, sobre todo por el apoyo incondicional en la parte final de este proyecto.

De igual manera mis agradecimientos a la Universidad de Cuenca del Ecuador y a toda la Facultad de Ciencias de la Hospitalidad, a mis profesores, quienes, con sus valiosos conocimientos hicieron que crezca día a día como profesional. Gracias a todos ustedes por la paciencia y dedicación.

María Celina Alvarracín Sigua



Gracias a la vida por la salud y la oportunidad para cumplir con mis objetivos planteados durante esta carrera universitaria y permitirme compartir este logro con mi familia.

Debo brindar un merecido reconocimiento a mis docentes de la Facultad de Ciencias de la Hospitalidad, quienes con su conocimiento han participado en mi formación profesional y humana. Así mismo, agradezco de manera especial a mi tutora de tesis la Mgst. Lourdes Sánchez quien guio este trabajo y fue un pilar importante durante el desarrollo del mismo.

Gracias a mi familia por su apoyo incondicional. A mi papá, a mi mami Gladys por su paciencia, comprensión infinita, por sus consejos y estar siempre para mí a pesar de las circunstancias de la vida, a mis hermanas Verónica, Micaela, Silvana por las risas y los recuerdos compartidos. A todos ellos por acompañarme siempre con su apoyo incondicional en el camino hacia mis sueños y metas.

Además, a mis mejores amigas Cristina, Viviana y Anita por su amistad y formar parte de los bellos recuerdos que tengo de mi vida universitaria. A mis amigas de México, Iris y Jenny por haberme acogido en su familia y enseñarme que la amistad puede rebasar fronteras.

Finalmente, a todos quienes conocí y de ellos aprendí.

Sandra Mercedes Quinde Cumbe



DEDICATORIA

A mi mamá Rosa, por haberme concedido la vida a costa de la suya, su sacrificio me ha permitido cumplir mis metas y mis sueños; aunque no estuviste presente en los momentos más difíciles tu recuerdo siempre me impulsa a seguir. A mi hijo, por ser mi nueva razón de felicidad y mi motivo de lucha hasta el final, para ofrecerte un futuro mejor y un día ser tu ejemplo a seguir. Finalmente, a mi abuelita Carmen quien no estaba de acuerdo al principio, pero al final fue mi apoyo moral, a veces con regaños, pero siempre estuviste ahí cuando necesitaba de mi mamá.

María Celina Alvarracín Sigua

A mi mami Gladys por ser mi inspiración y apoyo incondicional. A mis abuelos Polivio y María por ser mi ejemplo de vida. A la luz de mi corazón, mi hermana Silvana por enseñarme sobre el amor infinito. A mis tíos, tías, primos y primas por su amor y cariño. Y a mí por la perseverancia hacia mis sueños.

Sandra Mercedes Quinde Cumbe



INTRODUCCIÓN

La industria del turismo es una actividad comercial con gran impacto en los diferentes aspectos de un territorio. Para muchos destinos su objetivo principal es implementar herramientas de planificación de manera oportuna y exitosa que posibiliten un desarrollo sostenible y sustentable. En consecuencia, el presente trabajo de intervención propone un plan de desarrollo turístico de la parroquia Turi, periodo 2019 – 2023, para lo cual se consideró la Guía para la formulación de planes de desarrollo turístico en territorios rurales (2014) del Instituto Iberoamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA) con el fin de establecer un fundamento sistemático en concordancia con el diagnóstico turístico, vinculando la oferta existente con la motivación de la demanda y el contexto actual.

El turismo es una actividad cuyo desarrollo se vincula con todo el sistema económico y social de una localidad; de manera que se requiere de una planificación sustentable que priorice el bienestar y progreso de la población; asimismo el contexto sanitario mundial causado por la pandemia del virus Covid – 19 requiere que aspectos de salud y sanidad sea incluidos para garantizar seguridad sanitaria al viajero.

El eje conductor para el desarrollo de esta propuesta es La *Guía para la formulación de planes de desarrollo turístico en territorios rurales* (2014), por ser un documento que se adapta a los requerimientos de gestión y desarrollo de la industria y del territorio. La guía metodológica presenta cinco etapas de desarrollo, pero para el caso Turi se consideraron tres de ellas: fase dos, tres y cuatro.

Por consiguiente, el capítulo uno muestra la fase dos que indica: un análisis previo del territorio incluyendo la dimensión geográfica – ambiental, político –



institucional y social del territorio. Para el caso Turi se analizaron datos geográficos e históricos, su fauna y flora, la organización social, actividades económicas, características de la población y su relación con el Turismo.

A su vez el capítulo dos abarca la fase tres que implica: un diagnóstico turístico de Turi, etapa que inicia con el inventario de atractivos turísticos usando la *Metodología para el Inventario de Atractivos y Generación de Espacios Turístico del Ecuador* del Ministerio de Turismo publicado en el 2018, continúa con el análisis de la oferta y demanda, estudio de la competencia, identificación de tendencias de consumo y la vocación turística, mediante diálogos directos se identificaron los actores clave para conjuntamente construir el análisis FODA, cuyos resultados son mostrados mediante una matriz FODA de impactos cruzados que permite definir el objetivo general, objetivos específicos y metas del plan.

Por último, el capítulo tres muestra la fase cuatro: en este punto se redacta el plan con objetivos y metas que responden a las necesidades de desarrollo y gestión de la parroquia. Dado que el tercer capítulo fue redactado durante el inicio de la crisis sanitaria del 2020, todos los objetivos buscan responder a requerimientos basados en el nuevo contexto social mundial.

La ejecución del plan de desarrollo turístico es responsabilidad del Gobierno Autónomo Descentralizado de Turi y se establece un tiempo de cuatro años para su ejecución; a su vez cada uno de los programas y proyectos serán evaluados y controlados con un seguimiento para garantizar el éxito de la propuesta.



Capítulo 1

Diagnóstico situacional de la parroquia Turi

Según la Guía para la formulación de planes de desarrollo turístico en territorios rurales (2014) del Instituto Iberoamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA) el diagnóstico situacional involucra conocer la situación geográfica-ambiental, social, política y económica como un primer paso para la elaboración de un plan de desarrollo turístico, entendiendo a éste como un procedimiento ordenado y sistémico para establecer y evaluar de manera concisa una circunstancia, con base en observaciones y datos, que permiten identificar los aciertos, falencias, oportunidades de mejora en las áreas de interés. El diagnóstico geográfico-ambiental abarca: ubicación geográfica, área total del territorio y uso de suelos, condiciones climáticas, paisajes, fauna y flora, conservación de los recursos naturales. La dimensión social contiene: historia, estructura demográfica, principales procesos demográficos. La dimensión político-institucional analiza: instituciones públicas a nivel territorial, instituciones privadas y de sociedad civil. El análisis económico estudia los ingresos de la población, estructura económica, cultura y tradiciones, conflictos sociales y actitud de la población local hacia el turismo (IICA, 2014, p. 41).

1.1 Antecedentes

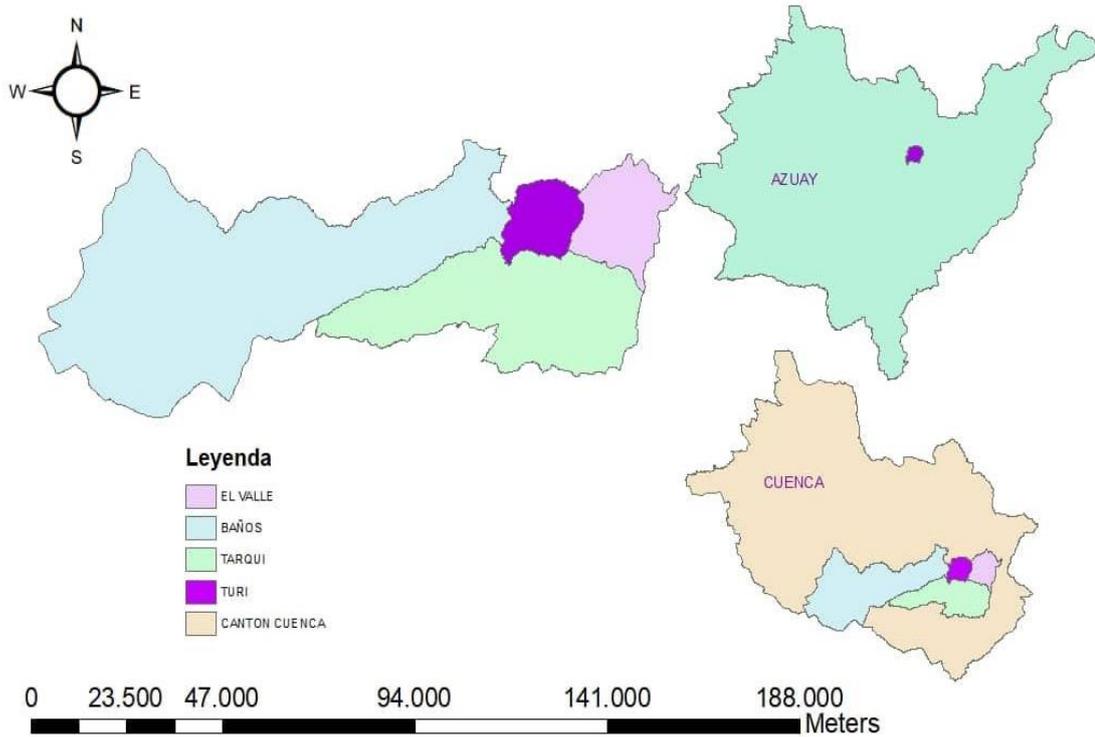
El origen de la palabra Turi significa hermano, pues la palabra “auqui” es utilizada por la hermana para llamar a su hermano; otros autores se refieren a la palabra Curi, que significa oro en contraparte a la colina situada al otro lado de la ciudad denominada Cullca que significa plata (PDOT Turi, 2018, p.31).



La parroquia Turi era un sitio de tránsito, mirador y de vigilancia de los pueblos existentes antes de la colonia debido a su ubicación geográfica, según la historia Incásica la montaña de Turi fue un lugar de adoración. La parroquia ya estuvo habitada fundamentalmente por indígenas antes de su fundación política; los asentamientos humanos durante la colonia se caracterizaron por haciendas, para luego formar pequeños asentamientos humanos esparcidos por el territorio (PDOT Turi, 2018, p.30).

1.2 Dimensión geográfica – ambiental

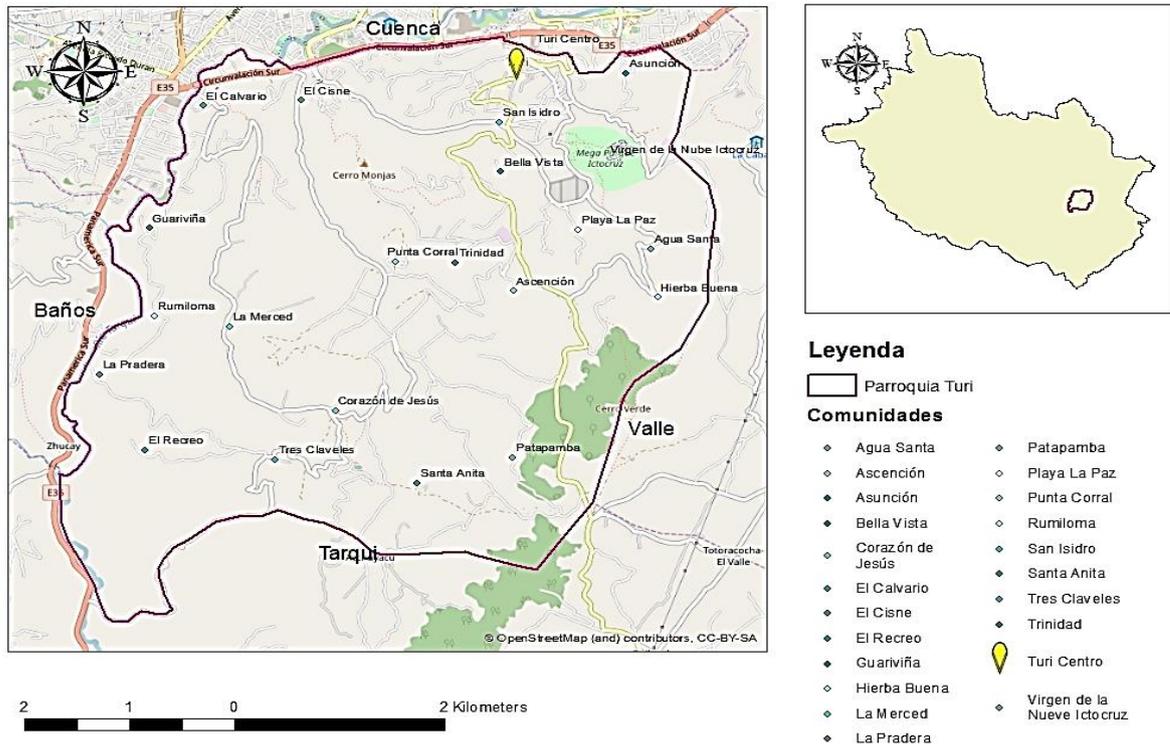
El espacio territorial de la parroquia Turi es de 2427,68 ha., encontrándose localizada en la provincia del Azuay, al sur de la zona urbana del cantón Cuenca. Su rango de altitud oscila entre 2555 m.s.n.m y 3035 m.s.n.m, siendo el cerro Boquerón la zona más alta. Limita al norte con las parroquias urbanas Yanuncay y Huayna Cápac; al este con la parroquia rural El Valle; al sur con la parroquia rural de Tarqui y al oeste con la parroquia rural de Baños (PDOT Turi, 2018, p. 21).

Figura 1 Mapa político – administrativo de la parroquia Turi

Nota. Este mapa fue elaborado por las autoras con el software ArcGis versión 10.2, con base a las capas de información cartográfica básica del IGM versión libre, por el Instituto Geográfico Militar, 2013.

La parroquia Turi se encuentra organizada políticamente en 22 comunidades: Agua Santa, Ascensión, Asunción, Bella Vista, Corazón de Jesús, El Calvario, El Cisne, El Recreo, Guariviña, Hierba Buena, La Merced, La Pradera, Patapamba, Playa La Paz, Rumiloma, San Isidro, Santa Anita, Tres Claveles, Trinidad, Virgen de la Nube Icto Cruz y la cabecera parroquial, Turi Centro (PDOT Turi, 2018, pp. 27-30).

Figura 2 Límites y división político – administrativo de la parroquia Turi



Nota. Este mapa fue elaborado por las autoras con el software ArcGis versión 10.2, con base a las capas de información cartográfica básica del IGM de versión libre, por el Instituto Geográfico Militar, 2013.

La sierra ecuatoriana se caracteriza por poseer un relieve bastante irregular condicionado por la presencia de la cordillera de los Andes que la atraviesa de Norte a Sur. La parroquia Turi forma parte de esta formación geográfica, localizada dentro de la hoya del Azuay, por consecuencia su rango climático oscila entre 12 °C y 20 °C, con precipitaciones anuales entre 500 y 2000 mm. Los meses con mayores precipitaciones son octubre, noviembre, los más calurosos marzo y septiembre y con temperaturas más bajas junio y julio (PDOT Turi, 2018).

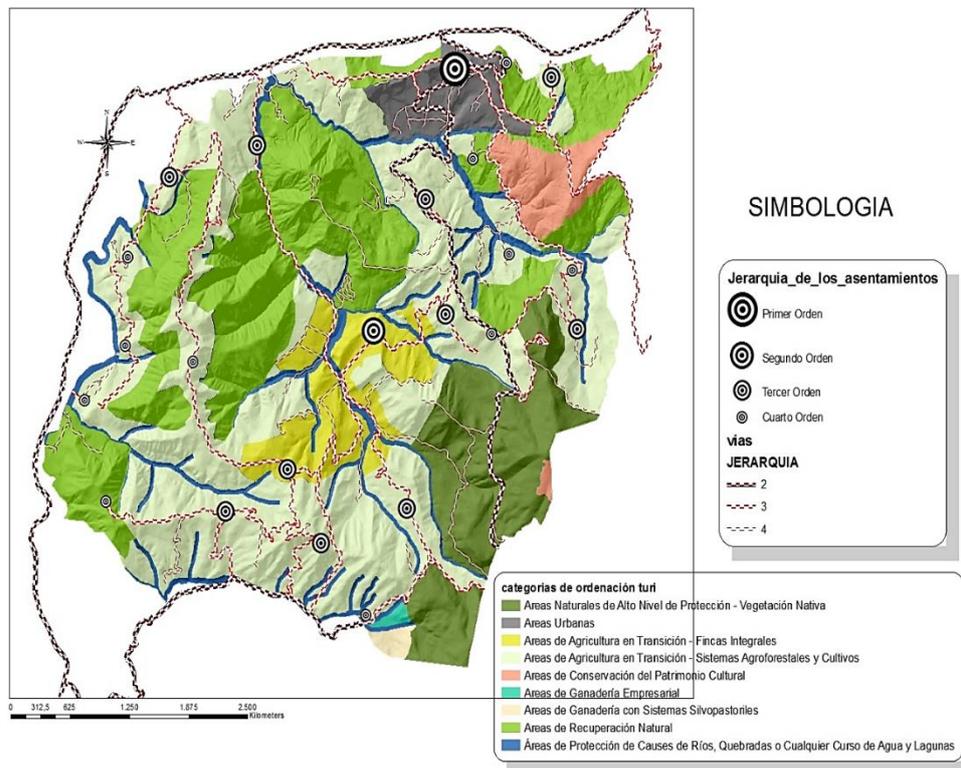
El ecosistema predominante es el bosque siempre verde montano que representa el 18,87% del total de la parroquia. Es importante mencionar la presencia



del Área Protegida Municipal Boquerón que tiene una superficie de 632,33 ha. (PDOT Turi, 2018, p. 43).

El uso de suelo de la parroquia, según los datos de la encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua 2018, está caracterizado por la agricultura con un 91,17%, predominando el cultivo rotativo de ciclo corto, pastos naturales y maíz; en menor porcentaje los cultivos mixtos, de conservación y protección (PDOT Turi, 2018, pp. 49-52).

Figura 3 Mapa de asentamientos humanos y uso del suelo de la parroquia Turi

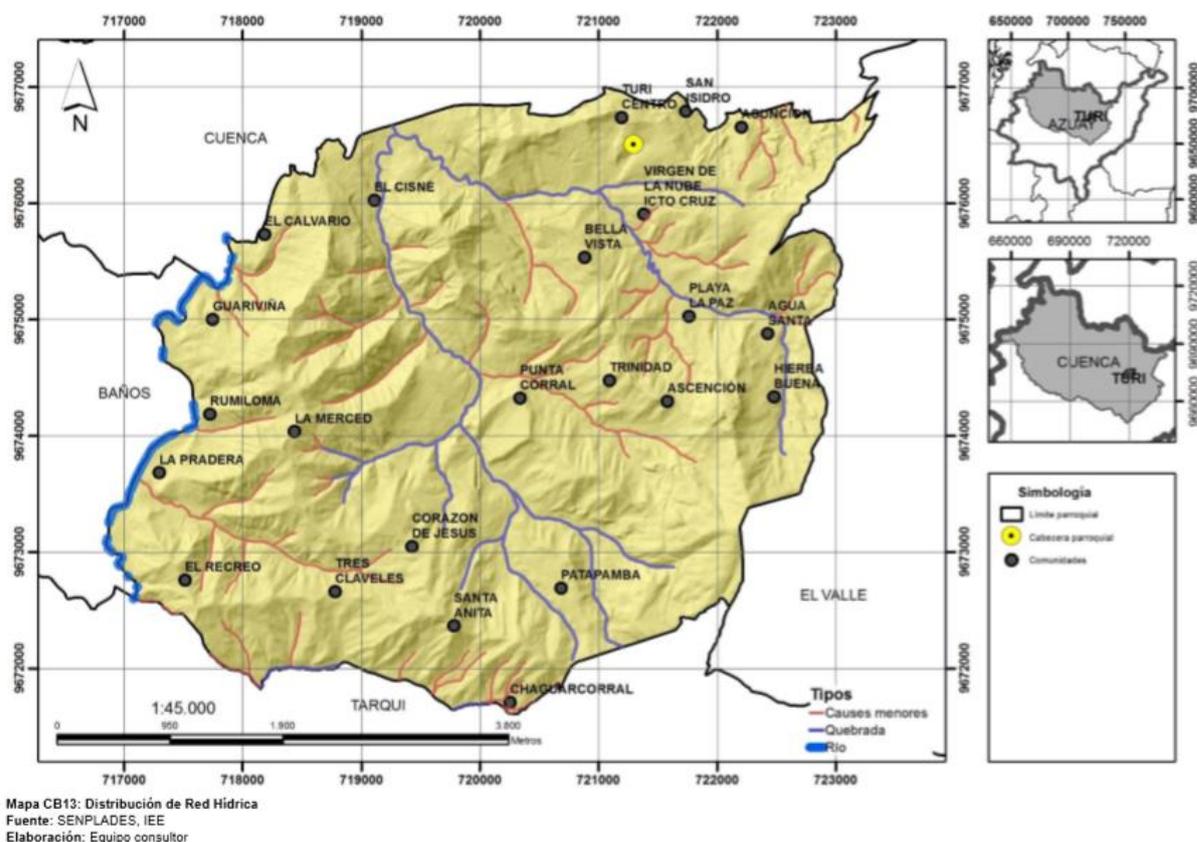


Nota. Este mapa fue tomado del Plan de Ordenamiento Territorial Turi 2018, por el Gobierno Autónomo Descentralizado de Turi, 2018.

El sistema hidrológico de la parroquia Turi pertenece a la cuenca del río Paute, formada por 52,904 Km. El curso del río Tarqui es el más importante, que atraviesa

de este a oeste, siendo afluente del Río Jadán y pasando por las quebradas de Mulahuaycu, Agua Santa y Huaillo (PDOT Turi, 2018, pp. 70-78).

Figura 4 Sistema hidrológico de la parroquia Turi



Nota. Este mapa fue tomado del Plan de Ordenamiento Territorial Turi 2018, realizado por SENPLADES, 2018.

La formación vegetal preponderante en la parroquia Turi es el bosque siempre verde montano alto del Sur de la Cordillera Oriental de los Andes en donde las partes altas son conocidas como ceja de montaña y las partes bajas se caracterizan por bosques chaparros_(PDOT Turi, 2018, pp. 88-91). La continua deforestación, quema y expansión poblacional ha ocasionado que la flora y fauna originaria se encuentre solo en áreas de difícil acceso o en partes altas densamente arbustivas.



Las especies predominantes de flora en Turi son: helechos, bromelias, gañal, aliso, pino, ciprés, eucaliptos, arbustos, kikuyo, hierba infante del cerro, chilca, mora; las especies de fauna son: lagartijas, venado de cola blanca, cuy de monte, conejo de monte, zorrillo, tórtolas, mirlos, especies encontradas mayoritariamente en el Cerro de Boquerón (PDOT Turi, 2018, p.82). La diversidad de flora y fauna está presente a lo largo y ancho de la parroquia, siendo esta una principal característica de Turi.

Las tablas siguientes muestran información relativa a la fauna y flora de Turi.

Tabla 1 Mamíferos, fauna de la parroquia Turi

Orden	Familia	Nombre científico	Nombre común
Didelphimorphia	Didelphidae	<i>Didelphis pernigra</i>	Zarigüeya andina orejas cortas
Lagormorpha	Leporidae	<i>Sylvilagus brasiliensis</i>	Conejo silvestre
Rodentia	Cricetidae	<i>Akodon mollis</i>	Ratón campestres
	Erestrabomantidae	<i>Coendou quichua</i>	Puerco espín
	Muridae	<i>Rattus Mus musculus</i>	Rata negra Ratón doméstico
Carnívora	Mephitidae	<i>Conepatus semstriatus</i>	Zorrillo
	Mustelidae	<i>Mustela frenata</i>	Comadreja andina
Chirpotera	Vespertillonidae	<i>Histiotus montano</i>	Murciélago andino
	Mephitidae	<i>Conepatus semistriatus</i>	Zorrillo o zorrillo



Nota: Elaborado por las autoras con base a la información encontrada en el Plan de Ordenamiento Territorial Turi 2018.

Tabla 2 Aves, fauna de la parroquia Turi

Orden	Familia	Nombre científico	Nombre común
Apodiformes	Trochiliadae	<i>Eriocnemis</i>	Zamarrito colilargo
		<i>Lesbia victoriae</i>	Colacintillo colinegro
		<i>Colibrie coruscans</i>	Orijivioleta ventriazul
		<i>Aglaeactis cupripennis</i>	Rayito brillante
		<i>Lafresnaya lafresnayi</i>	Colibrí terciopelo
Passeriformes	Formicariidae	<i>Grallaria quitensis</i>	Gralaria leona
	Furnaridae	<i>Synallaxis azarae</i>	Colaespina de Azara
	Tyrannidae	<i>Myiotheretes</i>	
		<i>striaticollis</i>	Alinaranja golilistada
	Corvidae	<i>Cyanolyca turcosa</i>	Urraca Turcosa
	Turdidae	<i>Turdus fuscater</i>	Mirlo grande
	Troglodytidae	<i>Troglodytes aedon</i>	Sotorrey criollo
	Hyrundinidae	<i>Nothiochelidon murina</i>	Golondrina ventricafe
	Thraupidae	<i>Diglossa humeralis</i>	Pinchaflor negro
		<i>Hemispingus</i>	Hemispingo
		<i>superciliaris</i>	superciliado
	Emberizidae	<i>Phrygilus unicolor</i>	Frigilo plumizo
		<i>Zonotrichia capensis</i>	Chingolo
Fringillidae	<i>Carduelis megallencia</i>	Jilguero encapuchado	
	<i>Geranoaetus</i>		
Falcoiformes	Accipitriadae	<i>melanoleucus</i>	Aguila pechinegra



	Falconidae	<i>Falco sparverius</i>	Cernicalo americano
Psittaciformes	Psittacidae	<i>Pionus seniloides</i>	Loro gorriblanco
Strigiformes	Strigidae	<i>Asio Flameus</i>	Búho orejicorto
	Tytonidae	<i>Tyto alba</i>	Lechuza de campanario
Ciconiformes	Cathartidae	<i>Coragyps atratus</i>	Gallinazo negro
Columbimorfes	Columbidae	<i>Zenaida auriculata</i>	Tórtola orejuda

Nota: Elaborado por las autoras con base a la información encontrada en el Plan de Ordenamiento Territorial Turi 2018.

Tabla 3 *Anfibios, fauna de la parroquia Turi*

Orden	Familia	Nombre científico	Nombre común
Anura	Hemiphractidae	<i>Gastrotheca</i>	Rana marsupial de San
		<i>pseustes</i>	Lucas
	Strabomantidae	<i>Pristimantis riveti</i>	Cutin de Despax
		<i>Pristimantis wnigum</i>	Cutin Coalita

Nota: Elaborado por las autoras con base a la información encontrada en el Plan de Ordenamiento Territorial Turi 2018.

Tabla 4 *Reptiles, fauna de la parroquia Turi*

Orden	Familia	Nombre científico	Nombre común
Squamata	Tropiduridae	<i>Stenocercus festae</i>	Lagartija de Festa
	Colubridae	<i>Philodryas simonsii</i>	Culebra

Nota: Elaborado por las autoras con base a la información encontrada en el Plan de Ordenamiento Territorial Turi 2018.



Tabla 5 Flora de la parroquia Turi

Familia	Género	Especie	Nombre común	Origen
ACANTHACEAE	Thunbergia	alata boje ex sims	Ojos de Susana	I
AGAVACEAE	Agave	americana l.	Penco	I
AGAVACEAE	Furcraea	gigantea l.	Penco blanco	N
AGAVACEAE	Yucca	guatemalensis baker	Manto de novia	I
AMARANTHACEAE	Alternanthera	porrigens (jacq.) kuntze		N
ANACARDIACEAE	Schinus	molle l.	Molle	I
ANNONACEAE	Annona	cherimola mill. avicenniifolius	Chirimoya	N
ARALIACEAE	Oreopanax	(kunth) decne, & planch.	Pumamaqui	E
ASTERACEAE	Tagetes	pusilla		N
ASTERACEAE	Ageratina	sp.		N
ASTERACEAE	Ambrosia	arborescens mill.		N
ASTERACEAE	Baccharis	latifolia (ruiz & pav.) pers.	Chilca	N
ASTERACEAE	Baccharis	obtusifolia kunth	Zhadan	N
ASTERACEAE	Baccharis	sp.	Chilca	N

<i>ASTERACEAE</i>	Bidens	alba (l.) dc.	Shiran	N
<i>ASTERACEAE</i>	Bidens	andicola kunth		N
<i>ASTERACEAE</i>	Ferreyranthus	verbascifolius (kunth) h. rob. & brettell	C òtag	N
<i>ASTERACEAE</i>	Gamochaeta	americana (mill.) wedd.	Lechugin	N
<i>ASTERACEAE</i>	Gynoxys	sp.	Tugshi	N
<i>ASTERACEAE</i>	Ophryosporus	chilca (kunth) hieron.		N
<i>ASTERACEAE</i>	Sonchus	oleraceus l.		I
<i>ASTERACEAE</i>	Tagetes	multiflora kunth	N ASTERACEAE	
<i>ASTERACEAE</i>	Taraxacum	officinale weber	Diente de león	I
<i>BERBERIDACEAE</i>	Berberis	s.p		N
<i>BETULACEAE</i>	Alnus	acuminata kunth	Aliso	N
<i>BORAGINACEAE</i>	Cordia	lantanooides spreng.	Huizho	N
<i>BRASSICACEAE</i>	Nasturtium	officinale r. br. pachanoi		I
<i>CACTACEAE</i>	Echinopsis	(britton & rose) friedric	San Pedro	N

		ficus – indica x		
<i>CACTACEAE</i>	Opuntia	soederstromia	Tuna	
		na		
<i>CAMPANULACEAE</i>	Siphocampylus	giganteus (cav.) g. don	Purrurug	N
<i>CAPRIFOLIACEAE</i>	Viburnum	triphullum benth.	Rañas	N
<i>CELASTRACEAE</i>	Maytenus	verticillata (ruiz & pav.) dc		N
<i>CORIARIACEAE</i>	Coriaria	ruscifolia l.	Piñan	N
<i>CUPRESSACEAE</i>	Cupressus	macrocarpa hartw.	Cipres	I
<i>ELAEOCARPACEAE</i>	Vallea	stipularis l.f. rupestris	Sacha capulí	N
<i>ERICACEAE</i>	Macleania	(kunth) a.c. sm.	Joyapa	N
<i>EUPHORBIACEAE</i>	Ricinus	comunis l.	Higuellilla	I

Nota: Elaborado por las autoras con base a la información encontrada en el Plan de Ordenamiento Territorial Turi 2018.

1.3 Dimensión social

1.3.1 Caracterización de la población

Según las proyecciones de población realizadas para el año 2020 el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), estableció que la parroquia poseerá 11095 habitantes, de esta población, 5095 hombres que representa el 45,92% y 6000



mujeres que corresponde al 53,40%. Las comunidades Centro de Turi, El Calvario y El Cisne abarcan el mayor número de habitantes (PDOT Turi, 2018, p. 109). En la siguiente tabla se muestra la clasificación de la población según su edad y género.

Tabla 6 *Grandes grupos de edad por sexo*

Grandes grupos de edad	Género		Total	%
	Hombre	Mujer		
De 0 a 14 años	1763	1723	3847	34,68
De 15 a 64 años	2759	3792	6551	59,04
De 65 años y más	233	463	696	6,28
Total	5095	6000	11095	100

Nota: Elaborado por las autoras con base a las proyecciones de la población para el año 2019 del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC).

El grupo de edad más representativo de la parroquia Turi fluctúa entre los 9 a 29 años, deduciendo que la población es joven, además la carga de la parte productiva para mantenerla económicamente dependiente es alta, por esta razón los presupuestos deben ajustarse a esta realidad. Con relación a la composición étnica en Turi el 87,15% de la población se autodefine como mestiza, seguido con una menor población que se identifica como indígena y blanca (PDOT Turi, 2018, p. 113).

De acuerdo a los datos de la Encuesta Urbana de Empleo y Desempleo, 2015 del INEC, el 94,5 % de la población de la parroquia Turi se encuentra alfabetizada. Más de la mitad de la población asiste a un establecimiento de enseñanza regular (67,9%). El nivel de instrucción más alto se concentra en educación primaria, seguido de la educación secundaria con 55,3% y solo un 5,77% de la población asiste a un



nivel superior. Los estudiantes pueden acceder a centros educativos públicos y privados de la ciudad de Cuenca debido a la cercanía de la parroquia (PDOT Turi, 2018).

La siguiente información muestra un resumen sobre el nivel de escolaridad de la población Turi.

Tabla 7 Nivel de escolaridad de la población de la parroquia Turi

Parroquia Turi	
Tasa de asistencia por nivel de Educación	99,10%
Escolaridad de la población	7,33%
Analfabetismo	4,50%
Cobertura y equipamiento	Cuatro instituciones de educación general básica, una unidad educativa
Deserción escolar	0,90%
Entidad responsable de la gestión	Ministerio de Educación

Nota: Elaborado por las autoras con base a la información obtenida del INEC de la encuesta Urbana de Empleo y Desempleo, 2015.

Según el Plan de ordenamiento territorial de la parroquia Turi 2015, la parroquia cuenta con tres centros de salud ambulatorios: en el centro parroquial, en el Barrio El Arbolito y otro en Punta Corral, este último gestionado por el Seguro Campesino del Ecuador; quienes se dedican a la atención ambulatoria de pacientes y en caso de requerir la presencia de un especialista, los remiten al Hospital Regional Vicente Corral Moscoso (PDOT TURI, 2018, p. 120).



La encuesta relacionada a las condiciones de vida del Instituto Nacional de

Estadísticas y Censos del Ecuador, 2017 muestra que los servicios básicos en la parroquia están cubiertos en un 93%. Dónde: el 90,50% tiene acceso al agua mediante red pública, dotada por Proyecto Nero y el sobrante por la Empresa pública de Telecomunicaciones, Agua potable y Alcantarillado de Cuenca (ETAPA); el servicio de energía eléctrica está cubierto en su mayoría a excepción de un grupo reducido; el 17.91% de los hogares no tienen servicio higiénico o escusado, únicamente las comunidades de Turi Centro, Punta Corral, El Cisne, El Calvario, Asunción y San Isidro cuentan con este servicio; adicionalmente todas la comunidades tienen un día específico a la semana para la recolección de basura (PDOT Turi, 2018, p. 179).

La siguiente tabla muestra el porcentaje de cobertura de servicios básicos en Turi.

Tabla 8 Cobertura de servicios básicos, parroquia Turi

Servicio básico	Agua por red pública	Alcantarillado	Energía eléctrica	Desechos sólidos
Cobertura (%) hogares 5502	90,50%	33,60%	98,32%	80,09%

Nota: Elaborado con base a la información del INEC de la Encuesta Condiciones de vida, ronda 2017 del INEC.

Turi cuenta con 79,84 Km de vías que permiten movilizar a la población local dentro y fuera de la parroquia. La vía de segundo orden Turi – Tarqui – El Verde tiene una longitud aproximada de 7,64 Km; la de tercer orden, San Agustín – Patapamba – Acalaca tiene una longitud de 40,49Km, siendo esta vía el 50% de la red vial de la



parroquia. Las vías de cuarto orden o ramales son vías de retorno y conexión entre comunidades, siendo 31,71Km de recorrido. Las carreteras que conectan las comunidades desde el centro de Turi son la mayor parte de lastre, y los caminos vecinales de tierra. Turi centro, Virgen de la Nube/Icto Cruz, Chaguarcorral, Punta Corral y Ascensión son las comunidades con mayor índice de accesibilidad (PDOT Turi, 2018, p. 219). Los datos anteriores muestran que la parroquia se encuentra interconectada, esta característica porque facilita la descentralización hacia zonas alejadas.

En el ámbito de espacios públicos, la parroquia posee 16 canchas de uso múltiple, incluyendo cinco canchas de instituciones educativas; adicionalmente el parque ecológico Icto Cruz que contempla la recuperación de 56 ha de montaña degradada por el mal uso del suelo (PDOT Turi, 2018, p. 238). El parque Icto Cruz es el espacio público más grande de la parroquia, su diseño y planificación posibilita la práctica de varias actividades recreativas al aire libre.

1.3.2 Cultura

En la parroquia Turi existen comunidades étnicas diferenciadas, 653 personas se identifican dentro de cinco grupos mayoritarios: prevaleciendo la etnia Kañari, seguida de los Kichwa de la Sierra, y en menor representación los Achuar, Pastos y Puruhá. En consecuencia, existen 217 personas que representan el 2,42% que hablan Quichua (PDOT Turi, 2018, p. 115). Estos datos reflejan la diversidad étnica de la parroquia.



Las actividades agrícolas se basan en un patrón temporal de siembras y cosechas; fundamentadas en conocimientos transmitidos de generación a generación en donde el monocultivo es una característica de este territorio (PDDOT Turi, 2018, p. 105).

Por otro lado, se considera como infraestructura básica la casa comunal e iglesias, las cuales han sido construidas a base del trabajo comunitario, conocido como la minga. Un ejemplo de ello es el Proyecto Comunitario Nero, que se construyó en base a esta forma de organización que se constituye en una manifestación cultural enraizada en la sociedad de Turi (PDDOT Turi, 2018, p. 126). El trabajo comunitario es una de las costumbres que puede favorecer positivamente para el éxito de un proyecto turístico.

La religión es la base del valor sociocultural de la población, todas las comunidades rinden culto a un santo, sobresalen las fiestas en honor a San Agustín el 22 de octubre y Virgen de la Merced que se lleva a cabo el 24 de septiembre (PDDOT Turi, 2018, p. 128). Las expresiones religiosas conservadas hasta el día de hoy forman parte de la identidad de la parroquia.

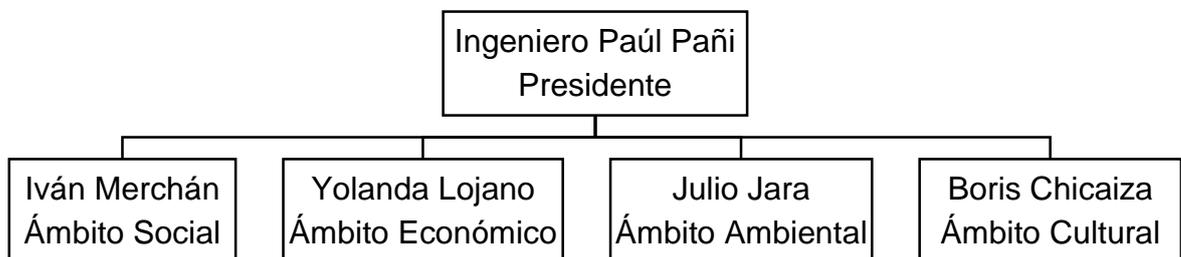
El patrimonio cultural material e inmaterial de la parroquia Turi según el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (2018) está conformado por: la vestimenta, las fiestas religiosas, modos de cultivo, los conocimientos de la medicina ancestral que aún se practica, yacimientos arqueológicos como: Huahua Huacailla, Rosa Loma, Angatiana, Mama Huacailla.



Dimensión político institucional

El Gobierno Autónomo Descentralizado de la parroquia Turi políticamente está representado por: presidente, vocal del ámbito social, vocal del ámbito económico, vocal del ámbito ambiental y vocal del ámbito cultural. La estructura organizativa de la parroquia se fundamenta en las directivas de las comunidades, con 23 representantes quienes se reúnen con el gobierno parroquial y expresan ideas de desarrollo, al mismo tiempo definen las obras que se realizarán en cada comunidad o en la parroquia a nivel general. La parroquia Turi constituye sus organizaciones sociales de acuerdo a problemas y necesidades que tengan los habitantes como por ejemplo aquellas relacionadas con la producción agropecuaria y artesanal (PDDOT Turi, 2018, p. 230).

Figura 5 Esquema político institucional de la parroquia Turi administración 2019 - 2023



Nota: Elaborado por las autoras con base a la información obtenida en el Consejo Nacional Electoral, 2019.

El Sistema Comunitario de Agua Proyecto Nero es el encargado de la administración del agua, se encuentra representado por un presidente, Sr. Luis Quinde y tres vocales democráticamente electos, de igual forma existe un comité electo en cada comunidad que conforma la directiva comunal. Paralelamente cada comunidad elige representantes encargados de la seguridad y el seguro campesino.



Figura 6 Esquema político institucional Proyecto NERO período 2019 - 2023



Nota: Elaborado por las autoras con base a la información recopilada en campo.

Dentro de cada unidad educativa existe un comité de padres de familia quienes son los encargados de realizar el seguimiento sobre la calidad de la educación y la manifestación oportuna de los requerimientos educativos, de seguridad, así como de desarrollo social de los estudiantes de la Escuela de Educación Básica Aurelio Ochoa Aguilar, Francisco Astudillo, Marco Martínez y la Unidad Educativa Turi.

Con el objetivo de estar mejor organizados y satisfacer las necesidades urgentes, los habitantes de la localidad han conformado 24 organizaciones privadas, algunas de ellas creadas por iniciativa propia y otras por instituciones públicas como el Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES). A continuación, se presenta un listado de las organizaciones más importantes de la parroquia Turi.

**Tabla 9** Organizaciones auto gestionadas de la parroquia Turi

Organización	Objetivo	Fecha de creación
Comité de desarrollo de la niñez y la familia Joyita	Atención prioritaria a niños y niñas menores de cinco años.	21 de noviembre de 2008
Comité de desarrollo comunitario central Turi	-	22 de agosto de 2008
Fundación Prodintur	-	02 de octubre de 1991
Fundación Nuestra Minga	-	28 de febrero de 1992
Comité de desarrollo Turi centro	-	06 de febrero de 1992
Comité de Pro mejoras Punta Corral	Solucionar las necesidades de la comunidad de Punta Corral	24 de febrero de 2005
Comité de Pro mejoras del Barrio San Isidro	Solucionar las necesidades de la comunidad de San Isidro	08 de junio de 1993
Junta Pro mejoras de Santa Anita de Turi	Solucionar las necesidades de la comunidad de Santa Anita	05 de junio de 1994

Comité Pro mejoras de Hierba Buena	Solucionar las necesidades de la comunidad de Hierba Buena	17 de enero de 1991
Comité Consultivo de Damnificados	-	12 de enero de 1991
Comité de Desarrollo comunidad San Pablo de Turi	Solucionar las necesidades de la comunidad de San Pablo de Turi	17 de noviembre de 2000
Asociación Pro defensa de la Vida	-	25 de febrero de 2009
Comité Pro mejoras camino antiguo a Turi	Solucionar las necesidades de la comunidad del barrio camino antiguo a Turi	28 de diciembre de 1998
Nuevo Amanecer	Brindar apoyo al agricultor	09 de marzo de 1999

Nota: Elaborado por las autoras con base a los datos del PDOT 2015 de la parroquia Turi.

Las decisiones de injerencia política, económica, social y de desarrollo de la parroquia Turi son tomadas por el GAD de Turi previa socialización con los comités barriales, asociaciones sociales y de padres de familia; lamentablemente el sector turístico carece de presencia que represente sus necesidades.

1.5 Actividades económicas

1.5.1 Sector primario

Según los datos de la encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua (ESPAC) 2018, en el subsector agrícola de Turi el 34% de la población total se dedica a la agricultura. Se cultiva en mayor cantidad hortalizas, maíz y alfalfa. Las hortalizas se comercializan a la parroquia El Valle y una menor cantidad en el centro de la ciudad de Cuenca. La especie predominante de crianza son los cuyes y aves (82%), por otro lado, la producción ganadera en la parroquia representa únicamente el 15%; quienes se dedican a esta actividad son personas entre 40 a 70 años (PDOT Turi, 2018, p. 148). Turi no cuenta con un mercado donde los agricultores puedan vender sus productos, únicamente los domingos realizan ferias libres en el centro de la parroquia, solamente la asociación agroecológica Nuevo Amanecer participa. Sin embargo, la infraestructura y adecuación del lugar no son óptimos. Las asociaciones ofertan sus productos a cadenas alimenticias como Supermaxi, por esta razón no se ha gestionado un mercado en el sitio.

Tabla 10 *Actividades del sector primario de la parroquia Turi*

Actividad	Comunidad
Ganadería Producción de animales menores	Corazón de Jesús
	Punta Corral
	Calvario
	Ascensión
	Santa Anita



Agricultura

Tres claveles

Olivos

Trinidad

Nota: Elaborado por las autoras con base a los datos del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (PDOT) 2015.

En la parroquia se encuentran asociaciones agricultoras que se organizaron de forma autónoma, a continuación, se detalla cada una de ellas:

Tabla 11 *Asociaciones agroecológicas de la parroquia Turi*

Asociaciones agro productivas	
Nombre	Tipo de asociación
La Merced	Asociación provisión de servicios alimenticios
Creciendo hacia un futuro	Asociación provisión de servicios alimenticios
ASOPROTUR	Asociación productiva avícola Turi
Nuevo amanecer	Asociación agroecológica
San Isidro	Cooperativa de Producción Artesanal

Nota: Elaborado por las autoras con base a los datos del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (PDOT) 2015.

1.5.2 Sector secundario

En la parroquia existen pequeñas industrias como: fábrica de textiles, fábrica de velas, sombreros, artesanías, serrerías y carpinterías. El grupo mayoritario que trabaja en este sector lo comprenden personas entre 20 a 45 años (PDDOT Turi, 2018, p. 155). Es importante mencionar que las fábricas de textiles son proveedoras de grandes cadenas de ropa. El sector secundario abarca el 60 % de la población total



según los datos del Índice de Producción Industrial (2018) del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (PDDOT Turi, 2018, p. 154).

La Tabla 12 muestra información sobre actividades y comunidades.

Tabla 12 *Producción económica de la parroquia Turi*

Actividad	Comunidad
Cuatro fábricas de velas, fideos y tallarines	Virgen de la Nube Olivos Tablón Bajo
Fábrica de jean y calzado	Tres Claveles Punta Corral San Isidro
Construcción	Todas las comunidades Punta Corral
Fábrica de estuco	Asunción
Artesanías	Icto Cruz

Nota: Elaborado por las autoras con base a los datos del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (PDOT) 2015.

1.5.3 Tercer sector

Con relación al tercer sector, las principales actividades en la parroquia Turi son: construcción, servicio de alojamiento en pequeña escala, transporte,



almacenamiento y comunicación; a estas actividades el género masculino incursiona en su mayoría. En el ámbito del transporte hay tres tipos de servicios: transporte público con un valor de USD 0,30; servicio de taxis con el método tarifario vigente a nivel nacional y carga liviana con una tarifa base de USD 1,00 realizada por camionetas que cubren todas las comunidades. Además, la parroquia cuenta con 365 establecimientos económicos tales como: tiendas de primera necesidad, cafeterías, bares, restaurantes, lugares de recreación; la mayor parte se localizan en el sector que tiene mayor movimiento dinámico, centro de Turi, una mínima cantidad son establecimientos turísticos (PDOT Turi, 2018, p. 157). La centralización de la demanda y la oferta no permite el desarrollo igualitario de los servicios turísticos en otras comunidades.

Tabla 13 *Transporte inter parroquial de la parroquia Turi*

Empresa operadora	Tipo de servicio
Cuencana	Buses
Balcón cuencano	Transporte mixto (camionetas)
San Agustín	Transporte mixto(camionetas)

Nota: Elaborado por las autoras con base a los datos del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (PDOT) 2015.

La siguiente tabla es un breve análisis de las potencialidades en el ámbito social y económico de Turi, con el objetivo de facilitar el análisis FODA para la elaboración del plan de desarrollo turístico.

Tabla 14 *Potencialidades de la dimensión socio económica de la parroquia Turi*

Variables	Potencialidades
------------------	------------------------



Educación	El 55,3 % de la población posee un nivel de instrucción secundaria
Salud	Tres centros de salud, uno en el centro parroquial.
Espacios públicos	Espacios en los que se pueden potenciar el desarrollo de actividades físicas, deportivas y parques ecológicos.
Patrimonio cultural	Forma de organización para la realización de obras en la parroquia mediante mingas, opciones de turismo comunitario. Las asociaciones están dispuestas a incursionar en turismo.
Estructura productiva	Se desarrolla la pequeña y mediana industria manufacturera artesanal y también producción agrícola.
Relación entre sectores económicos	Destacan los tres sectores productivos, de los cuales en combinación se puede ampliar la oferta de actividades y servicios turísticos.
Principales actividades económicas	La actividad artesanal sobresale por el atractivo turístico de la zona, así como la producción a pequeña y mediana escala de velas, textiles, muebles, estucos y cerámicas
Principales productos	Crianza de animales menores y agricultura
Establecimientos económicos	Alto potencial para pequeños y medianos emprendimientos turísticos y de servicios como restaurantes y/o transporte, debido a la cercanía de la parroquia con la ciudad.

Nota: Elaborado por las autoras con base a los datos encontrados en el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de Turi (PDOT) 2015.



Actitud de la población local hacia el turismo

El turismo tiene entre sus virtudes la posibilidad de activar económica, social y ambientalmente zonas donde se realice de manera planificada la actividad turística. Motiva la conservación de elementos patrimoniales, cuidando la naturaleza; no obstante, también puede llegar a generar problemas en la población local, por esta razón es necesario conocer si los habitantes de determinada zona están dispuestos a incursionar en el turismo, pues son ellos quienes ofrecen los servicios y son los encargados de generar una imagen positiva del lugar. De acuerdo al trabajo insitu realizado durante el mes de noviembre del año 2019 se identificó que:

a) La población de Turi ve al turismo como una oportunidad de crecer económicamente.

b) Los funcionarios del GAD están dispuestos a apoyar a las asociaciones de todo tipo de la parroquia para crear en combinación una oferta de productos de: agroturismo, ecoturismo, turismo de aventura, turismo comunitario.

c) Las asociaciones en su mayoría están dispuestas a recibir capacitaciones en temas de turismo.



**Diagnóstico turístico de la parroquia Turi**

En la *Guía para la formulación de planes de desarrollo turístico en territorios rurales* del Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA), el segundo paso es el diagnóstico turístico, que involucra: realizar el inventario de atractivos, analizar: la oferta, la demanda, la competencia, las tendencias de consumo y la vocación turística; desarrollar el mapeo de actores y realizar el análisis FODA. Conocer sobre la situación turística ayudará a definir los programas y proyectos enfocados en las necesidades, prioridades y requerimientos a corto, mediano y largo plazo.

El inventario de atractivos turísticos se define como un registro valorado de todos los atractivos naturales, culturales; además de las diferentes oportunidades de operación. Es una herramienta muy importante dentro del proceso de planificación y desarrollo de los territorios, debido a que evalúa las condiciones de cada recurso (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2018). El Ministerio de Turismo del Ecuador ha establecido una metodología para la jerarquización de atractivos y generación de espacios turísticos, la misma está conformada por etapas: la primera involucra el levantamiento, registro, jerarquización, especialización de atractivos mediante fichas; estas fichas valoran los atractivos de acuerdo al cumplimiento de un conjunto de criterios basados al índice de competitividad turística y la demanda. La segunda etapa abarca la identificación de atractivos, análisis geográfico, tipificación de espacios turísticos.



El análisis de la oferta involucra las características físicas y de funcionamiento de toda la planta turística presente en el territorio a disposición del turista: alojamiento, restauración, transportación turística y servicios complementarios. El estudio de la demanda implica conocer las características del perfil del visitante nacional y extranjero.

Conocer el perfil del visitante nos permitirá identificar sus necesidades, motivaciones y prever sus expectativas; variables importantes para enfocar los programas y proyectos que permitan mejorar la experiencia del turista en el territorio de estudio. En *Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo 2008* de la Organización Mundial de Turismo (OMT) se proporciona diferentes recomendaciones con respecto a la identificación y medición de las características de los visitantes y de los viajes.

Es indispensable conocer las nuevas tendencias de consumo que modifican los hábitos de gasto de la población influyendo en la oferta de los productos turísticos, a esto se le suma el análisis de la vocación del territorio, es esencial tener claro las características geográficas y aquellos que define al lugar, con el objetivo de crear un producto diferenciado y especializado.

2.1 Inventario de atractivos turísticos

El inventario de atractivos turísticos es una herramienta indispensable en la planificación turística de un territorio (IICA, 2014). A su vez es el registro y valoración de los atractivos considerando sus atributos naturales, culturales, paisajísticos. Para su elaboración, se realizó una revisión sistemática de los manuales correspondientes



sobre la elaboración de inventarios de atractivos, e información existente sobre los sitios de interés turístico previamente identificados, con el objetivo de simplificar el territorio focal para la aplicación de la respectiva metodología y consecuentemente la realización del inventario de atractivos turísticos ejecutado (Pérez, 2018).

En la Guía Metodológica para la realización de inventario y generación de espacios turísticos del Ministerio de Turismo del Ecuador, del año 2018 se proponen dos etapas y sus respectivas fases. En Ecuador, el Ministerio de Turismo, ha delegado a la Fundación Municipal Turismo para Cuenca la realización del inventario de atractivos del cantón Cuenca; esta función es consecuencia de la descentralización de atribuciones y funciones establecido en el Código Orgánico de Organización Territorial (COOTAD, 2015, p. 8).

Luego de analizar el inventario de atractivos turísticos proporcionados por el Ministerio de Turismo y el catastro enviado por la Fundación Turismo para Cuenca se identificó que los datos obtenidos son desactualizados y carecen de concordancia con la realidad de la parroquia Turi; por tal motivo, el equipo de trabajo decidió realizar el inventario de atractivos y elaborar un catastro turístico como parte del estudio de la oferta y la demanda turística de la parroquia Turi. Previamente en el mes de octubre del año 2019, se realizaron reuniones técnicas entre el GAD de Turi y el equipo de trabajo, conjuntamente se logró identificar varios sitios de interés turístico. Posteriormente durante el mes de noviembre del año 2019, se realizó el inventario de los atractivos turísticos, en el cual se aplicó la metodología actualizada del 2018 aprobada por el Ministerio de Turismo. Mediante visitas in situ se llenaron las respectivas fichas técnicas, las mismas que contienen información clave de cada lugar.



La recolección de la información se realizó en dos etapas; la primera consistió en el inventario de atractivos turísticos para esto se visitó cada comunidad por consiguiente se realizó: el levantamiento, registro, jerarquización y especialización; y la segunda, fue la generación de espacios turísticos.

Tabla 15 *Etapa I: Elaboración del inventario de atractivos turísticos*

Fase I: Levantamiento y registro
Fase II: Ponderación y jerarquización
Fase III: Sistematización geográfica de las fichas

Nota: Elaborado por las autoras con base a los datos analizados de la Guía Metodológica para la realización de inventario y la generación de espacios turísticos, Mintur 2018.

A continuación, se muestra la etapa numero dos:

Tabla 16 *Etapa II: Generación de espacios turísticos*

Fase II: Identificación y asociatividad de atractivos
Fase II: Tipificación de espacios turísticos

Nota: Elaborado con base a los datos analizados de la Guía Metodológica para la realización de inventario y la generación de espacios turísticos, Mintur 2018.

En la *Guía Metodológica para la realización de inventario y la generación de espacios turísticos*, del Ministerio de Turismo del Ecuador, 2018, identifica dos etapas y dentro de estas fases que se detallan a continuación.



2.1.1 Etapa I: Elaboración del inventario de atractivos turísticos

Tabla 17 Etapa I: Elaboración del inventario de atractivos turísticos

	<p>1. Identificación y clasificación de los atractivos turísticos</p> <p>Se identifica los atractivos registrados en los Gobiernos Autónomos Descentralizados, o aquellos que estén en un inventario de la entidad correspondiente. Se instaura la categoría, tipo y subtipo (Ministerio de Turismo, 2018).</p>
Fase I: Levantamiento y registro	<p>2. Levantamiento de información primaria</p> <p>Se levanta el inventario mediante fichas establecidas, con condiciones mínimas que debe tener cada atractivo. Se recopila la información en territorio, complementándose con entrevistas a responsables de instituciones, comunidad local (Ministerio de Turismo, 2018).</p> <p>3. Verificación con información secundaria</p> <p>La información levantada en territorio debe ser verificada, apoyado en información oficial nacional, bibliografía existente y otras fuentes documentales Entre los datos a verificar se tiene: características climatológicas, planta turística, declaratorias, amenazas naturales, políticas, regulaciones y medios de promoción del atractivo (Ministerio de Turismo, 2018).</p>

Nota: Elaborado por las autoras con base a la Metodología para Inventarios de Atractivos Turísticos, MINTUR, 2004. Dirección de Productos y Destinos, 2018.

FASE I: Levantamiento y registro de atractivos turísticos

1. La identificación de los atractivos turísticos se desarrolló con la colaboración de los funcionarios del Gobierno Autónomo Descentralizado de Turi, así pues, durante el mes de octubre mediante entrevista al Ingeniero Boris Chicaiza, vocal



electo del ámbito Cultural y a la Licenciada Yolanda Lojano, vocal electo del ámbito económico se elaboró una lista de los posibles atractivos existentes, estableciendo cronogramas de visitas por los tres espacios de Turi. Al no existir ningún documento con respecto a información turística de Turi, se tomó como referencia a la población local y los recursos que ellos consideraban como potencial. Finalmente se elaboró una lista de los 16 posibles atractivos culturales y naturales existentes en la parroquia.

2. Para el levantamiento de información de los atractivos, se elaboró cronogramas de visitas por los tres espacios marcados de Turi: Turi-Centro, Guzho y Punta Corral.

3. La verificación de la información obtenida se realizó con base al trabajo de levantamiento de atractivos de los estudiantes de la carrera de turismo de la Universidad de Cuenca, Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la parroquia, 2015 y el Inventario de atractivos turísticos de Turi, 2014.



En la siguiente tabla se describe los puntos a seguir de la fase dos.

Fase II: Ponderación y jerarquización

Tabla 18 *Etapa I: Realización del inventario de atractivos turísticos*

Etapa I: Realización del inventario de atractivos turísticos	
	<p>1. Definición de los criterios de evaluación</p> <p>Los criterios que valoran cada atractivo turístico, así pues, para un producto turístico está sustentado en los Índices de Competitividad Turística y criterios relacionados con la demanda (Ministerio de Turismo, 2018).</p>
Fase II: Ponderación y jerarquización	<p>2. Ponderación de criterios</p> <p>Se asigna puntuación a cada uno de los criterios de evaluación, en base a un conjunto de condiciones que deben cumplir los mismos, la puntuación depende de la consecución de las condiciones de cada atractivo cultural y natural, influyendo en la puntuación final y la jerarquización de los atractivos. (Ministerio de Turismo, 2018).</p>
	<p>3. Jerarquización de atractivos turísticos</p> <p>El puntaje final es sobre 100, y dependiendo de la valoración de cada atractivo se le asigna la jerarquía que corresponda, va desde jerarquía I hasta IV, perteneciendo a</p>



la jerarquía IV los atractivos turísticos con mayor puntaje y los calificados con un valor menor a 10 son considerados recursos (Ministerio de Turismo, 2018).

Nota: Elaborado por las autoras con base a la Metodología para Inventarios de Atractivos Turísticos, MINTUR, 2004. Dirección de Productos y Destinos, 2017.

Este segmento es fundamental para evaluar las condiciones que presenta cada atractivo turístico levantado, bajo un conjunto de criterios que permiten medir el potencial para crear nuevos productos turísticos, identificar las falencias que presentan los recursos y proponer estrategias que mejoren el desarrollo turístico de la parroquia.

1. Los criterios de evaluación propuestos por la metodología utilizada que engloban el índice de competitividad turística es el siguiente:

- a) Accesibilidad y conectividad
- b) Planta turística
- c) Servicios
- d) Actividades que se practica
- e) Estado de conservación
- f) Seguridad turística
- g) Regulaciones

Factores de demanda:

- a) Recursos humanos



b) Registro del visitante

c) Difusión

2. La ponderación de los criterios revela la capacidad institucional sobre el manejo de los atractivos turísticos, de tal modo que la mayor ponderación tiene los criterios con competencia directa de los Gobiernos Seccionales y las de menor ponderación son criterios que tiene competencia el Ministerio de Turismo.

Cada recurso de la parroquia Turi ha sido analizado y del trabajo metodológico se han obtenido 12 atractivos entre culturales y naturales con criterios de mayor puntuación, que se definieron con potencial turístico por su: accesibilidad, conectividad y estado de conservación e integración sitio/entorno en el caso de los atractivos naturales; la menor puntuación la obtuvieron los atractivos en los aspectos de: planta turística/complementarios, higiene y seguridad turística.

3. En la jerarquización, el puntaje es sobre 100 y de acuerdo a la puntuación que resulta de la evaluación de los criterios, son jerarquizados de primero hasta el cuarto nivel, los rangos son: 0 a 10, es considerado un recurso, de 11 a 35 de jerarquía I, de 36 a 60 de jerarquía II, de 61 a 85 de jerarquía III y de 86 a 100 de jerarquía IV (Ministerio de turismo, 2017, pp. 9-11). Ver los resultados presentados en la Tabla 19.

La siguiente tabla explica la metodología para la jerarquización de los atractivos.

Tabla 19 *Jerarquización de los atractivos*

JERARQUÍA	DESCRIPCIÓN
-----------	-------------



Jerarquía IV

(86 - 100)

Atractivo excepcional y de alta significación para el mercado turístico internacional, capaz por sí solo de motivar una importante corriente de visitantes (actual o potencial), y presenta las condiciones óptimas para el desarrollo de productos turísticos enfocado al mercado internacional.

Jerarquía III

(61 - 85)

Atractivo con rasgos excepcionales, capaz de motivar por sí solo o en conjunto con otros atractivos contiguos; posee una corriente actual o potencial de visitantes nacionales o extranjeros. Además, posee condiciones óptimas para el desarrollo de productos turísticos enfocado al mercado nacional e internacionales.

Jerarquía II

(36 - 60)

Atractivo con algún rasgo llamativo que presente condiciones básicas para la generación de productos turísticos, capaz de interesar a visitantes que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas nacionales.

Jerarquía I

(11 – 35)

Atractivo que presenta condiciones mínimas para generar productos, como elementos que complementen a otros de mayor jerarquía.

Recurso

(0 – 10)

Es un elemento natural o cultural que pueden motivar el desplazamiento, pero no se encuentran todavía incorporados en



la dinámica turística, ni cuenta con ningún tipo de infraestructura de apoyo.

Nota: Elaborado por las autoras con base a la Metodología para Inventarios de Atractivos Turísticos, MINTUR, 2004. Dirección de Productos y Destinos, 2017.

La tabla 20, muestra los resultados del proceso de inventario y jerarquización de los atractivos encontrados.

Tabla 20 Ponderación de los atractivos turísticos identificados en la parroquia Turi

JERARQUÍA	NOMBRE	DIRECCIÓN
JERARQUÍA II	Bosque Protector Municipal Boquerón	Vía Turi – El Valle Km6
(36 – 60)	Parque Ictocruz	Comuna Ictocruz, vía a la cárcel
	Fiesta de El Carmen de Guzho	Autopista Cuenca -Azogues, entrada comunidad Carmen de Guzho
	Fiesta de parroquialización	Avenida Mirador de Turi, Mirador de Turi
	Fiesta de San Agustín	Vía a Punta Corral, Iglesia de San Agustín
	Iglesia de San Agustín	Vía a Punta Corral, casa comunal

Iglesia de Nuestra señora de la Merced de Turi Turi Centro, Avenida Mirador de Turi

Iglesia del Cisne Vía Punta Corral, Km 2

JERARQUIA I (11 – 35) Iglesia del Carmen de Guzho Autopista Cuenca – Azogues, entrada comunidad Carmen de Guzho

Iglesia de Tres Marías Vía Punta Corral, Km1

Mirador de Turi Turi Centro, Avenida Mirador de Turi

RECURSO (0 – 10) Mirador Padre Julio Matovelle Comunidad Charon Ventanas, a metros de la casa comunal

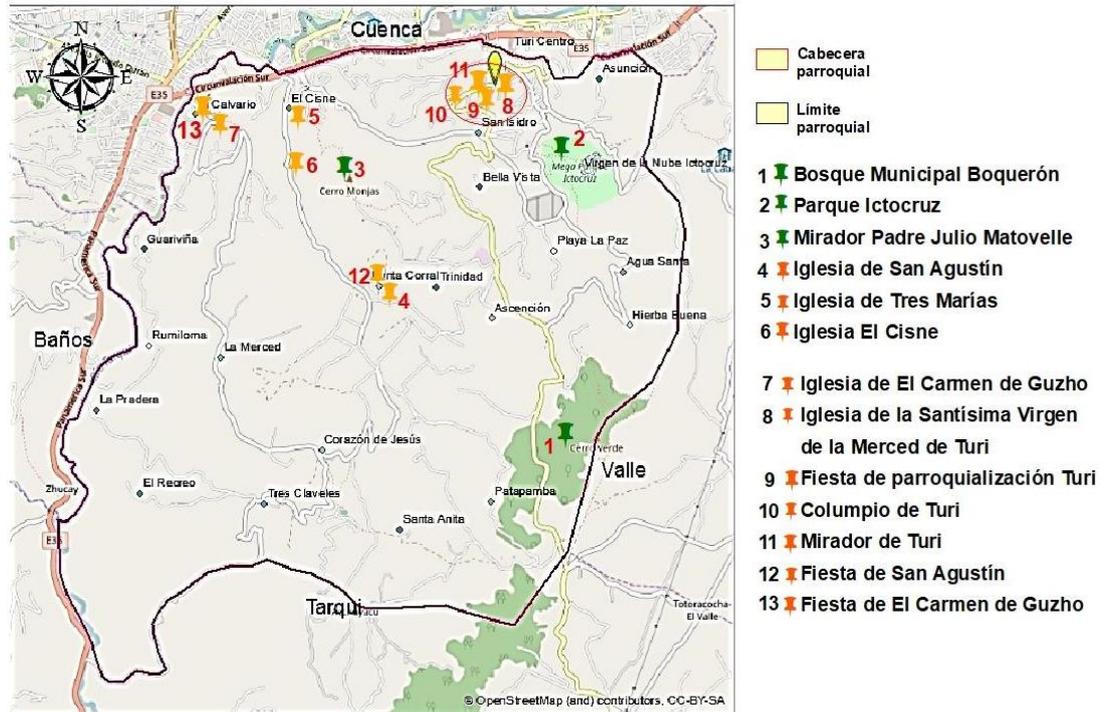
Nota: Elaborado por las autoras con base a la Metodología para Inventarios de Atractivos Turísticos, MINTUR, 2004. Dirección de Productos y Destinos, 2017.

Fase III: Sistematización geográficas de las fichas

La siguiente figura muestra la sistematización geográfica de las fichas de los sitios inventariados:



Figura 7. Mapa turístico de la parroquia Turi



Nota. Este mapa fue elaborado por las autoras con el software ArcGis versión 10.2, en base a las capas de información cartográfica básica del IGM de versión libre, por el Instituto Geográfico Militar, 2013.

2.1.2 Etapa II: Generación de espacios turísticos

La Tabla 21 explica el proceso para la generación de espacios turísticos.

Tabla 21 *Etapa II: Generación de espacios turísticos*

ETAPA II: GENERACIÓN DE ESPACIOS TURÍSTICOS	
1. Identificación de atractivos turísticos	
Fase I:	Clasificar los atractivos ya jerarquizados en categorías
Identificación de atractivos	naturales y culturales con el fin de observar la distribución territorial, las concentraciones por tipo (Ministerio de Turismo, 2018).

2. Asociación de los atractivos turísticos

Para la clasificación de atractivos se consideran dos categorías: atractivos naturales y manifestaciones culturales, cada uno con tipos y subtipos. La categoría atractivos naturales identifica 11 tipos: montañas, desiertos, ambientes lacustres, ríos, bosques, aguas subterráneas, fenómenos espeleológicos, fenómenos geológicos, costas o litorales, ambientes marinos y tierras insulares. La categoría manifestaciones culturales abarca 4 tipos: arquitectura, acervo cultural y popular, realizaciones técnicas y científicas y acontecimientos programados (Ministerio de Turismo, 2018).

Nota: Elaborado por las autoras con base a la Metodología para Inventarios de Atractivos Turísticos, MINTUR, 2004. Dirección de Productos y Destinos, 2017.

Fase I: Identificación de atractivos

1. En la identificación de atractivos se aplicó la metodología establecida por el Ministerio de Turismo del Ecuador 2018, que implica clasificar los atractivos de acuerdo a su naturaleza: naturales o culturales. De acuerdo a la ficha técnica aprobada por el Ministerio de Turismo, 2018, de los 12 atractivos de la parroquia Turi, ocho se categorizaron como manifestaciones culturales y cuatro como naturales.

2. Para la asociación de atractivos turísticos, la *Guía metodológica para la jerarquización de atractivos y generación de espacios turísticos* establece las categorías naturales y manifestaciones culturales con sus tipos y subtipos con descripción con el fin de identificar los atractivos correctamente. En la categoría atractivos naturales se identificaron dos tipos: montañas y bosques; manifestaciones



culturales tres tipos: acervo cultural y popular, arquitectura, acontecimientos programados. La categorización de los atractivos turísticos identificados se presenta en la tabla siguiente.

Tabla 22 *Categorización de los atractivos turísticos identificados en la parroquia Turi*

CATEGORÍA	TIPO	NOMBRE
	Acervo cultural y popular	Fiesta de El Carmen de Guzho
	Acervo cultural y popular	Fiesta de Parroquialización Turi
Manifestaciones culturales	Acervo cultural y popular	Fiesta de San Agustín
	Arquitectura	Iglesia de El Carmen de Guzho
	Arquitectura	Iglesia de San Agustín
	Arquitectura	Iglesia de Tres Marías
	Arquitectura	Iglesia de la Santísima Virgen de la Merced de Turi
	Arquitectura	Iglesia del Cisne
	Arquitectura	Mirador de Turi
	Arquitectura	Parque Ictocruz
Atractivos naturales	Montaña	Mirador Padre Julio Matovelle
	Montaña	Bosque Municipal Boquerón

Nota: Elaborado por las autoras con base a la Metodología para Inventarios de Atractivos Turísticos, MINTUR, 2004. Dirección de Productos y Destinos, 2017.



Fase II: Tipificación de espacios turísticos

La tipificación busca identificar la categoría del espacio turísticos, este a su vez comprende las partes donde se confirma la práctica de actividades turísticas, por esta razón puede ser real o potencial. Los elementos clave para delimitar el espacio turístico son representados por dos categorías, planta e infraestructura turística.

El espacio turístico se clasifica en: zona, área y centro turístico. La zona es la unidad de mayor análisis y estructuración, agrupa más de 10 atractivos suficientemente próximos sin importar la categoría; el área agrupa menos de 10 atractivos, además requiere infraestructura de transporte y telecomunicaciones; centro turístico es un conglomerado urbano, cuenta con suficientes atractivos que motiven la visita y debe proveer al área con planta turística (Ministerio de Turismo, 2018, pp. 16-17).

En Turi se identificaron trece atractivos: dos naturales y once culturales. En consecuencia y de acuerdo a la *Guía metodológica para la jerarquización de atractivos y generación de espacios turísticos* en la parroquia se ha identificado un área turística, caracterizada por la infraestructura y el número de atractivos concentrados en el Mirador de Turi.

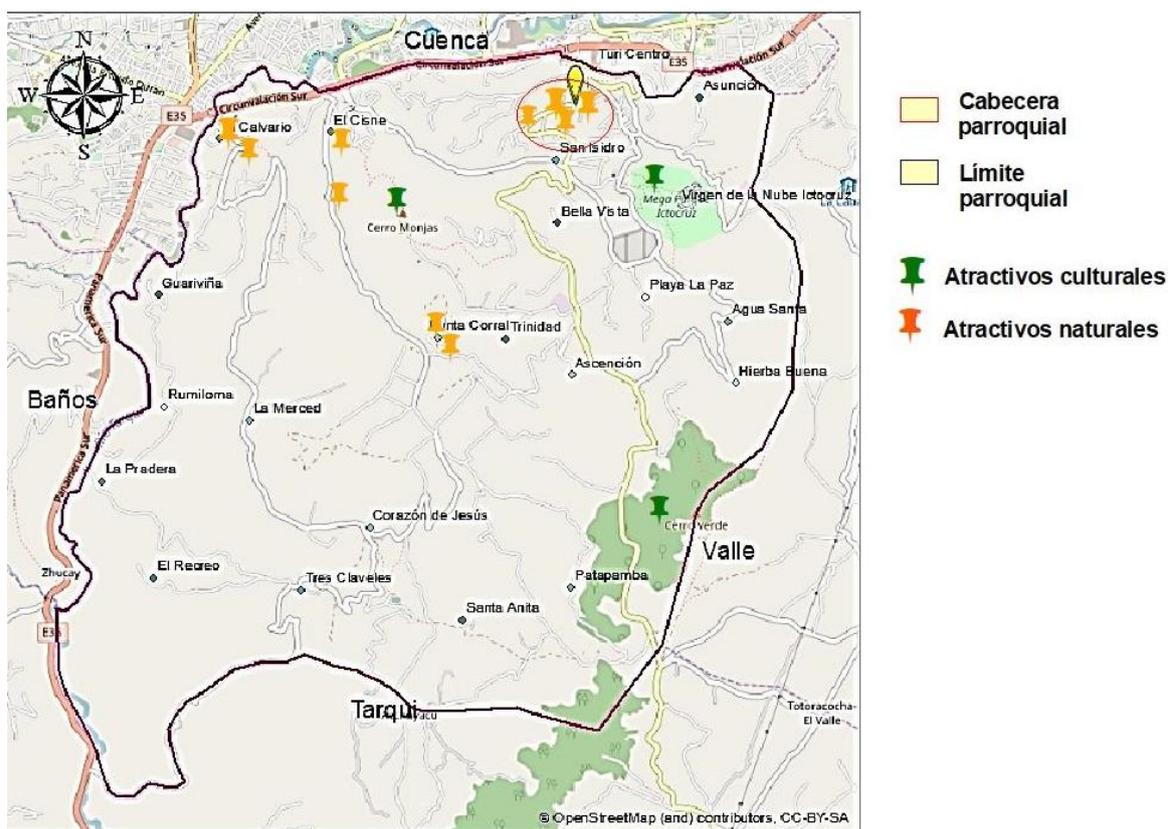
En el siguiente mapa se puede observar la ubicación geográfica de los atractivos turísticos registrados en la parroquia Turi y la cabecera parroquial, notándose la centralización turística. De igual forma, se observa que los atractivos naturales como el Bosque Municipal Boquerón y el Mirador Padre Julio Matovelle son los más alejados y que podrían ser considerados como una opción para la



diversificación y descentralización del turismo hacia otras áreas geográficas que presentan potencialidades turísticas.

A continuación, se presenta una figura con la zonificación turística de Turi.

Figura 8 Zonificación turística de la parroquia Turi



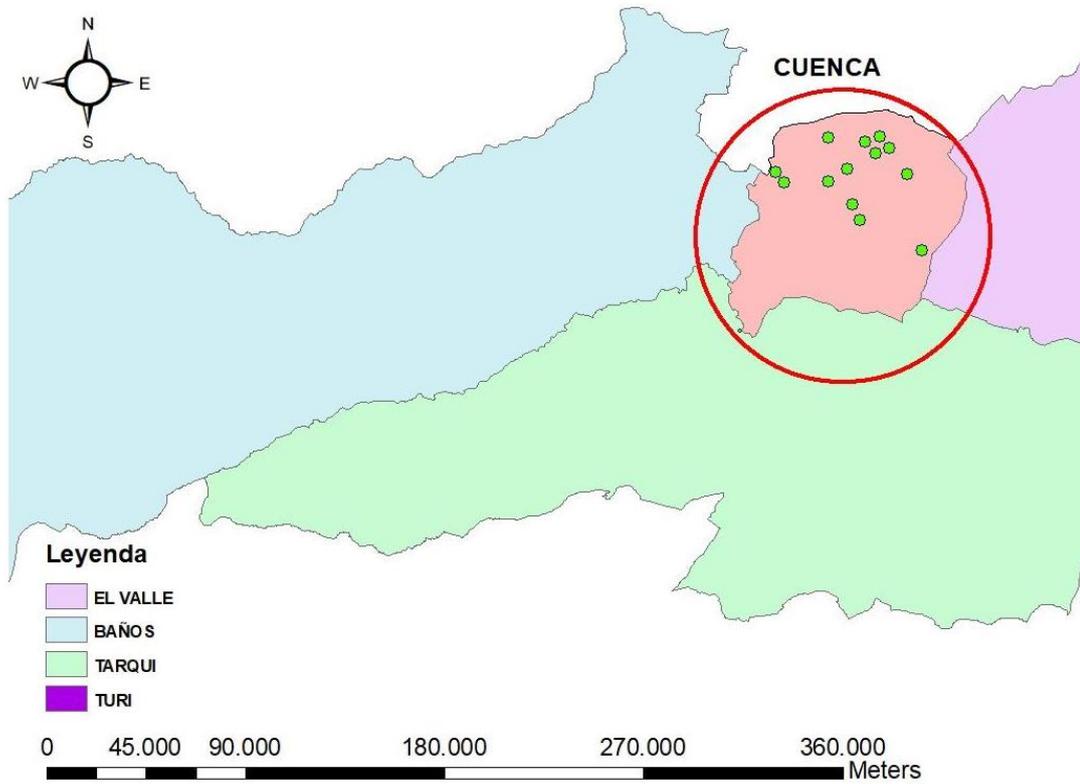
Nota. Este mapa fue elaborado por las autoras con el software ArcGis versión 10.2, con base a las capas de información cartográfica básica del IGM de versión libre, por el Instituto Geográfico Militar, 2013.

Las comunidades de Punta Corral y El Cisne se encuentran conectadas por la vía de segundo orden Tres Marías – Punta Corral que podría ser usado para el aprovechamiento de los atractivos turísticos identificados que posee cada comunidad mencionada.



El siguiente mapa muestra en perspectiva general los atractivos turísticos identificados en Turi y la asocia con las características propias de un área turística.

Figura 9 *Distribución de los atractivos turísticos de la parroquia Turi como zona turística*



Nota. Este mapa fue elaborado por las autoras con el software ArcGis versión 10.2, con base a las capas de información cartográfica básica del IGM de versión libre, por el Instituto Geográfico Militar, 2013.



2.1.3 Breve descripción de los atractivos turísticos identificados en la parroquia Turi

Figura 10 *Fiesta de El Carmen de Guzho*



Nota. Esta imagen fue tomada por las autoras durante el trabajo de campo.

La fiesta en honor al Carmen sucede cada año con el apoyo de la comunidad y auspiciantes. La celebración consiste en presentaciones artísticas durante tres días y eventos recreacionales que involucra a los miembros de la familia. El cronograma de actividades está compuesto por una misa en honor al Carmen, representación de juegos tradicionales, presentaciones artísticas y la quema del tradicional castillo. Este evento festivo es uno de los más importantes de la parroquia Turi, su afluencia es similar a las festividades de parroquialización.



Figura 11 Fiesta de parroquialización Turi



Nota. Esta imagen fue tomada por las autoras durante el trabajo de campo.

La fiesta de parroquialización es un evento festivo que involucra a todas las comunidades, se desarrollan diversas actividades como: representaciones artísticas en vivo, danzas, degustación de platos típicos y la elección de la Cholita Turisense en donde las comunidades participan con su representante. Es una fecha festiva presente desde 1853, considerada como año de parroquialización. Sin embargo, a partir de marzo del 2020 y como consecuencia de la pandemia esta festividad necesita adaptarse al contexto actual.



Figura 12 Fiesta de parroquialización Turi



Nota. Esta imagen fue tomada por las autoras durante el trabajo de campo

Cada 13 de noviembre en la comunidad de Punta Corral se realiza la festividad en honor al Santísimo de San Agustín. Según la directiva de la comunidad de Punta Corral la organización y desarrollo se designa al respectivo *prioste*, quien será la persona encargada de la organización y financiamiento de la festividad. La quema del tradicional castillo, la pampa mesa, la degustación de la chicha de jora, la presentación de artistas invitados, la representación de juegos tradicionales son actividades características de este evento. Cada año el número se incrementa, demostrando la importancia de esta festividad para la comunidad y la parroquia.

La importancia de esta festividad podría ser comparada con las festividades de parroquialización, según datos de la persona encargada del sindicato de la comunidad; cada año la afluencia de personas se incrementa en doscientas. Por esa



razón durante el año 2019 la cantidad de chicha de jora repartida entre los asistentes fue de cuatrocientos litros, cantidad que se esperaba aumentar para el año 2020.

Figura 13 *Iglesia de El Calvario*



Nota. Esta imagen fue tomada por las autoras durante el trabajo de campo.

Según el párroco de la comunidad la Iglesia de El Calvario inició su construcción en el año 1943, posee una construcción de estilo contemporáneo, con cimientos de piedras, paredes de adobe y bahareque, y un techo de teja. Esta edificación representa un símbolo muy importante para la idiosincrasia de la comunidad, además de la unión y organización. Junto a ella se encuentra la casa comunal, considerado como lugar de reuniones comunitarias.



Figura 14 Iglesia de San Agustín



Nota. Esta imagen fue tomada por las autoras durante el trabajo de campo.

El síndico de la comunidad describe la construcción de la Iglesia de San Agustín inicio en 1983, posee una edificación de estilo contemporáneo, es un inmueble de construcción mixta; combina piedras, paredes de bloque y ladrillo, y un techo de teja; es la representación de la fe y el trabajo en comunidad debido a su construcción realizada a través de donaciones y mingas. A su costado izquierdo se encuentra la casa comunal, lugar de reuniones y escuela de catequesis; además de un info - centro a disposición de la comunidad.

Este inmueble posee importancia turística por representar el resultado del trabajo comunitario y encontrarse dentro del área rural de Turi.



Figura 15 Iglesia de la Santísima Virgen de la Merced de Turi



Nota. Esta imagen fue tomada por las autoras durante el trabajo de campo, 17 de septiembre de 2019.

Según el trabajo de campo realizado, la Iglesia de la Santísima Virgen de la Merced de Turi, construida con la influencia del estilo colonial, posee cimientos de piedras, paredes de adobe y bahareque, y un techo de teja y carrizo. En la parroquia Turi, en la década de 1930 se inició con la construcción, siendo la primera en ser construida, la más grande y de mayor importancia (PDOT Turi, 2018). Representa un símbolo muy importante para la idiosincrasia de los turisenses, además es un símbolo turístico que caracteriza al Mirador de Turi.



Figura 16 Iglesia del Cisne



Nota. Esta imagen fue tomada por las autoras durante el trabajo de campo, 18 de septiembre de 2019.

La Iglesia de El Cisne posee una construcción de estilo contemporáneo, edificada con cimientos de piedras, paredes de bloque y ladrillo, y un techo de teja. Según los mingueros de la comunidad de El Cisne su construcción inicio en 1978 y fue realizada a través de la minga y aportes comunitarios. La iglesia representa un símbolo muy importante para la idiosincrasia de la comunidad, además de la unión y organización. Junto a la iglesia se encuentra la casa comunal, lugar de reuniones y escuela de catequesis.



El Mirador de Turi es uno de los puntos turísticos de mayor visitación en la ciudad de Cuenca, gracias a la vista panorámica que ofrece de la ciudad. Ubicado en la cima de una colina montañosa, se encuentra junto a la iglesia de la Santísima Virgen de la Merced de Turi. Durante el trabajo de campo realizado se pudo hallar una estación que ofrece binoculares destinados al uso del turista, una caseta pequeña con comestibles, un local de artesanías y la hermosa vista que el paisaje puede ofrecer.

El servicio de hospedaje es nulo; por otro lado, los de alimentos y bebidas se encuentran en desarrollo. Este sector de la parroquia posee área de parqueadero, servicios higiénicos, acceso público a internet, transporte turístico, transporte privado y transporte público. Sin embargo, el GAD parroquial debe generar proyectos de gestión empresarial y buenas prácticas para impulsar servicios turísticos de calidad a través de la capacitación de los emprendedores locales.



Figura 17 *Mega parque Ictocruz*



Nota. Esta imagen fue tomada por las autoras durante el trabajo de campo, 18 de septiembre de 2019.

Según el GAD de Turi, el Megaparque Ictocruz fue creado como una obra de compensación social por parte de la Fundación Iluminar del GAD de Cuenca. Es un espacio verde natural que permite a la ciudadanía realizar actividades recreativas. El objetivo de este parque es la conservación natural de vegetación de la zona y dotar a la ciudadanía un nuevo lugar de esparcimiento que permita el desarrollo de actividades deportivas al aire libre. En este lugar existen zonas delimitadas para la práctica de ciclismo y andinismo.



Figura 18 *Mirador Padre Julio Matovelle*



Nota. Esta imagen fue tomada por las autoras durante el trabajo de campo, 18 de septiembre de 2019.

La Loma de Monjas o Mirador Padre Julio Matovelle es una de las elevaciones de la geografía sagrada de la época Cañari e Inca, se ubica al Sur - Oeste de la ciudad. Su nombre significa Quebrada de Monjas, posee fauna enriquecida por aves, la vegetación está cubierta de pasto y algunos árboles de eucalipto. Para las culturas Cañari e Inca fue un centro ceremonial. Existen hipótesis que pudo haberse tratado de un observatorio astral o un cementerio indígena por su perfil compuesto de terracerías (PDOT Turi, 2015). En la actualidad funciona como mirador. En los meses de julio y agosto se realiza un festival de cometas, siendo un lugar estratégico por los fuertes vientos del lugar.



Figura 19 *Bosque Protector Municipal Boquerón*



Nota. Esta imagen fue tomada por las autoras durante el trabajo de campo.

Este bosque protector ocupa parte del territorio de Turi y El Valle, se encuentra ubicado a 3035 m.s.n.m. siendo la elevación más alta en la parroquia. Tiene una superficie aproximada de 632,33 ha, de esta extensión 237,36 ha se encuentran en la parroquia que se constituye en el 9,77% del territorio parroquial. Este espacio natural posee importancia natural por sus particularidades en flora, fauna y los recursos paisajísticos. Desde el GAD parroquial si impulsa la gestión de turismo comunitario estableciendo zonas de camping y cabalgatas; sin embargo, es importante mencionar que el sitio carece de señalética turística, baterías sanitarias o zonas de hidratación (PDOT Turi, 2018). En consecuencia, es imprescindible crear programas para mejorar la infraestructura y capacitar a la comunidad sobre calidad en servicios turísticos.

Análisis de la oferta



El análisis de la oferta establece el número y condiciones de un bien o servicio que se pretenden vender en el mercado (Bermeo, Larios, 2017. p. 47). La oferta turística está integrada por elementos que atraen al turista a un lugar determinado, los componentes son: recursos turísticos, los cuales fueron analizados en el inventario de atractivos turísticos, planta turística e infraestructura.

La planta turística hace referencia al número de establecimientos de alojamiento, de alimentos y bebidas, transporte, operación e intermediación turística y otros servicios complementarios.

Para recabar información sobre la planta turística del territorio se realizaron recorridos in situ, considerando la categorización y aspectos expuestos en el Reglamento de Alojamiento turístico, publicado por el Ministerio de Turismo del Ecuador (MINTUR).

En la parroquia Turi existe planta turística, sin embargo, no se dispone de un catastro oficial, pues la mayoría de establecimientos no cumplen con los requerimientos mínimos exigidos por el Ministerio de Turismo del Ecuador; considerando al catastro un insumo indispensable para el desarrollo turístico, el GAD de la parroquia, solo tiene información de las empresas pero no cuenta con base de datos de las mismas, razón por la cual a través de visitas in situ se recopiló información general de la planta turística y mediante matrices que fueron tomadas de la Guía para la formulación de planes de desarrollo turístico en territorios rurales (2014) del Instituto Iberoamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA) se procedió al



levantamiento general de información de alojamiento, transporte, restauración, actividades de recreación y agencias de viajes

Contar con datos actualizados es indispensable para proceder con el análisis de la oferta; en consecuencia, en el caso de alimentos y bebidas, alojamiento, transportación e intermediación turística es pertinente tener información sobre la especialidad de cada uno de los locales; en lo que corresponde a actividades de recreación se debe identificar el lugar donde se realiza, tipo de actividad y si es posible su costo; en el ámbito transporte es necesario constatar los transportistas de la localidad (IICA, 2014).

A continuación, se presenta matrices con los resultados de la planta turística:

Tabla 23 *Planta turística de la parroquia Turi*

PLANTA TURÍSTICA DE LA PARROQUIA TURI					
ALOJAMIENTO					
SUBTIPO	NOMBRE	DIRECCIÓN	CATEGORÍA	NÚMERO DE HABITACIONES	PLAZAS
Hostal	Monte Cielo	Av. Mirador de Turi, entrada a la plaza Central	-	11 habitaciones	25 personas
Hostal	La colina de Turi	Plaza central de Turi	-	5 habitaciones	10 personas
Hostal	Columbus Bar	Av. Mirador de Turi, entrada a la plaza central.	-	6 habitaciones	15 personas

Nota: Elaborado por las autoras con base a información levantada en campo.



De acuerdo a la información recopilada in situ, se identificaron tres hostales que por su naturalidad no pertenecen a categoría, por otro lado, ninguno de los alojamientos pertenece al catastro de servicios turísticos, pues a pesar de contar con las características mínimas no cumplen con los requisitos de funcionalidad exigidos en el Reglamento de alojamiento turístico del Ecuador.

El mirador de Turi es un importante punto de visita dentro de las rutas que se ofertan en la ciudad de Cuenca, razón por la cual la oferta de alimentos y bebidas se ha establecido en el centro de Turi, la mayoría de los locales ofertan carnes a la parrilla o comida costeña. Se constató que los establecimientos no se encuentran registrados dentro del Catastro Turístico del Ministerio de Turismo; sin embargo, poseen los permisos de funcionamiento que exige el Gobierno Autónomo Descentralizado de Cuenca. Para el levantamiento de información de campo se ha considerado el Reglamento Turístico de Alimentos y Bebidas 2018 emitido por el Ministerio de Turismo del Ecuador (MINTUR).

La siguiente tabla corresponde al resultado del trabajo de campo realizado respecto a los servicios complementarios.

Tabla 24 *Planta turística de la parroquia Turi, servicios complementarios*

SERVICIOS COMPLEMENTARIOS				
SUBTIPO	NOMBRE	DIRECCIÓN	CATEGORÍA	CAPACIDAD
Sala de recepciones y banquetes	Monte bello	Centro de Turi	Segunda	200 personas

Nota: Elaborado por las autoras con base a información levantada en campo.



el Ministerio de Turismo del Ecuador, 2018 menciona que estos establecimientos se encuentran categorizados mediante un sistema de puntuación. Es así que las cafeterías se clasifican en: dos tazas y una taza, siendo dos tazas la mayor categoría; los restaurantes se categorizan en: cinco, cuatro, tres, dos y un tenedor, siendo cinco tenedores la mayor categoría; los bares y discotecas se categorizan en: tres, dos y una copa siendo tres copas la mayor categoría; y los establecimientos móviles, plazas de comida y servicio de catering se categorizaran como categoría única.

De acuerdo al catastro turístico brindado por la Fundación Turismo para Cuenca, Turi no posee establecimientos turísticos; sin embargo, el equipo mediante visita insitu realizó el levantamiento catastral para identificar la oferta de la parroquia. La categorización de cada establecimiento se realizó según las directrices que manda el Reglamento Turístico de Alimentos y Bebidas emitido por el Ministerio de Turismo del Ecuador, 2018. A continuación, se presenta una tabla con la información obtenida.

**Tabla 25** *Planta turística de la parroquia Turi, servicios de alimentos y bebidas*

ALIMENTOS Y BEBIDAS						
Subtipo	Nombre	Dirección	Categoría	Especialidad	Número de mesas	Capacidad
Cafetería	El Ventanal	Centro de Turi	Segunda	Mote pillo, bolón de queso	3	8 personas
Bar-restaurante	Hells & Grill Bar	Camino principal de Turi y Av. Mirador de Turi	Segunda	Carne a la parrilla	15	35 personas
Bar-restaurante	Romeo y Julieta	Centro de Turi(escalinatas)	Tercera	Carnes a la parrilla	22	50 personas
Bar-Restaurante	La Colina de Turi	Centro de Turi	Segunda	Camarones apanados, ceviche de camarón, camarones al ajillo, alitas de pollo, lomo fino	23	50 personas
Cafetería	Hello Coffe Smart	Camino principal de Turi y Av.Mirador de Turi	Segunda		12	24 personas
Bar-cafetería	El embrujo de Jean	Centro de Turi plaza principal	Segunda	Humitas, bolones, mote pillo, ensalada de frutas	14	50 personas



Restaurante	Keyla	Camino Principal a Turi	Tercera	Desayunos, almuerzo	6	15 personas
Bar- Restaurante	City View Resto Bar	Mirador de Turi, parte baja de la iglesia	Primera	Parrilladas, comida mexicana	19	40 personas

Nota: Elaborado por las autoras con base a información levantada en campo.

Los establecimientos de alimentos y bebidas no se encuentran dentro del catastro turístico nacional, sin embargo, cuentan con los permisos de funcionamiento otorgados por el Gobierno Autónomo de Cuenca. Adicionalmente, es necesario mencionar que los emprendimientos categorizados que cumplen con los requisitos se localizan únicamente en el área del Mirador de Turi, esta particularidad evidencia la centralización y un déficit de la oferta turística de Turi.



Dentro de la parroquia no existen establecimientos de operación o intermediación turística.

2.2 Estudio de la demanda

Según los datos obtenidos del Estudio de la demanda y oferta turística de la ciudad de Cuenca boletín anual año 2019 del Grupo de Investigación en Economía Regional (GIER), el visitante extranjero que llega a la ciudad de Cuenca es mayoritariamente joven, tiene una edad entre 18 y 29 años, procedente de Estados Unidos (27.1%), Colombia (9.8%), Alemania (7%), Francia (6.3), Argentina (4.5%), generalmente de grandes ciudades y con altos niveles de concentración poblacional. La principal motivación de los visitantes es la recreación (51.6%), seguido de visita a familiares (24%), y por negocios o trabajo (14.8%). Con respecto al visitante nacional, están conformado por grupo con edades comprendidas entre 30 a 44 años (36%), en su mayoría proceden de Quito (39,5%), Guayaquil (9.7%), Machala (7.8%) y Loja con un (7.8%); las principales motivaciones son: visitar familiares, negocios o recreación. Estos datos fueron la base para estructurar la encuesta aplicada a los turistas de la parroquia Turi (ver anexo 1), y para el cálculo del tamaño de la muestra.

La metodología aplicada para analizar la demanda potencial que visita la parroquia Turi es de enfoque cuantitativo, por medio de la aplicación de encuestas a los visitantes locales, nacionales y extranjeros que llegan a la parroquia. Por otra parte,-se calculó la muestra sobre una población de 985.360, el cual corresponde a las llegadas de turistas a la ciudad de Cuenca 2019 y se manejó un margen de error del 5%.



El cálculo de la muestra se realizó mediante la fórmula general de Fischer y Navarro 1996, y como resultado se encuestan a 385 personas, que se demuestra en el siguiente cálculo:

$$n = \frac{k^2 N p q}{e^2 (N - 1) + k^2 p q}$$
$$n = \frac{(1,96)^2 985.360 (0,50) (0,50)}{(0,05)^2 (985.360 - 1) + (1,96)^2 (0,50) (0,50)}$$
$$n = 385$$

N= Número de personas (985.360)

n= Número de encuestas (tamaño de muestra)

k= Nivel de confianza 95% (1,96)

q= 1-p (1-0,50=0,50)

p= Proporción esperada 0,50

E= Error al 5% (0,05)

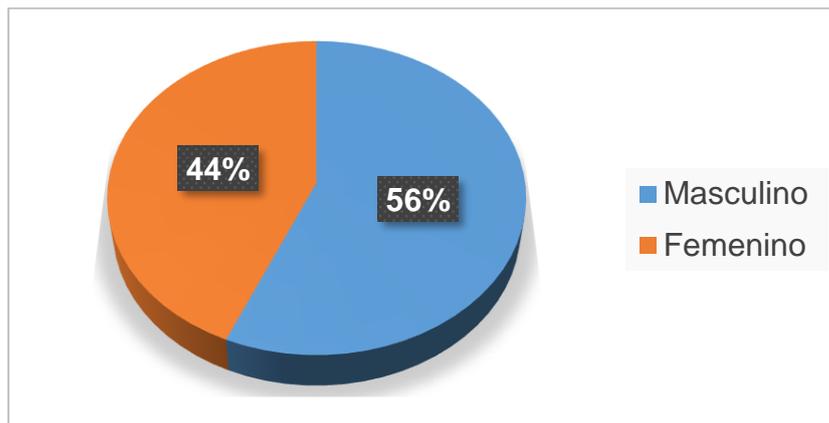
Para la validación de la encuesta se coordinó con 30 estudiantes de séptimo ciclo de la carrera de Turismo de la Universidad de Cuenca durante la primera semana del mes de diciembre del 2019. Al finalizar la aplicación se tomaron las sugerencias y se realizaron los cambios respectivos para su posterior aplicación según la muestra establecida.

La encuesta (Anexo 3) está conformada por diecisiete preguntas, cuya aplicación es de un tiempo estimado de diez minutos y se realizó con la herramienta KoBoToolbox durante el mes de enero del 2020 a los visitantes que llegan en los buses turísticos y en auto particular a la plaza principal del mirador de Turi.

2.3.1 Interpretación de resultados

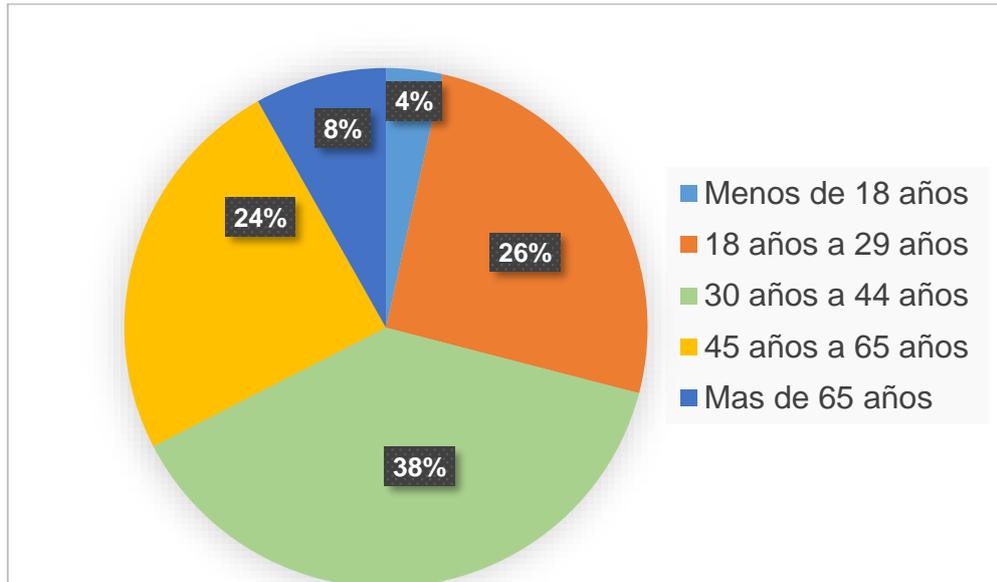
Para la tabulación y análisis de los datos obtenidos se usó el programa Excel versión 2019. A continuación, se muestran los resultados obtenidos.

Figura 20 Género de la demanda que visita Turi



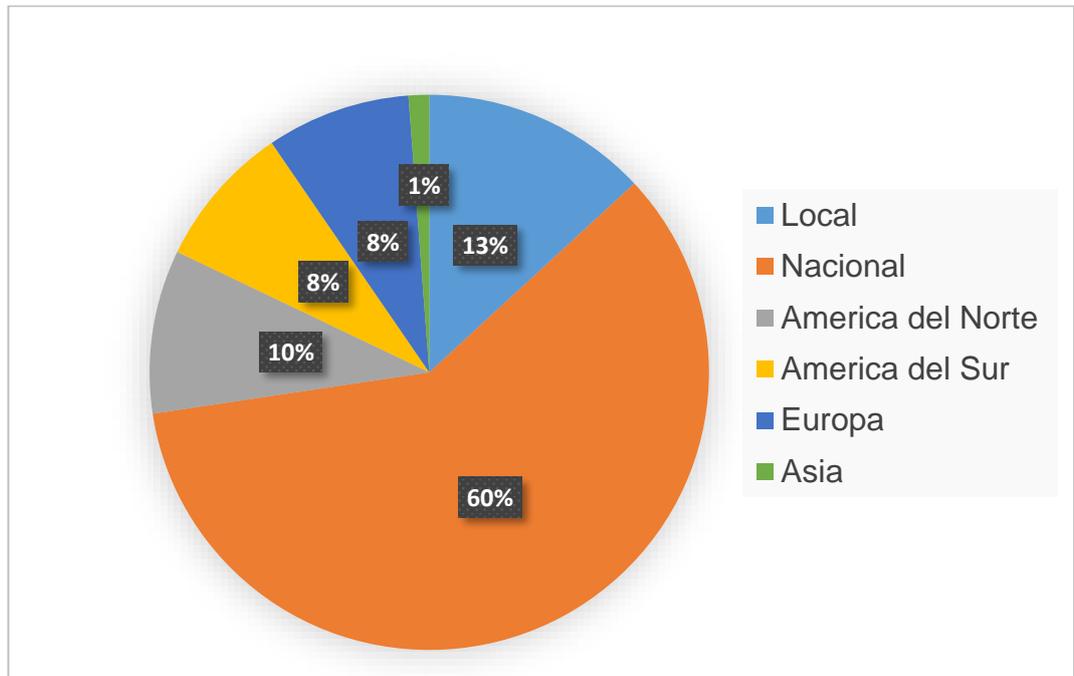
Nota: Elaborado por las autoras con base al trabajo de campo realizado.

Para establecer el perfil de los visitantes de un lugar, el género es un indicador muy importante, en el caso de la parroquia Turi el 56% del total de encuestados corresponde al género masculino; por el contrario, el 44% restante se identificaron dentro del género femenino. Por lo tanto, las actividades y proyectos turísticos a plantear deben considerar las necesidades de ambos géneros.

Figura 21 Edad de la demanda que visita Turi

Nota: Elaborado por las autoras con base al trabajo de campo realizado.

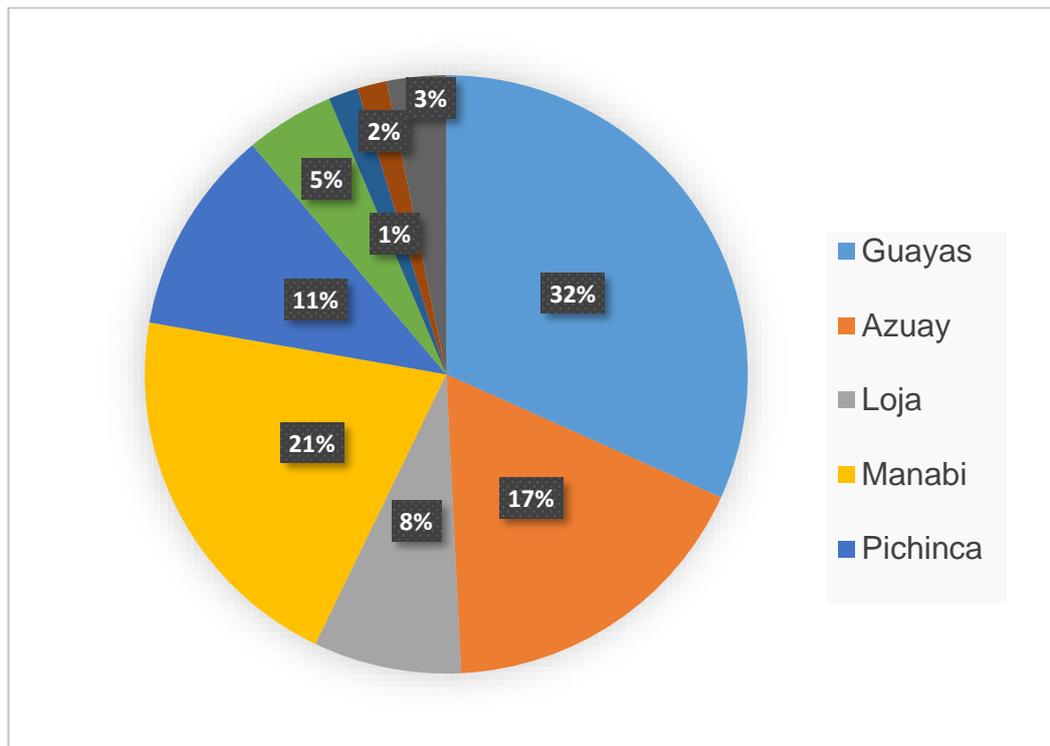
El rango de edad predominante se encuentra entre los 30 a 44 años con 38%, seguido de 18 a 29 con 26% y de 45 a 65 años con 25%. Por lo tanto, se determina que el visitante que predomina es un adulto y un adulto joven; consecuentemente las actividades a planificar deben estar enfocadas a estos segmentos. Entre las actividades a considerar se encuentran: camping, cabalgatas, ciclismo de montaña, trekking, visitas a talleres, etc.

Figura 22 *Procedencia de la demanda que visita Turi*

Nota: Elaborado por las autoras con base al trabajo de campo realizado.

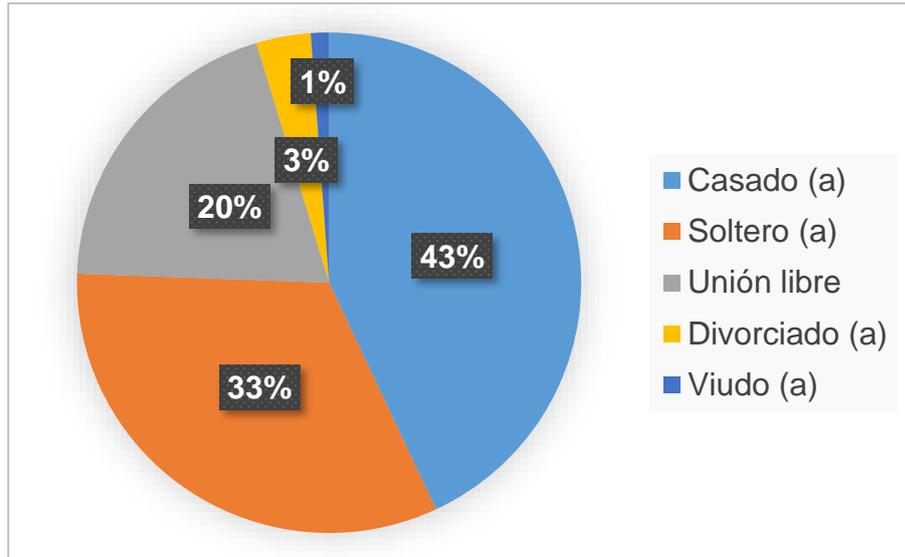
En cuanto a la procedencia de los encuestados, se establece que la mayoría de los visitantes son nacionales con un 60%, seguido del 27% que representa a turistas extranjeros, de ahí que la planificación turística de la parroquia debe estar enfocada en el mercado nacional, siendo nuestro mercado meta.

Figura 23 *Procedencia de la demanda nacional que visita Turi*



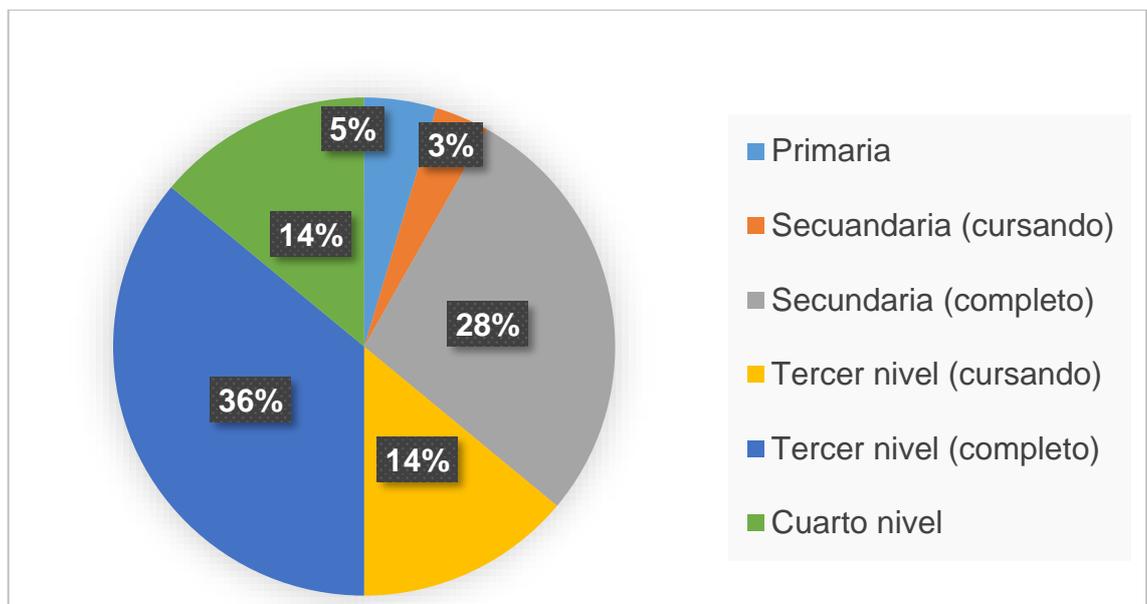
Nota: Elaborado por las autoras con base al trabajo de campo.

Del total de turistas nacionales el 32% provienen de la provincia del Guayas y el 20,63% de Manabí. Por ende, es recomendable identificar las características del turista nacional para crear propuestas de proyectos enfocados a la satisfacción de sus necesidades y motivaciones.

Figura 24 Estado civil del turista que visita Turi

Nota: Elaborado por las autoras con base al trabajo de campo realizado.

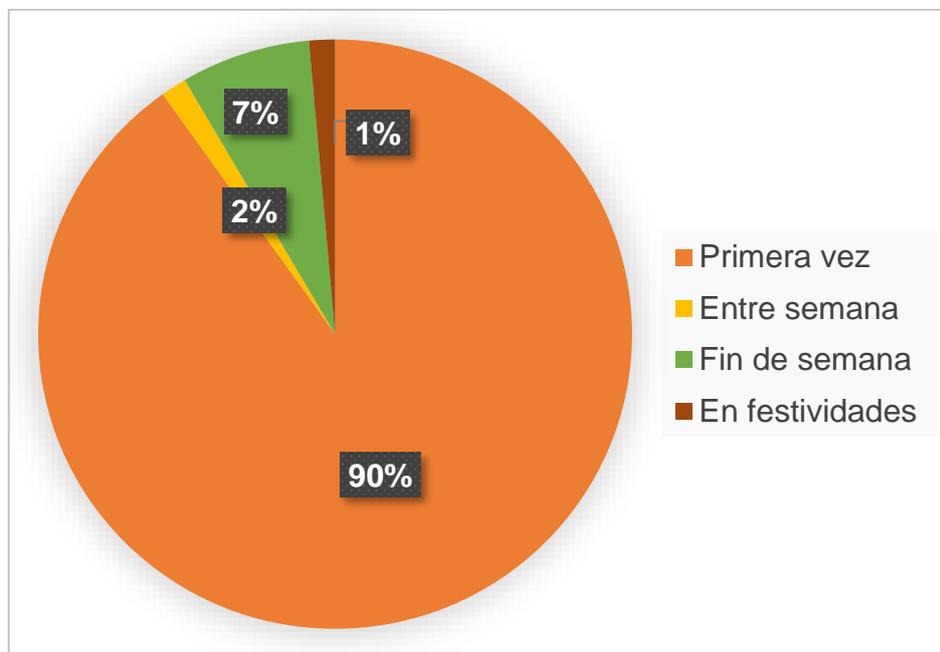
Referente al estado civil los resultados muestran que el 43% de los encuestados respondieron estar casados; y el 33% respondió encontrarse solteros. De modo que los proyectos a planificar deben estar enfocados en el desarrollo de actividades familiares lúdicas y al aire libre.

Figura 25 Educación de la demanda que visita Turi

Nota: Elaborado por las autoras con base al trabajo de campo realizado.

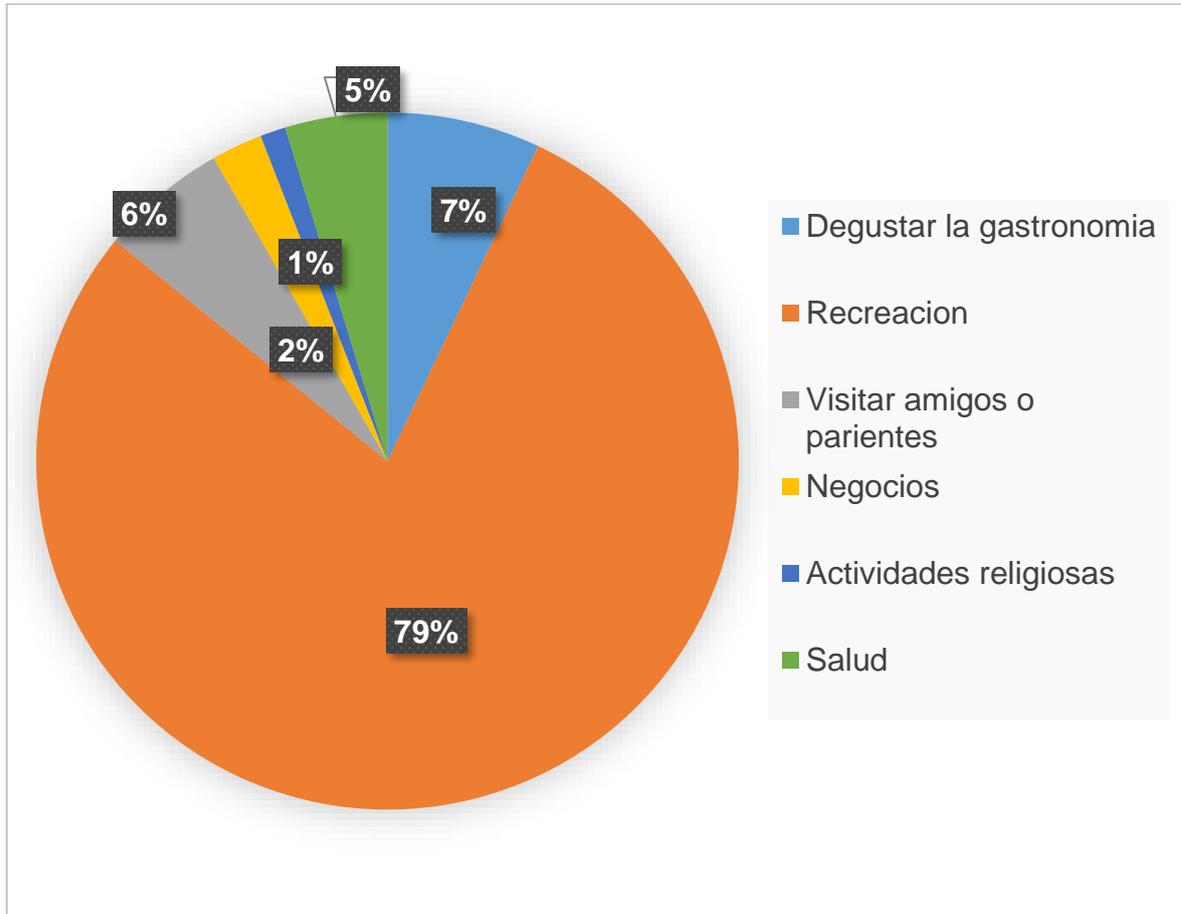
En relación al segmento educación, los resultados del estudio de la demanda muestran que el 36% posee tercer nivel, seguido del 28% que ha completado la secundaria lo que permite identificar los posibles requerimientos y motivaciones; de modo que a mayor preparación académica, mayores son las expectativas y requerimientos del turista sobre el atractivo. En consecuencia, el GAD de Turi debe promover constantemente actividades de desarrollo y capacitación a los emprendedores y prestadores de servicios turísticos.

Figura 26 Frecuencia de visita de la demanda que visita Turi



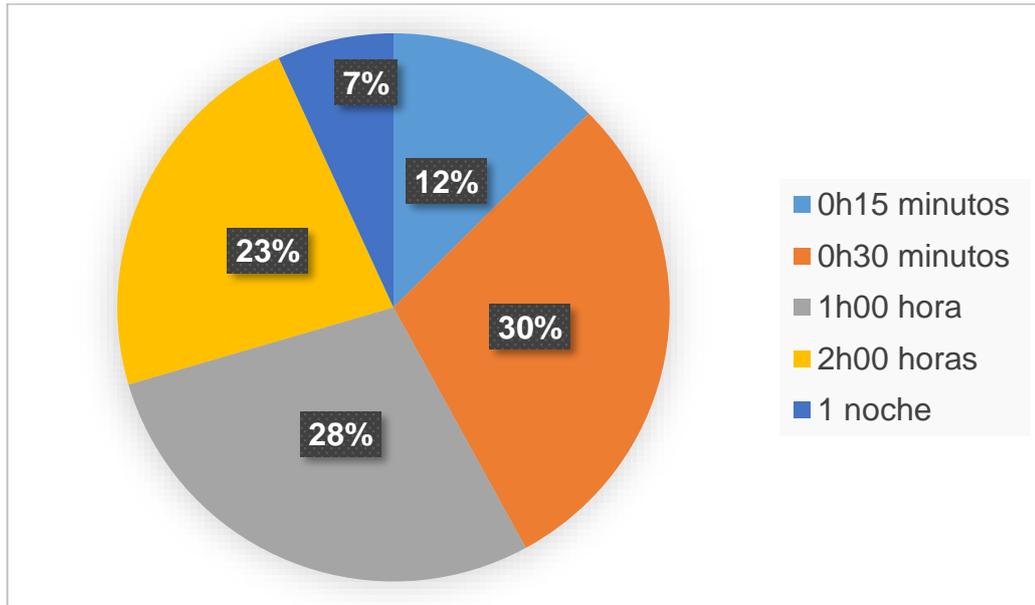
Nota: Elaborado por las autoras con base al trabajo de campo realizado

Sobre la frecuencia de visita, los resultados determinan que el 90% de los turistas visitan por primera vez la parroquia, esto demuestra que los proyectos deben proponer experiencias turísticas de calidad, buscando generar un impacto positivo en la primera visita, y consecuentemente futuras recomendaciones al destino Turi.

Figura 27 Motivación de la demanda que visita Turi

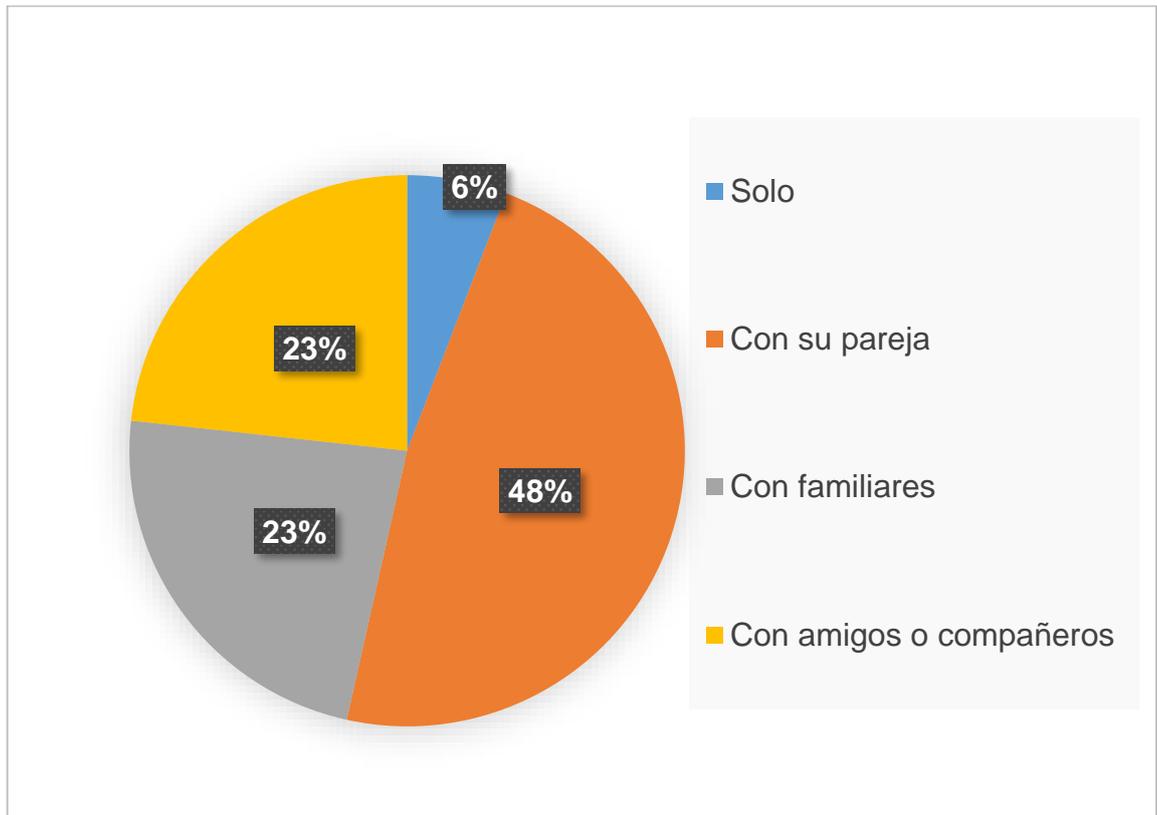
Nota: Elaborado por las autoras con base al trabajo de campo realizado.

La motivación principal de los encuestados es la recreación con 78,82%, por consiguiente, es necesario proponer actividades físicas o proyectos de recreación turística en comunidades, involucrar atractivos culturales y naturales, combinado con la gastronomía típica del lugar, donde participen las asociaciones, con el fin de ampliar la oferta de la parroquia y aprovechar todas las particularidades de Turi, donde solo el 7,06% tiene como motivación principal degustar la gastronomía siendo este rubro un insumo importantes con cualidades turísticas que pueden generar mayores ingresos económicos a Turi.

Figura 28 *Tiempo estimado de visitación de la demanda que visita Turi*

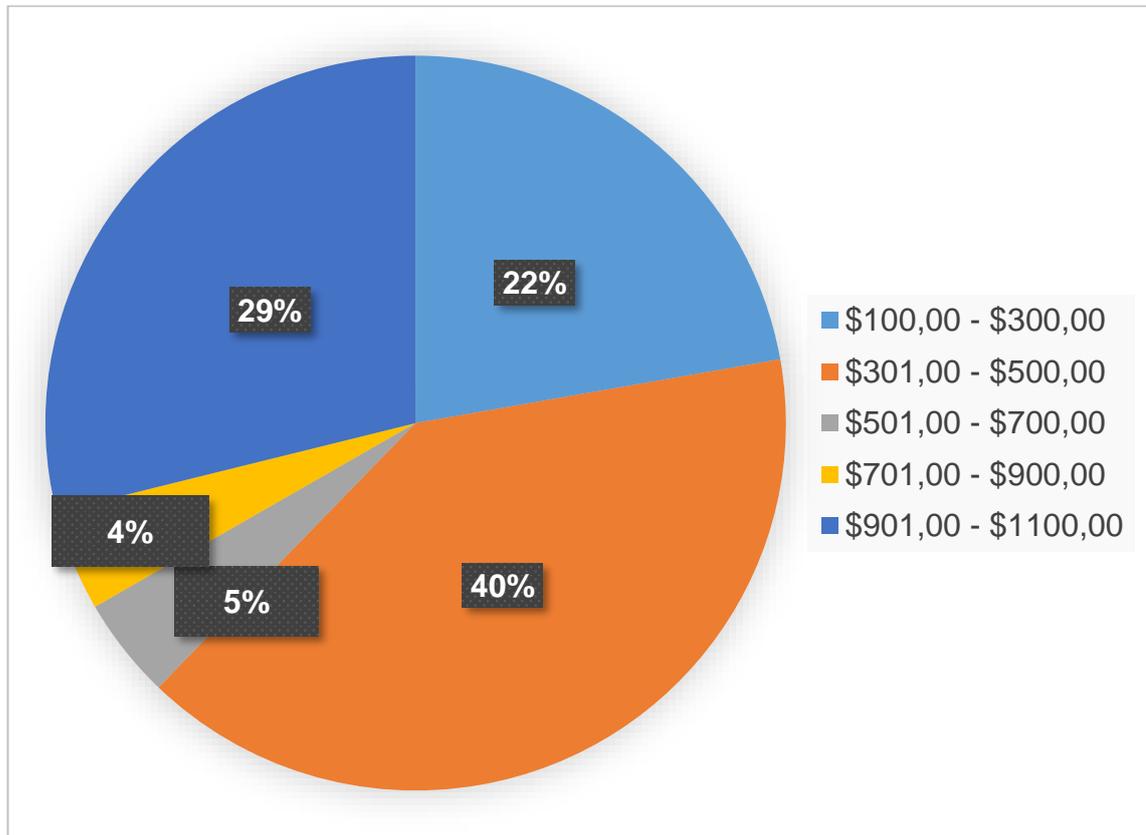
Nota: Elaborado por las autoras con base al trabajo de campo realizado.

Los resultados muestran que el 30% de los encuestados respondieron que permanecerán en la parroquia Turi durante 30 minutos, seguido del 28% que indicó que su estancia será una hora. Se estableció que la principal motivación para la visita es la recreación, sin embargo, por falta de diversidad y centralización en la oferta turística, la intención de permanencia en el destino es por un tiempo extremadamente limitado. Para incrementar el tiempo de estancia es primordial ejecutar proyectos encaminados en la diversificación y mejora de los atractivos y recursos turísticos que posee la parroquia.

Figura 29 Grupo de viaje de la demanda que visita Turi

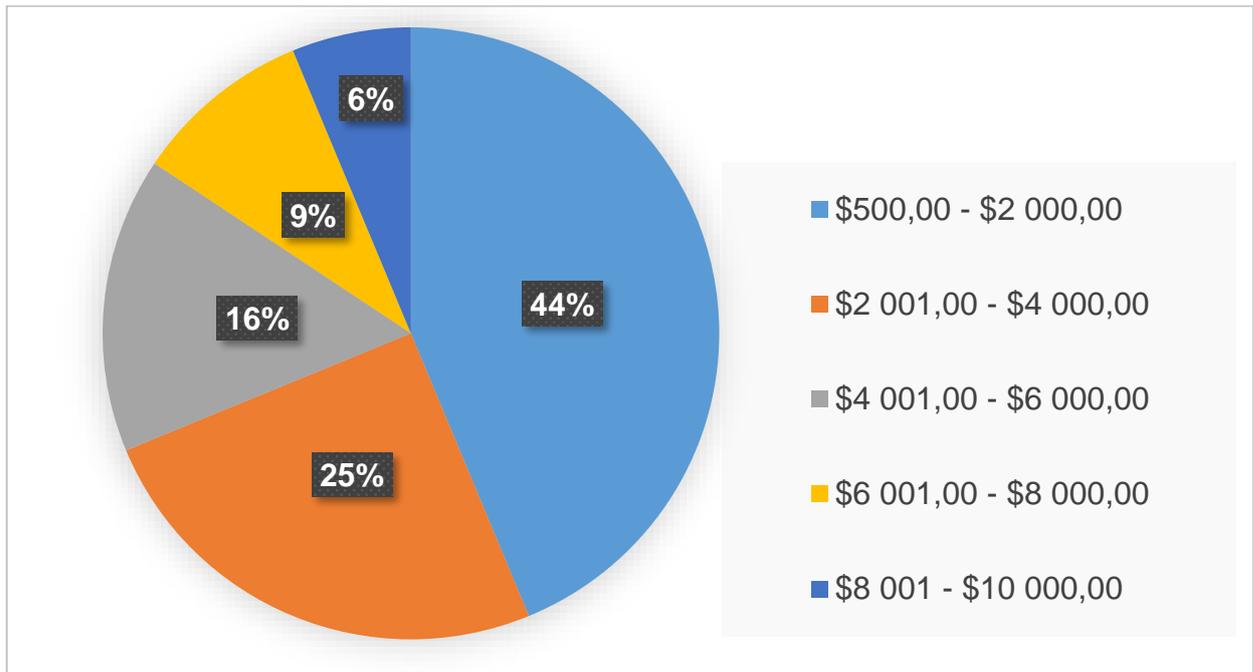
Nota: Elaborado por las autoras con base al trabajo de campo realizado.

En referencia al grupo de viaje de los visitantes que llegan a Turi, el 47,67% visita la parroquia con la pareja, seguido con el 23,26% que llegan con la familia, únicamente el 5,81% solo. Estos datos se cotejan con el estado civil, en donde se identificó que la mayoría de los visitantes se encuentran casados. Por tal motivo, se concluye la importancia de implementar actividades para toda la familia, además el nivel de preparación de los visitantes es tercer nivel, por tal motivo la debe abarcar temas como; responsabilidad con el medio ambiente, sociedad y aspectos de calidad.

Figura 30 Ingreso mensual aproximado de la demanda nacional que visita Turi

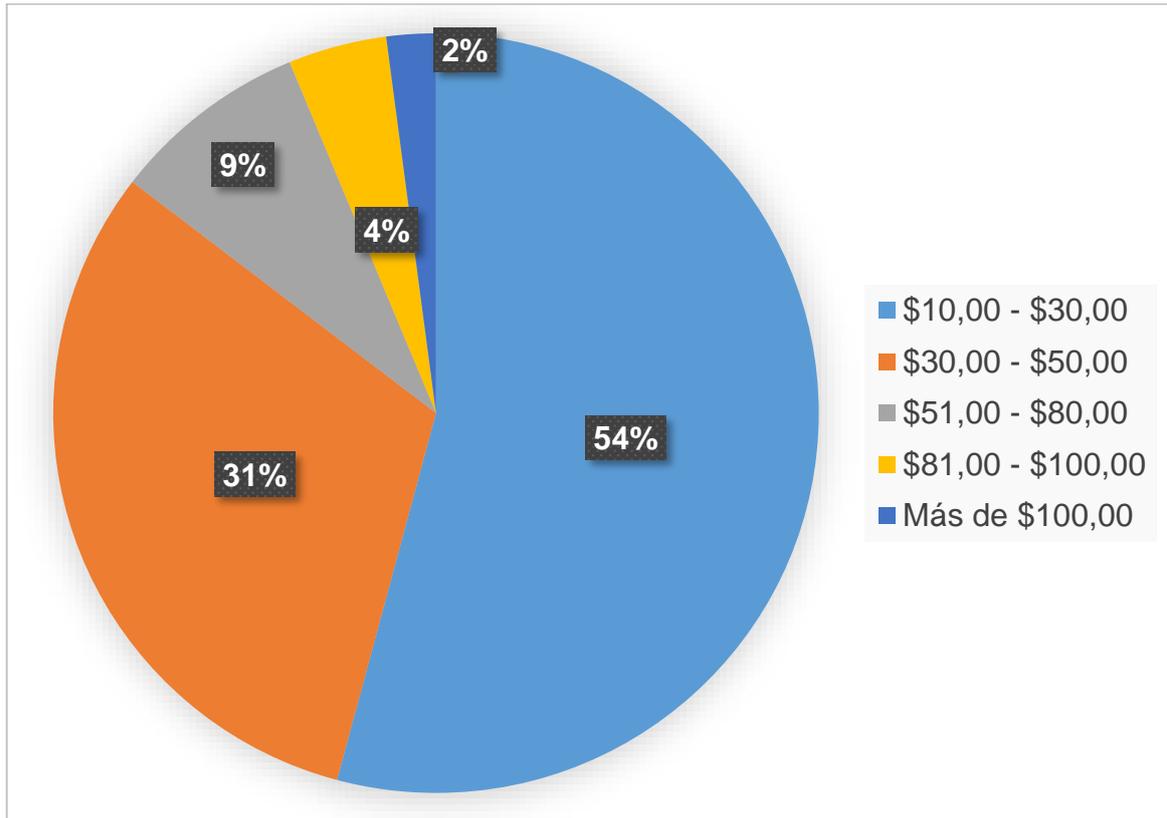
Nota: Elaborado por las autoras con base al trabajo de campo realizado.

De acuerdo al estudio realizado el 40% de los visitantes nacionales expresaron tener un ingreso mensual aproximado entre 301 a 500 USD, por lo cual el rango de precios de los diferentes productos y servicios debe estar acorde al ingreso del visitante nacional que llega a la parroquia.

Figura 31 *Ingreso mensual aproximado de la demanda internacional que visita Turi*

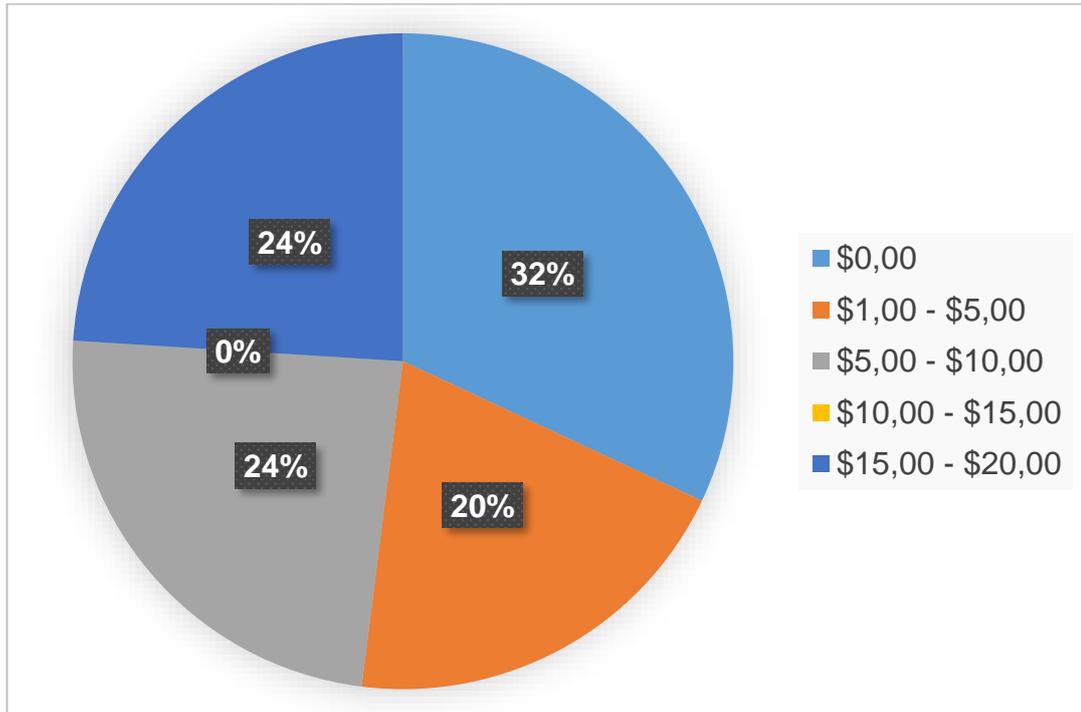
Nota: Elaborado por las autoras con base al trabajo de campo realizado.

Sobre el ingreso mensual aproximado de los extranjeros que llegan a Turi, un 44% respondió tener ingresos entre 500 USD y 2000 USD, sin embargo, su porcentaje de gastos por servicios y productos es menor en comparación a los turistas nacionales, generalmente llegan en los buses turísticos y no tienen intención de visitar otros lugares de la parroquia a más del mirador. La resistencia sobre la visita de otros sitios de interés es consecuencia de la escasez de la oferta turística, centralización y deficiencia en la calidad de los servicios. Estos resultados respaldan la premisa sobre la importancia de programas o proyectos que potencialicen la calidad y creación de nuevos emprendimientos turísticos, en donde los impulsores sean los pobladores de Turi.

Figura 32 Gasto durante la visita de la demanda nacional que visita Turi

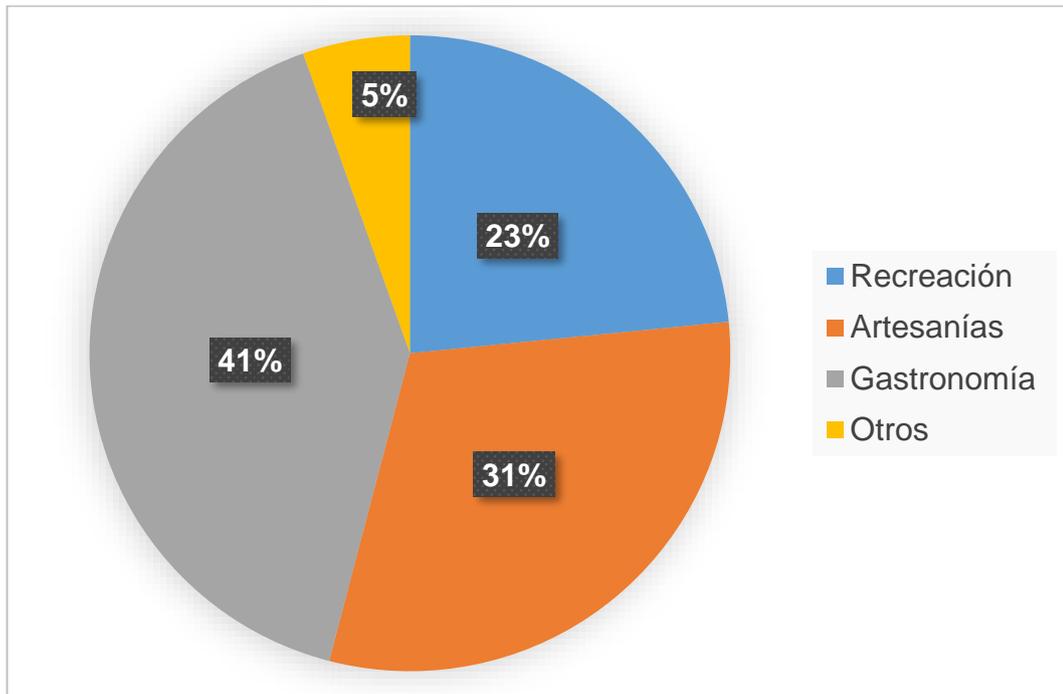
Nota: Elaborado por las autoras con base al trabajo de campo realizado.

Del total de los visitantes nacionales que visitan Turi, el 54,17% tiene un gasto promedio de 10USD a 30USD, mientras con un 31,25 % gastan de 30USD a 50 USD y finalmente con un 2,08% gastan más de 100USD, se concluye que el gasto promedio es mínimo debido a la poca oferta turística que posee el lugar.

Figura 33 Gasto promedio de la demanda internacional que visita Turi

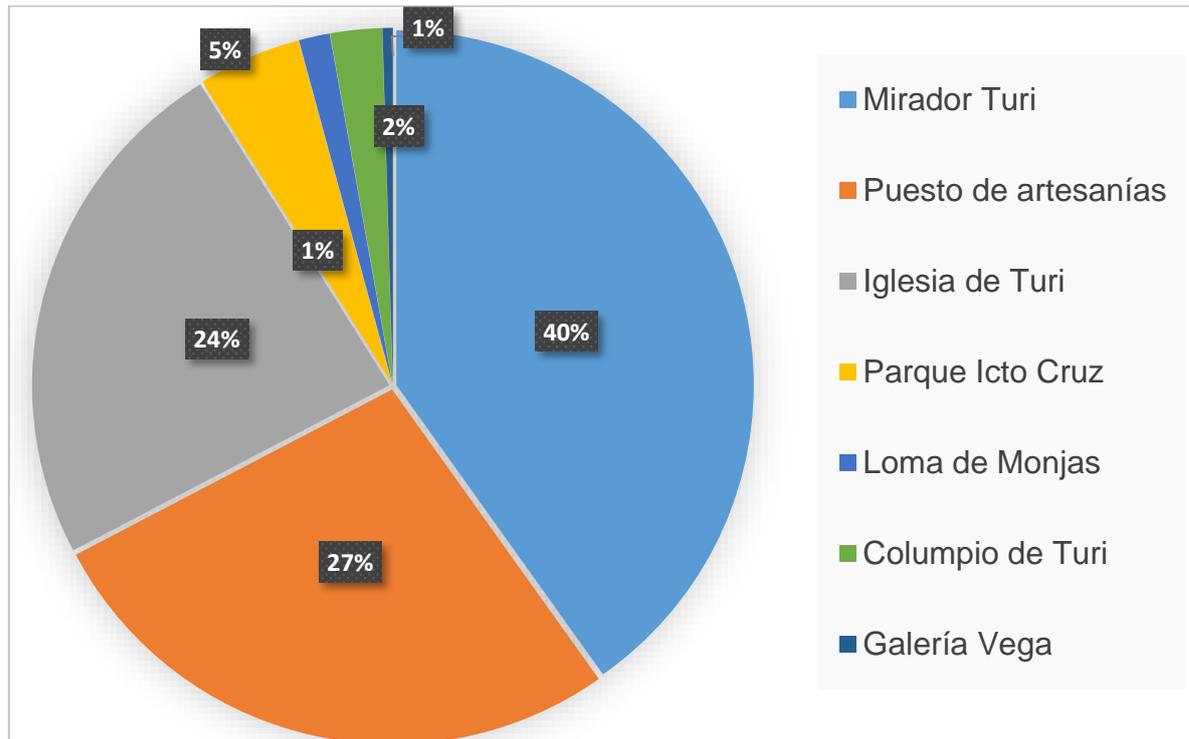
Nota: Elaborado por las autoras con base al trabajo de campo realizado.

Los resultados muestran que el 32% de los extranjeros encuestados respondieron tener un gasto promedio de 1USD a 5USD durante el tiempo que duró su visita. Se establece que el gasto promedio del turista extranjero es relativamente bajo en comparación al turista nacional. Para futuros proyectos es importante enfocarse en temas relacionados a la diversificación de oferta de servicios y productos de calidad, siendo importante involucrar a la población local.

Figura 34 *Distribución de gastos de la demanda que visita Turi*

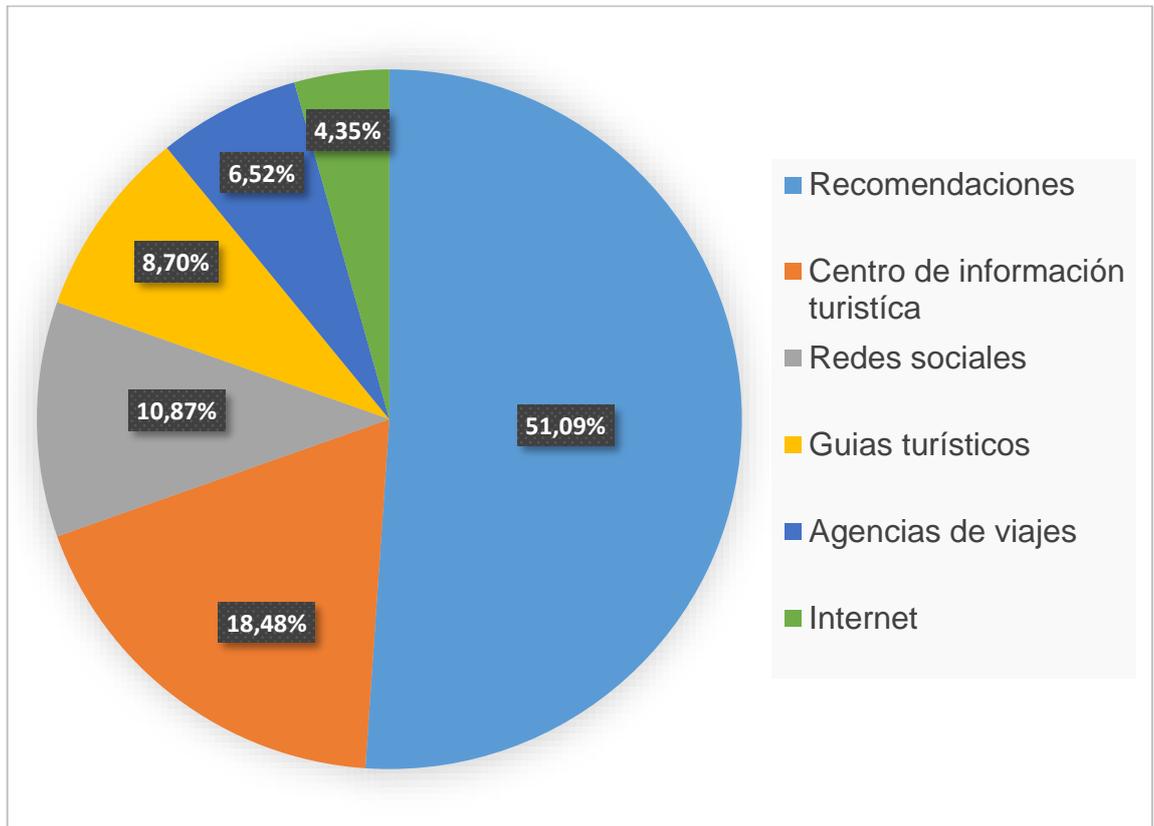
Nota: Elaborado por las autoras con base al trabajo de campo realizado.

En cuanto a la distribución de gastos durante la visita el 40,54% de los encuestados indicaron que su principal gasto es en gastronomía, resultado caracterizado en su mayoría por turistas nacionales; el 30,63% manifestó realizar compras de artesanías, respuesta expresada mayoritariamente por turistas extranjeros; finalmente el 23,42% de los encuestados destina un rubro para recreación en el mini teleférico o columpio de Turi. Estos datos permiten identificar la motivación de consumo de acuerdo al tipo de turista para proponer proyectos que incentiven emprendimientos locales a su reactivación, todo a favor de la diversificación turística con un beneficio comunitario.

Figura 35 Lugares que frecuenta la demanda que visita Turi

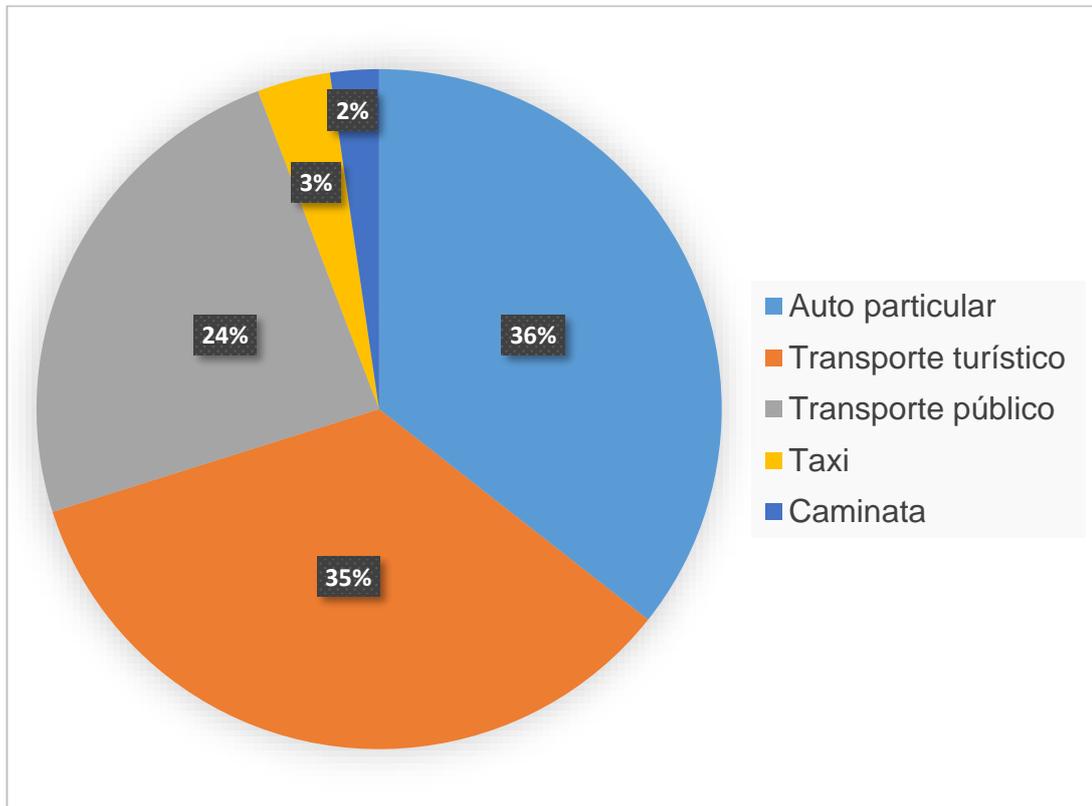
Nota: Elaborado por las autoras con base al trabajo de campo realizado.

Los lugares que frecuentan los visitantes son: el Mirador de Turi con un 40,19%, por ser el principal atractivo y punto de llegada recomendada por el ITUR ubicado en el centro de Cuenca, además porque se encuentra en la cabecera parroquial, por otro lado, el 27,10% de los encuestados expresó haber visitado el centro de artesanías. Se puede inferir que la escasa difusión de información no despierta el interés en realizar la visita de otros atractivos como el Parque Ecológico Icto Cruz. Dentro de la oferta de programas es importante considerar la creación de proyectos encaminados a la mejora de atractivos, potencialidades y recursos turísticos identificados, así como la capacitación de la población para generar productos turísticos de calidad.

Figura 36 Medios de difusión de la demanda que visita Turi

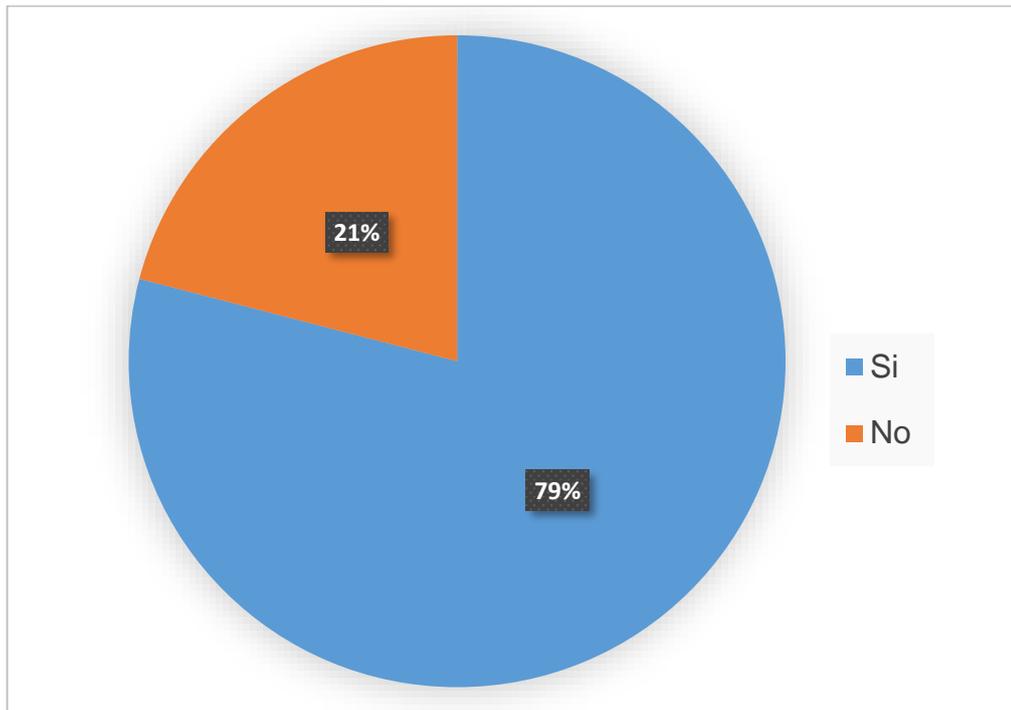
Nota: Elaborado por las autoras con base al trabajo de campo realizado.

Con relación al medio por el cual el visitante obtiene información turística de la parroquia, el 51% manifestó haber recibido recomendaciones de amigos y familiares; mientras que un 18,48% obtuvo información del ITUR en el centro de la ciudad. Los resultados demuestran que generar un impacto positivo en la primera visita es fundamental.

Figura 37 Medios de transporte que la demanda usa para llegar a Turi

Nota: Elaborado por las autoras con base al trabajo de campo⁹ realizado.

El principal medio de transporte utilizado por los encuestados para llegar a Turi es auto privado 35,63%, y con una mínima diferencia el servicio de transporte turístico con 34,48%; sin embargo, el 24,14% viaja en transporte público. Como consecuencia, es necesario crear proyectos para mejorar la infraestructura básica, entre ellos espacios de parqueo en los diferentes atractivos, realizar alianzas estratégicas para incrementar el número de frecuencias en el transporte público que une a la parroquia con el área urbana de la ciudad de Cuenca.

Figura 38 *Intención de una próxima visita de la demanda que visita Turi*

Nota: Elaborado por las autoras con base al trabajo de campo realizado.

En cuanto a la predisposición de una próxima visita, el 79,07% de los encuestados regresaría a la parroquia, dentro de los motivos están el Mirador de Turi es encantador, tranquilo, tiene un clima agradable, se puede observar toda la ciudad; mientras que el 20,93% no volverá y entre las razones para no regresar se identifica que: se encuentran de paso, no existe variedad de actividades recreativas, no hay una amplia oferta gastronómica, no hay actividades nocturnas a más de los bares, no se promocionan más sitios de visita en la parroquia, no hay información sobre actividades a realizar en Turi.

Con respecto a las recomendaciones para mejorar la experiencia turística en la parroquia Turi están: ampliar la oferta de actividades deportivas, más puestos de artesanías, mejorar la señalética y la limpieza, ofrecer actividades nocturnas como rutas de leyendas, más información en la página web de la parroquia y los lugares que



posee, los precios de los restaurantes existentes no deben muy altos y crear rutas de ciclismo.

2.3.2 Perfil de la demanda turística de la parroquia Turi, 2019

A continuación, se presenta una tabla resumen de los principales resultados obtenidos en el estudio de la demanda.

Figura 39 *Perfil de la demanda turística de la parroquia Turi, 2019*

INDICADOR	VISITANTE DE LA PARROQUIA TURI
Género	El 56,47 % corresponde a hombres y el 43,53% a mujeres.
Edad	El 38,37 % está en un rango de edad entre los 30 a 44 años, el 25,58 % a un rango de edad entre los 18 a 29 años.
Procedencia	El 59,52 % de los visitantes son nacionales, el 13,10% son locales, mientras que el 9,52 % proceden de América del Norte (Estados Unidos).
Estado civil	El 43,02% de los encuestados son casados y llegan acompañados de su pareja o familiares y el 32,56% son solteros.
Educación	El 36,05% tiene tercer nivel completo, el 27,91% tiene secundaria completa y 13,95 % tiene cuarto nivel.



Frecuencia de visita	El 90% de los visitantes llega por primera vez a Turi, generalmente por el mirador central, mientras que el 7 % regresa el fin de semana.
Motivación	El 78,82% visita Turi por recreación, generalmente para relajarse y el 7,06% para degustar la gastronomía.
Tiempo de permanencia	El 29,55% permanece en Turi 0h 30 minutos, el 28,41% se queda una hora, 22,73% visita el lugar por dos horas.
Grupo de viaje	El 47,67% llega acompañado por su pareja, mientras que el 23,26% va con su familia, únicamente el 5,81% va solo.
Ingreso mensual aproximado	El ingreso mensual aproximado de los visitantes nacionales es: con 40% de 301 a 500 USD, seguido con un 28,89% que gana de 901 a 1100 USD. En cuanto a los turistas extranjeros es el 43,75% gana de 500 a 2000 USD, mientras que el 25% tiene un ingreso de 2000 a 4000 USD.
Gasto durante la visita	El 54,17% tiene un gasto promedio de 10 a 30 USD, mientras con un 31,25% gastan de 30 a 50 USD, esto en relación a los turistas nacionales. Los extranjeros el 32% tienen un gasto promedio de 1 a 5 USD y el 24% de 5 a 10 USD.
Distribución de gastos	El 40,54% indicaron que su principal gasto es la gastronomía, seguido con un 30,63% en artesanías y el 23,42% gasta en recreación.
Lugares de visita	El 40,19% tiene como principal sitio de visita, el mirador de Central Turi, el 27,10% el puesto de artesanías, únicamente el 4,67 % va al Parque Ecológico Icto Cruz.



Medios de difusión	El 51,09% reciben información de Turi mediante recomendaciones de amigos y familiares, seguido de un 18,48% a través del Centro de Información Turística.
Medio de transporte	El 35,63% utiliza auto privado, con un grado porcentual de diferencia 34,48% se transportan en bus turístico.
Intención de visita	El 79,07% está predispuesto a regresar a Turi por su agradable mirador, mientras que el 20,93% está solo de paso.

Nota: Elaborado con base a información levantada en campo y a la información obtenida del estudio de la demanda de la parroquia Turi.

Con estos datos se concluye que el porcentaje de hombres y mujeres que visitan la parroquia Turi es proporcional, la mayor parte de los turistas viajan los fines de semana en pareja y en compañía de familiares.

Se debe priorizar al turista nacional pues su gasto es mayor en comparación al turista extranjero, también son los nacionales quienes permanecen más tiempo, buscan actividades deportivas y están en predisposición de volver.

Las principales razones identificadas por las cuales el turista no regresa son las siguientes: la parroquia Turi no posee una oferta variada de actividades de recreación, no existe oferta gastronómica diversa y se desconoce sobre otros sitios de interés turístico.



2.3 Percepción de las autoridades sobre la situación turística de la parroquia Turi

Para conocer la percepción de las autoridades sobre la situación turística de Turi, el equipo de trabajo realizó entrevistas a miembros del GAD parroquial. El Ing. Boris Chicaiza vocal del ámbito cultural considera que la actividad se encuentra centralizada en el sector Mirador Turi y sus alrededores, por varios factores entre ellos: la falta de nuevos recorridos ofrecidos por las empresas de servicios turísticos que diariamente transportan visitantes desde el centro de la ciudad de Cuenca hacia la parada Mirador Turi y la inexistencia de señalética turística que dirija al visitante hacia los sitios de interés alejados del centro parroquial.

Desde el gobierno parroquial se analiza la posibilidad de ejecutar proyectos de vinculación con la sociedad para impulsar el desarrollo económico local, además se indica que los recursos serán destinados a acciones sociales. Los interesados deberán presentar proyectos al GAD parroquial para ser beneficiarios de los recursos.

2.4 Estudio de la competencia

Para el estudio de la competencia se consideró la metodología y las recomendaciones técnicas establecidas en la *Guía para la formulación de planes de desarrollo turístico en territorios rurales*. Se compara las características del territorio de estudio con otras de la región o país. Esta herramienta facilita la identificación de similitudes con la competencia e identifica el elemento diferenciador del territorio a planificar (IICA, 2014, p. 49).



Analizar a la competencia es parte del diagnóstico turístico, identificar las similitudes directas e indirectas con otras parroquias es fundamental para prever futuras estrategias de diferenciación (Asociación de Municipalidades Ecuatorianas, 2016, p. 56). Se considera similitud directa cuando se ofrecen el mismo tipo de producto con atractivos similares; indirecta cuando un lugar brinda un servicio o producto complementario a los que el sitio pretende desarrollar. Este estudio muestra las oportunidades en el mercado turístico y permite identificar el elemento diferenciador. Se debe puntualizar la localización de los competidores, atractivos, sitios, productos de la competencia y precio.

Para esta investigación se consideró los resultados más relevantes del estudio de la oferta y se identificó a las parroquias con características similares para luego ser contrarrestadas con los rasgos de la parroquia Turi. Este procedimiento permitió conocer la competencia directa, su incidencia, peculiaridades y similitudes que posee con relación a Turi. Los resultados obtenidos permiten generar posibles proyectos de diferenciación turística, establecer rangos de precios y generar servicios innovadores según las tendencias del mercado local.



A continuación, se muestran los resultados obtenidos:

Tabla 26 Competencia turística para la parroquia Turi

Tipo de competencia	Lugar/Actividad	Parroquia	Ubicación	Servicios	Tarifa por Pax
Directa	Mirador	Baños	Av. Ricardo Durán (sur occidente de Cuenca, 40 minutos desde el centro)	Restaurantes	-
Directa	Ruta de los Miradores	LLacao	Barrio San Lucas	Incluye tres miradores, dos de ellos permiten observar toda la ciudad.	-
Directa	Fiestas en honor a la Virgen de Guadalupe (12 de diciembre)	Baños	Av. Ricardo Durán (iglesia de baños)	-	-
Directa	Rutas de ciclismo	Baños, San Joaquin, Ricaurte	-	Rutas de alta montaña, se organizan por grupos. Las rutas de San Joaquín llevan a aguas termales en Soldados.	-

Nota: Elaborado por las autoras con base a información levantada en campo.



Para el levantamiento de información sobre los servicios y actividades que se ofertan al aire libre en la parroquia se procedió a recolectar datos mediante trabajo de campo y el llenado de las matrices recomendadas por la Guía para la formulación de Planes de desarrollo turístico en territorios rurales (2014) del IICA. La siguiente información muestra datos de costo sobre servicios y actividades de la parroquia.

Tabla 27 *Servicios y actividades al aire libre que se ofertan en la parroquia Turi*

Actividad	Lugar donde se práctica	Costo
Columpio de Turi, Aventuri	Mirador central de Turi	\$ 4,50
Caminatas	Parque Icto Cruz	Sin costo
Ciclismo	Ruta de los miradores(mirador principal, loma de monjas, el calvario, el Recreo, cerro el Verde, cerro Boquerón, mirador antenas)	Sin costo (organizado por grupos)
Ciclismo	Bosque Boquerón	Sin costo
Cabalgata	Bosque Boquerón	\$ 75,00

Nota: Elaborado por las autoras con base a la información levantada en campo.

Los medios de transporte son un activo importante para el turismo, para este proyecto se comparó la información obtenida mediante el GAD de Turi con lo identificado durante la recolección de datos in situ. A continuación, se muestra datos relacionados al transporte existente en la parroquia.

**Tabla 28** Medios de transporte hacia la parroquia Turi

TRANSPORTE					
Compañía	Turnos	Clasificación	Itinerario	Dirección	Teléfono
Van Service	Cinco turnos diarios	Transportacion turistica	Parque Calderón, Museo del Sombrero, Museo Pumapungo, Mirador de Turi, Mall del Rio	Julio Torres y Blizario Andrade	+593 07 2888298
Pazhuca Tours	Cuatro turnos diarios	Transportacion turistica	Parque Calderón, Parque San Sebastián, Museo del Sombrero, Museo Pumapungo, Mirador de Turi, Mall del Rio	Julio Torres y Blizario Andrade	+593 999860067
Tomebamba	Desde las 6h00 am hasta las 20h00 pm, frecuencia cada media hora	Transporte publico	Punta Corre - carcel CRS Turi - Puente Centenario	Av. 24 de mayo 41 - 14 y vía al Valle	+593 07 4096118

Nota: Elaborado por las autoras con base a la información levantada en campo.

Cabe mencionar que la parroquia Turi no cuenta con transporte turístico local, sin embargo, al mirador central llegan los buses turísticos desde el centro de la ciudad de Cuenca, además hay dos líneas de buses de transporte público que conectan parcialmente la parroquia.

A continuación, con la metodología recomendada se presenta un breve análisis y se establece el estado actual de la infraestructura básica para generar estrategias



asertivas; la investigación se realizó mediante trabajo in situ durante el mes de noviembre del año 2019. La matriz infraestructura es un resumen de los principales aspectos para desarrollar la actividad turística, explica si la parroquia Turi cuenta o no con servicios básicos y sus proveedores (IICA, 2014).

Tabla 29 *Infraestructura turística de la parroquia Turi*

Categoría	Tipo	Subtipo	Información
1. Transporte	Terrestre	Red de carreteras	Turi - Tarqui - El Verde, San Agustín - Patapamba - Acalaca
		Vulcanizadora	Uno
		Señalización	Tiene
		Servicio publico	Uno
		Servicio turístico	Dos
		Terminal de buses	Ninguno
2. Comunicaciones	Postal	Código postal	10213
	Telefónico	Fijo y móvil	ETAPA, Claro, Movistar, Tuenti, CNT
	Internet		ETAPA, Claro, Movistar, Tuenti, CNT
3. Sanidad	Red de agua	Agua Potable	Tiene
		Pluvial	Tiene
	Red de desagües Recolección de basura	Vehículo de recolección	Uno Dos: Mirador de Turi, Dispensario medico del Seguro Campesino
		Salud	Centro de salud
4. Energía	Red eléctrica	Alumbrado publico	Tiene
		Servicios domiciliarios	Tiene
	Combustibles	Gasolineras	Uno, redondel 12 de octubre

Nota: Elaborado por las autoras con base a la información levantada en campo.



2.5 Tendencias de consumo

Identificar la tendencia de consumo en la industria del turismo es indispensable para una futura planificación turística de un territorio. Implica saber sobre: la motivación de viaje de la demanda, tendencias mundiales actuales, hábitos de consumo, preferencias en servicios y actividades, requerimientos obligatorios y formas de viajar del turista (IICA, 2014, p. 49). Identificar las tendencias de consumo permite orientar la planificación hacia los requerimientos del mercado; además conocer la afinidad del consumidor permite generar proyectos que conjugan la oferta del territorio con las características de la demanda y las actividades según las necesidades actuales del territorio y la industria.

El Ministerio de Turismo del Ecuador en su *Informe de tendencias globales en consumo, tecnología y turismo 2019* explica que los acontecimientos de cambio climático y el constante avance de la tecnología han generado cambios en los hábitos de consumo de la población del 2019 y de los siguientes años. Por consiguiente, las personas son más autosuficientes, con la ayuda de aplicaciones tecnológicas, pues se tiene al alcance servicios personalizados; a esto se le suma que los seres humanos requieren servicios de manera inmediata, que ya no están dispuestos a esperar. Finalmente, para el viajero generar un impacto positivo en el ambiente está convirtiéndose en prioridad.

En los últimos años la tendencia hacia la digitalización en el turismo se ha convertido en una necesidad que se debe combinar con las otras tendencias de consumo. Las micro empresas deben automatizar procesos que permitan una



minimización de costos, mejora en eficiencia y ofrecer productos mediante redes de información.

Por otro lado, la inteligencia en marketing se enfoca en desarrollar estrategias de mercadeo especializadas en atraer consumidores específicos de interés y brindarles experiencias personalizadas, es decir los clientes pueden probar sus productos virtualmente antes de comprarlos (Ministerio de Turismo, 2019, pp. 2-3).

Estas tendencias se aplican con mayor fuerza a la oferta de productos y servicios turísticos, las microempresas necesitan páginas confiables que garanticen la seguridad del consumidor protegiendo los datos y garantizando el servicio, pues aumentar y mantener la ocupación depende de la calificación que los clientes asignan en redes sociales, además si el producto ofrecido cumplió con las expectativas del consumidor (Rangel, Ochoa, Azuela y Hernández, 2019).

El móvil es un elemento fundamental en los viajes, es la principal herramienta para compartir información en tiempo real y con mayor alcance, además puede ser el principal canal de promoción sin coste alguno al momento que el viajero comparte sus experiencias. Desarrollar aplicaciones diseñadas en viajes puede ayudar a destinos y empresas turísticas a tener comunicación directa con sus clientes y poder recabar información de su comportamiento (Rangel, Ochoa, Azuela y Hernández, 2019).

Por otra parte, hay tendencias contrarias al mundo digital, dando importancia a experiencias de la vida real y la convivencia con nativos; así pues, se eligen destinos con herencia cultural fuerte y conciencia ambiental, originando la tendencia hacia la calidad, menos productos genéricos, más productos únicos, artesanales y amigables



con el medio ambiente, eso les hace sentir como si estuvieran contribuyendo al cuidado del planeta (Ministerio de Turismo, 2019, pp.3-4).

Como consecuencia surge la tendencia de responsabilidad social, los consumidores conocen sobre el respeto hacia otros seres humanos y animales. Creando satisfacción, disfrute y beneficio percibido al contribuir con empresas socialmente responsables, compensando a proveedores turísticos con la preferencia y construcción de una buena imagen (Rangel, Ochoa, Azuela y Hernández, 2019, pp. 45-46). Según los antecedentes identificados y la tendencia actual Turi puede convertirse en un sitio que cumpla con las expectativas y responder a las motivaciones del turista de hoy.

A nivel mundial, como consecuencia de la crisis sanitaria del año 2020 el flujo de turistas internacionales ha disminuido casi en su totalidad; afectando las cifras del turismo emisor internacional y la casi erradicación del turismo tradicional de masas como: el turismo cultural y el de sol y playa. La parroquia Turi no es ajena a las circunstancias, por tal motivo la planificación debe estar orientada a cumplir con las necesidades y motivaciones del turista nacional.

En el caso particular del Ecuador se han tomado varias medidas para la reactivación del turismo, el gobierno nacional generó una iniciativa denominada “Te prometo Ecuador” con el fin de incentivar los viajes hacia localidades rurales. Una respuesta acertada a las tendencias de consumo que apuntan a viajes esporádicos, de corta duración, a bajo costo, con responsabilidad social, hacia destinos con particularidades naturales, culturales y paisajísticas, preferiblemente hacia lugares cercanos de las grandes ciudades.



En el contexto de la pandemia mundial son importantes las buenas prácticas sanitarias de prevención, en consecuencia se ha emitido la Guía General de Medidas de Bioseguridad para Destinos Turísticos al momento de su reactivación, en el contexto de la Emergencia Sanitaria por Covid-19 (2020) del Ministerio de Turismo del Ecuador; cuyo objetivo principal es establecer lineamientos de bioseguridad para los destinos con el propósito de fortalecer las actividades de prevención en turistas y prestadores de servicios. A su vez la capacitación del personal y la implementación de las medidas recomendadas es responsabilidad de los gobiernos locales.

La parroquia Turi, al ser una localidad rural adyacente a la ciudad de Cuenca, se convierte en un destino destacado que es preferido por aquellas personas que desean realizar actividades recreativas al aire libre, o que demanden esfuerzo físico medio y sin la necesidad de invertir mayor tiempo y dinero.

Por lo expuesto es importante que la planificación turística de la parroquia esté basada en las tendencias y motivaciones del turismo actual, además de cumplir con los requerimientos sanitarios básicos establecidos por la autoridad competente.

2.6 Análisis de la vocación turística

La vocación turística hace referencia al inventario material e inmaterial de los atractivos turísticos, a las características y rasgos de un determinado lugar. De la misma forma se refiere a la predisposición, interés y compromiso de la población local hacia la actividad turística, para involucrarse y desempeñarse en el turismo de su territorio (Amaya, 2014).



La importancia de la parroquia Turi dentro de la oferta turística de Cuenca, radica en el Mirador de Turi que es conocido localmente como el punto de visita panorámico y una parroquia rural con facilidades de acceso.

Las actividades predominantes de la población de Turi son: ganadería, agricultura, actividades relativas a la construcción, actividades textiles y la producción de artesanías, convergiendo todo en un medio rural en expansión.

Se entrevistó a la Licenciada Yolanda Lojano por parte del GAD parroquial de Turi, encargada de la parte económica, quien manifestó que en éste ámbito existe predisposición para la inversión en proyectos que permitan mejorar la actividad turística, a través de la generación de espacios y actividades que posibiliten a la población local capacitarse e involucrarse en el turismo. Además, que el uso del espacio paisajístico y los oficios de la población son opciones a considerar para la generación de nuevos atractivos turísticos

Luego del análisis de la oferta de la parroquia Turi se identificó sitios de interés que cumplieron con las pautas establecidas, los resultados muestran diez atractivos denominados como manifestaciones culturales y tres como atractivos naturales, a continuación, se presenta una tabla resumen del inventario de atractivos turísticos de Turi.

**Tabla 30** *Inventario de atractivos turísticos de Turi*

	TIPO DE ATRACTIVO	NOMBRE	DIRECCIÓN
JERARQUÍA II (30 - 60)	Natural	Bosque Protector Municipal Boquerón	Vía Turi – El Valle Km6
	Natural	Parque Ictocruz	Comuna Ictocruz, vía a la cárcel
	Cultural	Fiesta de El Carmen de Guzho	Autopista Cuenca -Azogues, entrada comunidad Carmen de Guzho
	Cultural	Fiesta de parroquialización	Avenida Mirador de Turi, Mirador de Turi
	Cultural	Fiesta de San Agustín	Vía a Punta Corral, Iglesia de San Agustín
	Cultural	Iglesia de San Agustín	Vía a Punta Corral, casa comunal
	Cultural	Iglesia de Nuestra señora de la Merced de Turi	Turi Centro, Avenida Mirador de Turi
	Cultural	Iglesia del Cisne	Vía Punta Corral, Km 2
JERARQUIA I (11 - 35)	Cultural	Iglesia del Carmen de Guzho	Autopista Cuenca – Azogues, entrada comunidad Carmen de Guzho
	Cultural	Iglesia de Tres Marías	Vía Punta Corral, Km1
	Natural	Mirador de Turi	Turi Centro, Avenida Mirador de Turi
RECURSO (0 - 10)	Natural	Mirador Padre Julio Matovelle	Comunidad Charon Ventanas, a metros de la casa comunal

Nota: Elaborado por las autoras en base al trabajo de campo realizado.



Por otro lado, en el estudio de la demanda se estableció un perfil de viajero que refleja un adulto, joven, físicamente predispuesto a realizar actividades al aire libre que requieren esfuerzo físico medio y se encuentra atraído por aquellas que involucran la naturaleza y comunidades locales de manera responsable y consciente.

Para concluir, las características físicas y culturales de la parroquia definen que la vocación turística de Turi esta direccionada hacia el turismo rural, en consecuencia, los proyectos a proponer deben generar actividades al aire libre que involucren a la población local a través del turismo comunitario, desarrollando tipologías de turismo que pueden adaptarse de mejor manera a las características sociales, económicas y ambientales de Turi.

A continuación, se desglosan los pasos para identificar las necesidades y la propuesta del proyecto:

- a) Mapa de actores; identifica a los actores directos e indirectos interesados en turismo
- b) Identificación de problemas
- c) Matriz FODA

A continuación, se realiza el mapeo de actores que identifica los grupos interesados y su incidencia en la actividad turística de la parroquia.

2.8 Mapeo de actores

El mapeo de actores permite identificar quienes son los involucrados y el grado de participación; a su vez el resultado de esta estrategia permite extraer los problemas



del territorio. Para ejecutar este apartado se usó la metodología de *La Guía para la formulación de planes de desarrollo turístico en territorios rurales*, esta propone elaborar una entrevista estructurada o semi estructurada para encontrar la información requerida (IICA, 2014, pp. 67-68).

El primer paso involucra convocar a una reunión a todos los interesados, con el fin de analizar el diagnóstico del territorio y obtener de primera mano los principales problemas, fortalezas, oportunidades y amenazas que tiene el turismo para desarrollarse (Asociación de Municipalidades Ecuatorianas, 2016, pp. 58-59).

El equipo de trabajo previa gestión y acercamiento con funcionarios públicos definió una fecha para desarrollar la entrevista semi estructurada e identificar los principales actores. La información obtenida muestra datos sobre los grupos interesados con el desarrollo del turismo en Turi. Los resultados de la misma se presentan a continuación.

Actores involucrados en el ámbito turístico de la parroquia Turi:

- Presidente de Gobierno Autónomo Descentralizado de la parroquia Turi
- Vocal de ámbito económico
- Vocal de ámbito ambiental
- Vocal de ámbito social
- Vocal de ámbito cultural
- Presidente del proyecto NERO
- Representantes de las 23 comunidades de la parroquia Turi
- Dueño del bar-restaurante La Colina de Turi



- Dueña de la cafetería El Ventanal
- Dueño del café-bar El embrujo de Jean
- Representantes de las asociaciones de la parroquia Turi
- Habitantes locales

2.9 Identificación de problemas

La actividad posterior al mapeo de actores es la identificación de problemas y este es el paso previo para la elaboración de la Matriz FODA. (IICA, 2014, p.79). Los actores junto al equipo de trabajo son quienes procedieron a identificar los problemas, el procedimiento a seguir es: de manera conjunta se inicia con una lluvia de ideas que son clasificadas de acuerdo a su incidencia en el desarrollo del turismo y los resultados obtenidos forman parte del análisis FODA.

Luego de identificar a los actores la idea original era organizar una reunión con los interesados, sin embargo, debido a la pandemia por el virus COVID 19 no se pudo realizar el acercamiento, en consecuencia mediante llamadas telefónicas a los actores durante el mes de marzo se pudo desarrollar el siguiente paso, que es la identificación de los problemas, los resultados se exponen a continuación:

1. Centralización de la actividad turística en la cabecera parroquial, por ejemplo: la infraestructura básica se concentra en un solo sitio, deficiencia de transporte dentro y hacia las comunidades más lejanas y señalización turística precaria. Perjudica directamente en la diversificación de la oferta turística de Turi.



2. Las asociaciones interesadas no poseen el conocimiento adecuado sobre turismo, en consecuencia, existe: desinterés en desarrollar oferta turística de calidad, desvinculación entre la actividad turística y el agro, escaso aprovechamiento de los recursos naturales, culturales y paisajísticos de la parroquia, falta de conciencia cultural y ambiental que impide la conservación de los recursos turísticos. En consecuencia: los servicios turísticos carecen de calidad y no cumplen con las expectativas del visitante.

3. Débil promoción turística de los atractivos turísticos naturales y culturales que posee la parroquia, como, por ejemplo: la información histórica y cultural que se maneja es desactualizada, los sitios de interés no son tomados en cuenta para la promoción. Por lo tanto, son varios los atractivos que no son conocidos y no alcanzan su potencial turístico.

4. Los funcionarios de la parroquia Turi no poseen formación técnica en el ámbito del turismo y provoca que: no exista una guía que conduzca los proyectos y se planifique nuevas actividades turísticas. Por tal motivo, el desarrollo del turismo de la parroquia Turi es desordenada y sin concordancia con las necesidades de la comunidad y los visitantes.

Con los problemas identificados se procede con el análisis FODA.

2.10 Análisis FODA

El análisis FODA es una herramienta que facilita el análisis de toda la información que se tenga sobre una organización, situación, función o lugar, a partir de las relaciones entre variables y permite diseñar estrategias sobre la base del



análisis de factores internos y externos. El objetivo es conocer la realidad del lugar a planificar, pero también productos, grupos de productos, áreas funcionales e inclusive empresas. Todo ello para tomar decisiones efectivas y desarrollar las estrategias más adecuadas (Rivero, 2018, p.3). Según la Guía para la formulación de planes de desarrollo turístico en territorios rurales este proceso involucra tres etapas: matriz FODA, construcción de escenarios y la matriz FODA de impactos cruzados. Así pues, se desarrollarán los pasos para identificar los posibles programas y proyectos de acuerdo al escenario de la parroquia Turi.

2.10.1 Matriz FODA

La matriz FODA se basa en los problemas previamente identificados y consiste un análisis interno que corresponde a la identificación de las Fortalezas y Debilidades; y el análisis externo que involucra la identificación de las Oportunidades y Amenazas. El objetivo es conocer las principales falencias y sus posibles soluciones para elaborar propuestas de acorde a la realidad y necesidades de la parroquia Turi, además es un paso previo para la construcción de escenarios. A continuación, se muestra el análisis FODA.

Análisis interno

Fortalezas

F1. Presencia de recursos naturales y culturales con potencial turístico: Mirador Loma de Monjas, Mirador Cerro Boquerón, fiestas populares de parroquialización y comunitarias en todo el territorio.



F2. Ubicación estratégica de la parroquia, se encuentra ubicada aproximadamente a 20 minutos del centro de la ciudad de Cuenca.

F3. La parroquia se encuentra conectada a la ciudad de Cuenca con una vía de primer, adicionalmente existe una importante red vías de segundo orden y caminos vecinales que conecta las diferentes comunidades entre sí, facilitando la interconexión y el acceso hacia los diferentes atractivos turísticos como la Loma de Monjas y Cerro Boquerón.

F4. Turi es un importante atractivo turístico dentro de la oferta turística que posee la ciudad de Cuenca.

F5. Semanalmente se evidencia la afluencia que posee la parroquia para la realización de actividades al aire libre como: observación del paisaje, trekking, canoping y campamento turístico.

F7. La circulación vehicular es reducida en varios caminos vecinales y permite que varios turistas locales provenientes en su mayoría de la ciudad de Cuenca puedan realizar rutas de ciclismo sin mayores inconvenientes.

F8. Recuperación de las actividades agroecológicas y reconsideración del turismo rural como una oportunidad para resguardar las actividades y costumbres tradicionales.

Debilidades

D1. Falta de planificación en el sector turístico de la parroquia Turi

D2. Centralización de la actividad turística en la iglesia y Mirador de Turi, y su área de influencia, determinando que la mayor parte de la planta turística se encuentra en este sitio.

D3. Escasa diversificación en la oferta de productos turísticos en otras comunidades de la parroquia.



D4. Débil promoción y escasa información de los atractivos turísticos naturales y culturales que posee la parroquia, como el Parque Ecológico Icto Cruz, Bosque Boquerón, el Mirador de Loma de Monjas, la Ruta de los Miradores propuesta por el GAD de Turi.

D5. Falta formación turística a los grupos interesados en emprender o gestionar establecimientos y servicios turísticos de calidad.

D6. Atractivos turísticos naturales se encuentran en un proceso de deterioro causado por el abandono y la falta de cuidado.

D7. Sistemas básicos deficientes en las localidades próximas a los recursos turísticos.

D8. Poca frecuencia de transporte público desde la ciudad de Cuenca hacia la parroquia y sus recursos turísticos.

Análisis externo

Oportunidades

O1. Interés para la implementación y ejecución de actividades turísticas sostenibles por parte del GAD municipal de la ciudad de Cuenca y la Prefectura del Azuay.

O2. Incremento en la afluencia de turistas por la cercanía con la ciudad de Cuenca y por el reconocimiento local y nacional del Mirador de Turi.

O3. La motivación de una nueva visita que genera disfrutar el Columpio de Turi, el Mirador de Turi, y la gastronomía típica.

O4. El gobierno central considera al turismo rural como una clara opción para la reactivación de la industria del turismo en tiempos de Covid-19.

O5. Nuevas tendencias de consumo turístico que se inclinan hacia el turismo en zonas rurales como consecuencia de la pandemia del virus Covid -19.



O6. Incremento en la práctica de ciclismo y trekking hacia zonas rurales se evidencia en jóvenes y adultos jóvenes, quienes semanalmente deciden visitar diferentes parroquias rurales con altos recursos paisajísticos y geografía que facilita la práctica de deportes al mismo tiempo que garantiza el cumplimiento de las medidas de sanitarias recomendadas por las autoridades de salud como consecuencia de la pandemia.

O7. Creación y emisión de Protocolos de Bioseguridad de Alojamiento, Alimentos y Bebidas y Agencias por parte del Ministerio de Turismo.

O8. Como resultado de la crisis sanitaria del año 2020 el porcentaje de migración se ha reducido, varios pobladores han retomado sus actividades de agricultura y ganadería.

O9. Cambio de la motivación y gustos en el mercado.

Amenazas

A1. La continua expansión urbana supone la eliminación de cultivos tradicionales de maíz, fréjol, habas y hortalizas; por la construcción de inmuebles que perjudican el recurso paisajístico de la parroquia Turi.

A2. Crisis económica y social ocasionada por las diferentes decisiones y sus restricciones en pro de la seguridad sanitaria de las diferentes ciudades del mundo ha ocasionado que el flujo de la actividad económica se deteriore causando estragos en la economía local, nacional e internacional, notándose en el declive de la demanda turística hacia los diferentes destinos.

A3. La crisis sanitaria mundial causada por el Covid – 19 ha ocasionado que el porcentaje de visitantes extranjeros se reduzca drásticamente, causando que las cifras de ocupación se reduzcan a cero provocando el quiebre de varias empresas turísticas.



A4. Cambios de autoridades y periodos políticos.

A5. Inexistencia de incentivos para nuevos proyectos turísticos por parte del GAD de Turi, y de otras instituciones.

A6. Cambio constante en las políticas públicas de estado como consecuencia de la crisis sanitaria causada por el Covid – 19.

A7. Incremento porcentual en los niveles de delincuencia causada por la actual crisis sanitaria y sus consecuencias económicas consiguientes.

Con la información obtenida en el análisis FODA se prosigue con la construcción de escenarios.

3. 10.2 Construcción de escenarios

La construcción de escenarios es un paso previo para la matriz FODA de impactos cruzados, pues permite visualizar y analizar la realidad del territorio, para ello se considera los factores internos: fortalezas y debilidades; factores externos: oportunidades y amenazas (IICA, 2014, p. 76). Esta actividad posibilita construir estrategias con base a posibles escenarios identificados. A continuación, se presenta escenarios con base a la matriz FODA.



Tabla 31 Resultados de análisis y construcción de escenarios con base a la matriz FODA

		Análisis Interno																
		Fortalezas								Debilidades								
		F 1	F 2	F 3	F 4	F 5	F 6	F 7	F 8	D 1	D 2	D 3	D 4	D 5	D 6	D 7	D 8	
Análisis Externo	Oportunidades	O 1	4	3	2	2	3	3	3	2	3	4	2	4	3	3	2	3
		O 2	3	2	4	4	3	4	4	3	4	5	4	4	4	5	4	4
		O 3	6	2	4	3	3	5	5	5	1	3	5	5	5	5	4	3
		O 4	3	3	5	2	2	4	2	2	5	1	5	4	4	3	4	2
		O 5	4	1	2	1	3	3	3	3	6	2	4	5	5	2	5	1
		O 6	2	5	3	4	1	5	4	2	2	5	3	4	2	1	2	5
		O 7	3	6	4	5	4	4	5	2	4	6	5	6	3	2	1	2
		O 8	2	4	5	6	5	2	2	5	5	4	6	5	5	1	2	3
	Amenazas	A 1	5	2	2	3	4	5	3	1	1	1	4	2	4	5	2	4
		A 2	6	3	1	2	2	4	1	3	3	5	5	3	5	2	3	5
		A 3	4	4	3	5	4	4	2	4	2	3	2	4	4	4	2	4
		A 4	3	2	5	4	4	6	5	5	5	1	3	5	5	3	5	4
		A 5	5	6	4	2	3	2	6	2	3	5	5	4	5	5	5	4
		A 6	4	3	2	5	3	3	3	1	6	4	4	5	5	4	2	2
		A 7	6	5	2	5	4	5	2	3	5	2	5	5	4	2	4	5
		A 8	4	5	3	6	2	2	4	4	2	3	2	4	3	5	1	3
SUMA		6	5	5	5	5	6	5	4									
		4	6	1	9	0	1	4	7	57	54	64	69	66	52	48	54	

Nota: Elaborado por las autoras.

La ponderación de la Matriz FODA nos permite analizar e identificar la estrategia que más convincente dependiendo del escenario del territorio.

**Tabla 32** Ponderaciones para realizar la Matriz FODA

1	2	3	4	5	6
Muy bajo	Bajo	Medio	Medio alto	Alto	Muy alto

Nota: Las ponderaciones son una herramienta valorativa para la construcción de escenarios de la matriz FODA

A continuación, se presenta los resultados de la Matriz FODA.

Tabla 33 Resultados de la Matriz FODA

Fortalezas/ Oportunidades	215	Débilmente proactivo
Debilidades / Oportunidades	231	Fuertemente proactivo
Fortalezas / Amenazas	227	Fuertemente reactivo
Debilidades / Amenazas	223	Fuertemente reactivo

Nota: Elaborado por las autoras.

El resultado de la tabla anterior muestra que la parroquia Turi es fuertemente proactivo, nos indica que se deben generar estrategias para aprovechar las oportunidades y minimizar las debilidades. Los proyectos deben estar encaminados a impulsar los aspectos positivos de las oportunidades y mejorar las debilidades de la parroquia vinculando los actores que impulsan la actividad turística a la generación de nuevos emprendimientos.

El siguiente paso es la construcción de la matriz FODA de impactos cruzados.



2.10.3 Matriz FODA de impactos cruzados

Teniendo en cuenta la matriz FODA y la construcción de escenarios se prosigue con la elaboración de la matriz FODA de impactos cruzado. Esta herramienta analiza las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas en forma general; y se trazan las estrategias **DO**, **DA**, **FO** y **FA**, que son estrategias de debilidades y oportunidades, debilidades y amenazas, fuerzas y oportunidades y estrategias de fuerzas y amenazas. (IICA, 2014). Los resultados obtenidos influyen en la elaboración del portafolio de programas y proyectos.

Tabla 34 Matriz FODA de impactos cruzados

		Análisis interno	
		Fortalezas F1 F2 F3 F4 F5 F6 F7 F8	Debilidades D1 D2 D3 D4 D5 D6 D7 D8
Análisis externo	Oportunidades O1 O2 O3 O4 O5 O6 O7 O8	Estrategias FO	Estrategias DO
		Estudiar nuevos proyectos de turismo rural y de aventura(F1,F2, F5, O4, O6, O7)	Estudiar nuevos proyectos turísticos de turismo rural y de aventura(F1,F2, F5, O4, O6, O7)
		Consolidar alianzas entre las autoridades y la población para el desarrollo de turismo comunitario (F3,O1,)	Promover la capacitación y formación en temas turísticos a los actores directos involucrados en el sector turístico (D3,D5,D6 ,O2,O4)



		Valorar los recursos culturales y naturales de la parroquia (F4, O5)	Promocionar y posicionar la parroquia como un destino rural mediante planes de manejo turístico (D4,O7)
			Difundir los elementos culturales y naturales de la parroquia (D2,O3)
		Estrategias FA	Estrategias FA
	Amenazas A1 A2 A3 A4 A5 A6 A7 A8	Adaptar la oferta turística existente y las futuras a las nuevas medidas sanitarias mundiales(F5, F7, F8, A3, A4)	Dirigir la actividad turística hacia la conservación de los elementos culturales y naturales además proponer como una opción de desarrollo socioeconómico y ambiental(D2, D3, D7, D8, A1,A2)

Nota: Elaborado por las autoras con base a la información recolectada en campo.

Reflexión y criterios del capítulo dos

Entre el último trimestre del año 2019 y el mes de enero del año 2020 se desarrolló el estudio de la oferta y la demanda en la parroquia Turi. El estudio de la demanda permitió identificar el perfil del visitante que posee la parroquia; el estudio de la oferta permitió conocer la realidad de los emprendimientos turísticos, sus necesidades, falencias y mediante la elaboración del inventario de atractivos turísticos



se identificó la realidad de la oferta turística de Turi. El estudio realizado forma parte de la línea base para la planificación turística de la parroquia Turi.

El mapeo de actores se realizó mediante conversaciones directas entre las autoridades del GAD, prestadores de servicios y el equipo de trabajo; conocer su punto de vista permitió identificar las posibles amenazas, oportunidades, fortalezas y debilidades que posee la parroquia. La principal debilidad identificada es la centralización de la actividad en el Mirador Turístico de Turi; dentro de las oportunidades se encuentran los protocolos elaborados por el Ministerio de Turismo que posibilita el desarrollo de la actividad; la cercanía hacia el área urbana de Cuenca es la principal fortaleza; y, la pandemia producida por el Covid-19 durante el año 2020 es la principal amenaza.

A partir de este análisis se elaboraron estrategias que permitan solucionar los diferentes problemas encontrados en la parroquia, las mismas que serán la base para el plan de desarrollo turístico para la parroquia Turi, 2019 -2023.



Capítulo 3

Plan de desarrollo turístico

La siguiente fase recomendada por la Guía para la formulación de planes de desarrollo turístico en territorios rurales del IICA es la formulación de un plan de acción turístico que permite orientar la actividad turística hacia un propósito común, el mismo debe estar basado en estudios previos asertivos; por tal motivo previamente se definen las estrategias de intervención con base a los resultados del diagnóstico turístico y de la matriz FODA de impactos cruzados (IICA, 2014, p. 54) En consecuencia para el caso de la parroquia Turi se consideró pertinente formular un plan de desarrollo turístico, como una herramienta de gestión turística hasta el año 2023.

3.1 Estrategias de intervención

Una estrategia de intervención es un conjunto de recursos y actividades cuyo propósito es identificar problemáticas, causas, efectos, y posibles soluciones. Para elaborar las estrategias de intervención se siguen los siguientes pasos: identificación del problema, donde se evalúan las variables que afectan el área a planificar, pueden ser sociales, económicas, políticas, naturales y sanitarias; análisis de las principales causas y sus posibles efectos; y la elaboración de las posibles soluciones (IICA, 2014).

En el capítulo con base al diagnóstico económico, socio cultural, y ambiental, estudio de la oferta, demanda y el trabajo in-situ realizado se identificaron los problemas más relevantes de la parroquia



Con respecto al diagnóstico situacional y al diagnóstico turístico de Turi se identificó lo siguiente:

Los servicios de restauración y recreación se encuentran mayoritariamente ubicados en la cabecera parroquial, específicamente en la zona circundante a la iglesia y mirador de Turi, evidenciando centralización de la actividad turística, a su vez retrasando el desarrollo hacia otras zonas potenciales.

El servicio de alojamiento se encuentra en etapa de desarrollo, por tal motivo la parroquia no posee un establecimiento de referencia. Los servicios complementarios tales como: servicios higiénicos, cajeros automáticos, señalética, se encuentran parcialmente administrados. Es necesaria la elaboración de programas que contribuyan al mejoramiento, desarrollo y la generación de emprendimientos que cumplan con la demanda actual.

El estudio para la elaboración del perfil de la demanda que visita la parroquia Turi que se realizó durante el mes de diciembre del año 2019 y el mes de enero del año 2020, se concluye que el perfil corresponde a visitantes jóvenes en una edad comprendida entre 25 y 35 años, quienes visitan el mirador de Turi y ocasionalmente realizan actividades de aventura en la zona adyacente al mirador. Por otro lado, el tiempo de estadía promedio es aproximadamente de dos horas, la principal motivación es la vista que ofrece el mirador. Finalmente, un alto índice de encuestados manifestó desconocer la existencia de actividades o atractivos adicionales.

Sobre el contexto del 2020, provocado por la pandemia del virus Covid – 19, las acciones de prevención tomadas por los diferentes gobiernos trajeron la



paralización de varias industrias y considerables impactos en la economía global, entre ellas en los principales países emisores de turismo que recibe nuestro país y nuestra ciudad; tales como Estados Unidos de Norteamérica (USA), China y Europa. Así pues, se identifica un declive casi total en el turismo de masas.

La nueva realidad mundial ocasionó que varios poblados rurales sean vistos como destinos domésticos atractivos, por lo tanto, es necesario reconsiderar que la paralización turística es una oportunidad para el desarrollo de tipologías de turismo no convencionales como el turismo rural.

Se identificó que la vocación turística de Turi está orientada hacia el Turismo Rural, refiriéndose a aquellas actividades relacionadas al agroturismo y al turismo de aventura. Por tal motivo es imprescindible reconsiderar sobre la importancia de la capacitación turística constante de los principales agentes que intervienen. De modo que, en Turi el turismo debe ser visto como una oportunidad de desarrollo económico local, de conservación y rescate de las costumbres del entorno rural.

Entre los programas a proponer son fundamentales los temas relacionados a la aplicación de buenas prácticas empresariales, de atención al cliente y acciones para la prevención y manejo de turistas en el tiempo que dure la pandemia.

A continuación, se presenta el plan de desarrollo turístico de la parroquia Turi 2019 – 2023 que involucra la definición de objetivos específicos, meta y el portafolio de proyectos.



3.2 Plan de desarrollo turístico de la parroquia Turi 2019 – 2023

El plan de desarrollo turístico de la parroquia Turi 2019 – 2020 involucra la definición de objetivos específicos, meta y la redacción del portafolio de programas y proyectos.

3.2.1 Objetivos específicos

- Fomentar la actividad turística como una alternativa de desarrollo y conservación del ámbito económico, sociocultural y ambiental de la parroquia.
- Promover el desarrollo y diversificación de nueva oferta turística en la parroquia Turi.
- Aplicar protocolos y medidas de bioseguridad recomendados ante la emergencia sanitaria producida por el virus Covid- 19 en la planta turística de la parroquia Turi.
- Posicionar a la parroquia Turi en el mercado turístico local y regional con productos turísticos relativos al turismo rural.

3.2.2 Meta

Se proyecta para el 2023 que Turi sea identificado como un centro de visita planificada, sostenible y seguro que motive la visita de turistas nacionales y extranjeros.

3.3 Portafolio de programas y proyectos

Para la elaboración del portafolio de programas y proyectos se consideraron los resultados del diagnóstico turístico de Turi (IICA, 2014, p. 54), pues muestra una planta turística en desarrollo, predominando pequeños emprendimientos turísticos con



deficiencia en gestión, desarrollo y marketing notándose la necesidad de una formación en esas áreas.

El portafolio incluye programas que permiten la creación, desarrollo y gestión de nuevos productos turísticos para impulsar las potencialidades de los recursos identificados e involucrar a la comunidad local como gestores de la actividad turística.

A continuación, se presenta el portafolio de programas y proyectos para la parroquia Turi:



Tabla 35 Portafolio de programas y proyectos

Objetivos	Programas	Proyectos	Actividades		
Fomentar la actividad turística como una alternativa de desarrollo y conservación del ámbito económico, sociocultural y ambiental de la parroquia.	Programa para el desarrollo del turismo rural y de aventura en la parroquia Turi.	Proyecto para la puesta en valor de los atractivos culturales, naturales de la parroquia Turi.	Elaborar conjuntamente con las comunidades una línea de tiempo y el archivo histórico de la parroquia. Realizar actividades que impulsen la conservación de los recursos naturales de la parroquia (siembra de plantas en los atractivos naturales). Establecer talleres que involucre y permita la apropiación cultural en las nuevas generaciones.		
		Proyecto integral de desarrollo para la capacitación turística de la población receptora.	Identificar a los principales actores involucrados en el desarrollo de la actividad turística . Crear una directiva turística que involucre al sector público, privado y la comunidad. Elaborar un proyecto de capacitación turística. Elaborar el cronogramas para la ejecución del proyecto. Capacitar a los miembros que conforman el GAD parroquial y a las asociaciones interesadas. Elaborar una matriz para evaluar y controlar los resultados.		
		Proyecto para la conservación e implementación de la señalización turística y mejora del acceso vial necesaria para el desarrollo del turismo rural y de aventura.	Identificar el número de atractivos y su respectiva ubicación para la implementación de la señalética. Identificar las pautas establecidas en el Manual de Señalización Turística del MINTUR. Identificar los recursos humanos y económicos necesarios para la implementación de la señalética turística necesaria. Implementar la señalización turística necesaria. Evaluación y seguimiento.		
		Promover el desarrollo y diversificación de nueva oferta turística en la parroquia Turi.	Programa para el desarrollo de nuevos proyectos turísticos	Proyecto para la creación de un fondo semilla para nuevos emprendimientos turísticos	Gestionar recursos económicos a organismos de cooperación internacional. Destinar en el Plan Operativo Anual un monto económico específico para nuevos emprendimientos y fortalecimiento de los ya existentes. Convocar a emprendimientos turísticos para un programa de impulso y mejora. Asistir técnicamente a los proyectos seleccionados. Evaluar periódicamente los resultados de los proyectos beneficiados.
				Proyecto para la creación del circuito de miradores turísticos de la parroquia Turi	Definir mediante un estudio técnico los aspectos generales del circuito turístico. Definir el recorrido del circuito turístico. Realizar un estudio de impacto ambiental del territorio. Establecer estrategias de promoción del producto turístico.
				Proyecto para la creación de una ruta de ciclismo de montaña en la parroquia Turi	Realizar un estudio técnico de los sitios de interés turístico. Definir los sitios estratégicos para la creación de la ruta. Realizar un estudio de impacto ambiental del territorio. Creación de la ruta de ciclismo de montaña.
				Proyecto para la promoción y posicionamiento de la parroquia como un destino de turismo rural y de aventura	Conformar un equipo técnico profesional para la elaboración de un plan de marketing. Elaborar un plan de marketing. Implementar y revisar periódicamente el cumplimiento de los indicadores y metas preestablecidas.



Emprender la actividad turística aplicando los protocolos recomendados ante la emergencia sanitaria producida por el virus Covid- 19 en la parroquia Turi.	Programa de aplicación de protocolos y medidas de bioseguridad recomendados ante la emergencia sanitaria producida por el virus Covid-19 en la planta turística de la parroquia Turi	Proyecto integral de capacitación sanitaria y de bioseguridad a los agentes que intervienen en la actividad turística en la parroquia Turi.	<p>Crear de un equipo técnico en bioseguridad y protocolos de bioseguridad.</p> <p>Analizar de la situación sanitaria de la parroquia.</p> <p>Capacitar a los agentes que intervienen en la actividad turística sobre la aplicación de los protocolos sanitarios y de bioseguridad recomendados para la práctica del turismo.</p> <p>Adecuar del territorio para el cumplimiento de los protocolos en los sitios de interés turístico.</p> <p>Evaluar continuamente para verificar el cumplimiento de las metas y objetivos preestablecidos.</p>
Posicionar a la parroquia Turi en el mercado turístico local y regional con productos turísticos relativos al turismo rural.	Programa de marketing para la parroquia Turi.	<p>Proyecto para establecer la marca turística para la parroquia</p> <p>Proyecto para promocionar la actividad turística mediante las principales redes sociales. Establecer la marca turística para la parroquia.</p> <p>Proyecto para organizar anualmente un festival campestre en la parroquia Turi.</p>	<p>Conformar un equipo técnico profesional para la elaboración de un plan de marketing.</p> <p>Analizar la imagen pública de la parroquia.</p> <p>Involucrar a la comunidad en la creación de la marca turística de Turi.</p> <p>Crear la marca turística de Turi.</p> <p>Crear un equipo técnico enfocado en marketing digital.</p> <p>Promocionar la parroquia con ayuda de herramientas digitales.</p> <p>Capacitar a los grupos interesados en temas de marketing digital.</p> <p>Crear un equipo técnico para la organización del evento.</p> <p>Identificar los espacios óptimos para la ejecución del proyecto.</p> <p>Establecer todos los requerimientos para la puesta en escena de un festival.</p>

Nota: Elaborado por las autoras.



Objetivo 1. Fomentar la actividad turística como una alternativa de desarrollo y conservación del ámbito económico, sociocultural y ambiental de la parroquia.

Tabla 36 Perfil del Programa para el desarrollo del turismo rural y de aventura en la parroquia Turi

Programa 1.- Programa para el desarrollo del turismo rural y de aventura en la parroquia Turi.	
<p>Justificación: Previamente la matriz FODA determino: la existencia de recursos naturales con potencial para el desarrollo de actividades relacionadas al turismo rural, predisposición del GAD de Turi para el impulsar el turismo y motivación de los ciudadanos para practicar de deportes al aire libre en zonas rurales; por otro lado se identificó que la falta de conocimiento y preparación técnica de la comunidad sobre la prestación de servicios turísticos es un inconveniente, así mismo la crisis social y sanitaria producida por la pandemia del COVID-19.</p> <p>Por tal motivo este programa busca proponer el turismo rural y de aventura como una oportunidad de desarrollo sociocultural, económico y de conservación natural, aplicando los respectivos proyectos que faciliten la base técnica, de desarrollo y gestión de la actividad mediante la participación de las diferentes organizaciones de la parroquia.</p>	
Objetivos:	<ol style="list-style-type: none">1. Motivar a la población sobre la puesta valor de los atractivos culturales y naturales de la parroquia.2. Promover en la comunidad el turismo rural como una oportunidad de desarrollo económico.



	<p>3. Crear propuestas turísticas que vinculen la comunidad local con los visitantes.</p> <p>4. Brindar herramientas a la comunidad local para la gestión y desarrollo de la actividad turística.</p>
--	---

Proyecto 1.1 Proyecto para la puesta en valor de los atractivos culturales, naturales de la parroquia Turi.

La continua expansión urbana hacia la parroquia ha ocasionado que varios espacios dedicados al cultivo y ganadería sean suprimidos para dar cabida a la edificación de nuevos inmuebles que en su mayoría son escasamente usados. Las diferentes festividades que celebra cada comunidad deben considerarse como un baluarte esencial de la historia de la parroquia. La minga como una herencia incaica debe ser valorada y rescatada para fortalecer la unidad entre los comuneros en pro del desarrollo y turismo local.

Actividades	Beneficiarios	Responsables
Elaborar conjuntamente con las comunidades una línea de tiempo y el archivo histórico de la parroquia.	GAD parroquial de Turi Comunidad local	GAD parroquial de Turi
Realizar actividades que impulsen la conservación de los recursos naturales	Asociaciones turísticas Comunidad local	GAD parroquial de Turi



de la parroquia (siembra de plantas en los atractivos naturales).		
Establecer talleres que involucre y permita la apropiación cultural en las nuevas generaciones.	Asociaciones interesadas Comunidad local	GAD parroquial de Turi
Proyecto 1.2 Proyecto integral de desarrollo para la capacitación turística de la población receptora.		
La comunidad receptora de la parroquia no posee los conocimientos necesarios para el desarrollo exitoso de la actividad, por tal motivo es imprescindible capacitar a los involucrados en temas relacionados a la gestión, desarrollo, marketing, administración y atención al cliente.		
Actividades	Beneficiarios	Responsables
Identificar a los principales actores involucrados en el desarrollo de la actividad turística.	Asociaciones interesadas Comunidad local	GAD parroquial de Turi
Crear una directiva turística que involucre al sector	Asociaciones interesadas Comunidad local	GAD parroquial de Turi



público, privado y la comunidad.		
Elaborar un proyecto de capacitación turística.	Asociaciones interesadas Comunidad local	GAD parroquial de Turi
Elaborar el cronograma para la ejecución del proyecto.	Asociaciones interesadas Comunidad local	GAD parroquial de Turi
Capacitar a los miembros que conforman el GAD parroquial y a las asociaciones interesadas.	Asociaciones interesadas Comunidad local	GAD parroquial de Turi
Elaborar una matriz para evaluar y controlar los resultados.	Asociaciones interesadas Comunidad local	GAD parroquial de Turi

Proyecto 1.3 Proyecto para la conservación e implementación de la señalización turística y mejora del acceso vial.

La inexistencia de señalización turística ocasiona que los visitantes no puedan direccionarse a los sitios de interés que posee la parroquia. Por otro lado, es importante considerar que la geografía de la parroquia permite la práctica de trekking y ciclismo de montaña, consecuentemente es imperioso



mantener las vías en buen estado y dotar de infraestructura básica en toda la parroquia para el uso de propios y extraños.		
Actividades	Beneficiarios	Responsable
Identificar el número de atractivos y su respectiva ubicación para la implementación de la señalética.	Asociaciones interesadas Comunidad local	GAD parroquial de Turi
Identificar las pautas establecidas en el Manual de Señalización Turística del MINTUR.	Asociaciones interesadas Comunidad local	GAD parroquial de Turi
Identificar los recursos humanos y económicos necesarios para la implementación de la señalética turística necesaria.	Asociaciones interesadas Comunidad local	GAD parroquial de Turi
Implementar la señalización turística necesaria.	Asociaciones interesadas Comunidad local	GAD parroquial de Turi



Promover la minga como una herramienta para la mejora de la red vial.	Asociaciones interesadas Comunidad local	GAD parroquial de Turi
Evaluación y seguimiento.	Asociaciones interesadas Comunidad local	GAD parroquial de Turi

Objetivo 2: Promover el desarrollo y diversificación de nueva oferta turística en la parroquia.

Tabla 37 Perfil del Programa para el desarrollo de nuevos proyectos turísticos

Programa 2.- Programa para el desarrollo de nuevos proyectos turísticos	
<p>Justificación: Este programa tiene como principal objetivo generar nuevos espacios y programas turísticos en la parroquia aprovechando de forma sostenible y sustentable los recursos naturales, paisajísticos y culturales del territorio, transformando a la población receptora en agentes que involucrados directamente generen los nuevos espacios y programas turísticos. Cabe puntualizar sobre las debilidades de infraestructura, administración, gestión y organización territorial; al mismo tiempo es imprescindible identificar las oportunidades y fortalezas que posee Turi para aprovecharlas e involucrarlas en proyectos de desarrollo turístico, los mismos deben involucrar a la población receptora.</p>	
Objetivos:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Involucrar a la población receptora en todas las fases de la actividad turística de Turi.



	<p>2. Implementar proyectos que contribuyan al desarrollo del emprendimiento turístico de Turi.</p> <p>3. Crear nuevos productos turísticos involucrando la iniciativa local.</p>
--	---

Proyecto 2.1 Proyecto para la creación de un fondo semilla para nuevos emprendimientos turísticos

La creación de un fondo semilla con recursos económicos para nuevos emprendimientos turísticos permitirá incentivar la creación o mejora de emprendimientos relacionados directa e indirectamente en la diversificación de la actividad turística de la parroquia.

Actividades	Beneficiarios	Responsable
Gestionar recursos económicos a organismos de cooperación internacional.	GAD parroquial de Turi Comunidad local	GAD parroquial de Turi
Destinar en el Plan Operativo Anual un monto económico específico para nuevos emprendimientos y fortalecimiento de los ya existentes.	Comunidad local Asociaciones interesadas	GAD parroquial de Turi
Convocar a emprendimientos turísticos para su impulso y mejora.	Comunidad local Asociaciones interesadas	GAD parroquial de Turi



Apoyar económicamente y técnicamente a los proyectos seleccionados.	Comunidad local Asociaciones interesadas	GAD parroquial de Turi
Evaluar periódicamente los resultados de los proyectos beneficiados.	Comunidad local Asociaciones interesadas	GAD parroquial de Turi

Proyecto 2.2 Proyecto para la creación del circuito de miradores turísticos de la parroquia Turi

Dentro del estudio de la oferta se identificó varios miradores con potencial turístico. Este proyecto permite hacer buen uso de los recursos paisajísticos al conjugarlos en un circuito que involucre varias comunidades. Es importante mencionar que el potencial no solo radica en los miradores, por contrario se encuentran complementados por la experiencia misma que puede brindar participar de dicho circuito.

Actividades	Beneficiarios	Responsable
Definir mediante un estudio técnico los aspectos generales del circuito turístico.	Comunidad local	GAD parroquial de Turi
Definir el recorrido del circuito turístico.	Comunidad local	GAD parroquial de Turi
Realizar un estudio de impacto ambiental del territorio.	Comunidad local	GAD parroquial de Turi



Establecer estrategias de promoción del producto turístico.	Comunidad local	GAD parroquial de Turi
Proyecto 2.3 Proyecto para la creación de una ruta de ciclismo de montaña en la parroquia Turi		
<p>Debido a la vocación turística de Turi y las nuevas tendencias de turismo; es necesario desarrollar en la parroquia una ruta de ciclismo de montaña que permita el aprovechamiento sostenible y sustentable de los recursos naturales y paisajísticos que posee el territorio.</p>		
Actividades	Beneficiarios	Responsable
Realizar un estudio técnico de los sitios de interés turístico.	Comunidad local	GAD parroquial de Turi
Definir los sitios estratégicos para la creación de la ruta.	Comunidad local	GAD parroquial de Turi
Realizar un estudio de impacto ambiental del territorio.	Comunidad local	GAD parroquial de Turi
Creación de la ruta de ciclismo de montaña.	Comunidad local	GAD parroquial de Turi



Objetivo 3. Aplicar protocolos y medidas de bioseguridad recomendados ante la emergencia sanitaria producida por el virus Covid- 19 en la planta turística de la parroquia Turi.

Tabla 38 Perfil del Programa de emergencia para el desarrollo de la actividad turística durante el tiempo que dure la pandemia del COVID – 19

Programa 3.- Programa de aplicación de protocolos y medidas de bioseguridad recomendados ante la emergencia sanitaria producida por el virus Covid- 19 en la planta turística de la parroquia Turi	
<p>Justificación: Los acontecimientos suscitados durante el primer trimestre del año 2020 y consecuentemente la declaratoria de pandemia causada por el virus Covid -19, ocasiono que varias industrias consideren oportuno brindar capacitación a sus colaboradores para la aplicación de los protocolos de seguridad sanitaria, con el fin de garantizar los requisitos mínimos de bioseguridad.</p> <p>Como consecuencia de la pandemia, diferentes instituciones públicas y privadas emitieron protocolos de bioseguridad que se adapten a la realidad de su territorio. En el caso de la parroquia Turi es necesario elaborar un programa que permita la capacitación de los principales agentes que interviene en la prestación de los servicios turísticos, al mismo tiempo es indispensable adaptar el territorio con todas las recomendaciones de los organismos sanitarios pertinentes para garantizar la seguridad sanitaria de propios y visitantes.</p>	
Objetivos:	<ol style="list-style-type: none">1. Analizar la situación sanitaria de la parroquia Turi.2. Planificar actividades para la capacitación sanitaria de los agentes que interviene en la actividad turística.



3. Adecuar los protocolos nacionales recomendados en la Guía general de medidas de bioseguridad para destinos turísticos al momento de su reactivación, en el contexto de la emergencia sanitaria por Covid-19 del Ministerio de Turismo del Ecuador.

Proyecto 3.1 Proyecto integral de capacitación sanitaria y de bioseguridad a los agentes que intervienen en la actividad turística en la parroquia Turi.

La capacitación al personal que brinda los servicios turísticos y la adecuación de los espacios es indispensable para la reactivación de la actividad turística. El proyecto permitirá avalar y salvaguardar la integridad de la comunidad receptora y visitantes; al mismo tiempo proporcionará la reiniciación responsable de la industria con la participación de la comunidad.

Actividades	Beneficiarios	Responsable
Crear un equipo técnico en bioseguridad y protocolos de bioseguridad.	Comunidad local Turistas	GAD parroquial Turi
Analizar de la situación sanitaria de la parroquia.	Comunidad local Turistas	GAD parroquial Turi
Capacitar a los agentes que intervienen en la actividad turística sobre la aplicación de los protocolos sanitarios y de	Comunidad local Turistas	GAD parroquial Turi



bioseguridad recomendados para la práctica del turismo.		
Adecuar del territorio para el cumplimiento de los protocolos en los sitios de interés turístico.	Comunidad local Turistas	GAD parroquial Turi
Evaluar continuamente para verificar el cumplimiento de las metas y objetivos preestablecidos.	Comunidad local Turistas	GAD parroquial Turi



Objetivo 4. Posicionar a la parroquia Turi en el mercado turístico local y regional con productos turísticos relativos al turismo rural.

Tabla 39 Programa de marketing para la parroquia Turi

Programa 4.- Programa de marketing para la parroquia Turi.	
<p>Justificación. - Turi no posee estrategias de marketing adecuadas a la realidad y necesidades de la parroquia; así mismo la información que se encuentra en su página web es desactualizada y no cumple con objetivos delimitados. Por otro lado, es importante añadir que el plan de marketing debe cumplir con las necesidades de promoción e información de la parroquia y visitantes. De ahí que se propone un programa que establezca proyectos y actividades enfocados en los cuatro aspectos del marketing: producto, plaza, precio y promoción.</p>	
<p>Objetivos:</p>	<ol style="list-style-type: none">1. Construir una imagen de Turi y sus atractivos turísticos.2. Crear presencia digital de la parroquia y sus atractivos turísticos en las principales redes sociales.3. Promover a Turi mediante la interacción entre visitantes y habitantes.
Proyecto 4.1 Establecer la marca turística para la parroquia.	
<p>Construir la marca turística de un territorio genera mayor impacto, pues sus estrategias de marketing estarán basadas en un objetivo principal que será gráficamente identificable por la población local y visitantes. Para su éxito es importante la participación activa de los grupos interesados y del uso correcto de las herramientas digitales.</p>	



Actividades	Beneficiarios	Responsable
Conformar un equipo técnico profesional para la elaboración de un plan de marketing.	Comunidad local Turistas	GAD parroquial Turi
Analizar la imagen pública de la parroquia.	Comunidad local Turistas	GAD parroquial Turi
Involucrar a la comunidad en la creación de la marca turística de Turi.	Comunidad local Turistas	GAD parroquial Turi
Crear la marca turística de Turi.	Comunidad local Turistas	GAD parroquial Turi
Proyecto 4.2.- Promocionar la actividad turística mediante las principales redes sociales.		
El uso masivo de las redes sociales requiere la presencia obligatoria de los destinos; son herramientas que permiten obtener mejores resultados en proyectos de promoción.		
Crear un equipo técnico enfocado en marketing digital.	Comunidad local Turistas	GAD parroquial Turi
Promocionar la parroquia con ayuda de herramientas digitales.	Comunidad local Turistas	GAD parroquial Turi
Capacitar a los grupos interesados en temas de marketing digital.	Comunidad local Turistas	GAD parroquial Turi

**Proyecto 4.3.- Organizar anualmente un festival campestre en la parroquia Turi.**

En la medida de lo posible la interacción entre el visitante y lugareños es primordial para garantizar una experiencia de viaje de calidad. Por otro lado, se promueve la intervención de los habitantes en el desarrollo y resultados de la actividad turística.

Crear un equipo técnico para la organización del evento.	Comunidad local Turistas	GAD parroquial Turi
Identificar los espacios óptimos para la ejecución del proyecto.	Comunidad local Turistas	GAD parroquial Turi
Establecer todos los requerimientos para la puesta en escena de un festival.	Comunidad local Turistas	GAD parroquial Turi
Ejecutar anualmente el proyecto.	Comunidad local Turistas	GAD parroquial Turi



3.4 Cronograma y presupuestos

Tabla 40 Matriz de presupuestos del Plan de Desarrollo Turístico de la Parroquia Turi, año 2021

Programa 1. Programa para el desarrollo del turismo rural y de aventura en la parroquia Turi.														
Proyecto 1.1 Proyecto para la puesta en valor de los atractivos culturales, naturales de la parroquia Turi.														
Actividades	Recursos humanos/ Materiales	Tiempo / Mes											Costos	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11		
Elaborar conjuntamente con las comunidades una línea de tiempo y el archivo histórico de la parroquia.	Técnico en historia y turismo GAD Turi, material de papelería, material impreso													\$ 2.500,00
Realizar actividades que impulsen la conservación de los recursos naturales de la parroquia (siembra de plantas en los atractivos naturales).	Técnico en turismo y conservación del suelo, recursos de reforestación, transporte													\$ 8.500,00
Establecer talleres que involucre y permita la apropiación cultural en las nuevas generaciones.	Profesional de turismo, material impreso													\$ 2.000,00
Evaluación y seguimiento	Material impreso y fotográfico.													\$ 400,00
Imprevistos (15%)														\$ 2.010,00
Subtotal														\$ 15.410,00

**Tabla 41** Matriz de presupuestos del Plan de Desarrollo Turístico de la Parroquia Turi, año 2021

Proyecto 1.2 Proyecto integral de desarrollo para la capacitación turística de la población receptora que participa en el desarrollo del turismo en la parroquia Turi.													
Actividades	Recursos humanos / Materiales	Tiempo / Mes											Costos
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	
Crear una directiva turística que involucre al sector público, privado y la comunidad.	Profesional de turismo GAD Turi, material impreso, abogado												\$ 800,00
Identificar a los principales actores involucrados en el desarrollo de la actividad turística.	Técnico en turismo GAD Turi, material impreso												\$ 850,00
Elaborar un proyecto de capacitación turística.	Profesional de turismo, material impreso												\$ 1.000,00
Capacitar a los miembros que conforman el GAD parroquial y a las asociaciones interesadas.	Profesional de turismo, material impreso, material fotográfico												\$ 4.000,00
Evaluación y seguimiento	Técnico en turismo GAD Turi, material impreso												\$ 400,00
Imprevistos (15%)													\$ 1.057,50
Subtotal													\$ 8.107,50

**Tabla 42** Matriz de presupuestos del Plan de Desarrollo Turístico de la Parroquia Turi, año 2021

Proyecto 1.3 Proyecto para la conservación e implementación de la señalización turística y mejora del acceso vial.													
Actividades	Recursos humanos / Materiales	Mes / Tiempo										Costos	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		11
Identificar el número de atractivos y su respectiva ubicación para la implementación de la señalética.	Profesional de turismo, transporte, material impreso												\$ 600,00
Identificar las pautas establecidas en el Manual de Señalización Turística del MINTUR.	Técnico en turismo GAD Turi, material impreso												\$ 500,00
Identificar los recursos humanos y económicos necesarios para la implementación de la señalética turística necesaria.	Técnico en turismo, material impreso												\$ 1.000,00
Promover la minga como una herramienta para la mejora de la red vial.	Voluntarios, refrigerios												\$ 2.000,00
Implementar la señalización turística necesaria.	Contratación de profesional diseño grafico, técnico en turismo GAD Turi, profesional en ebanistería, transporte, material impreso												\$ 8.000,00
Evaluación y seguimiento	Material impreso y fotográfico.												\$ 400,00
Imprevistos (15%)													\$ 1.875,00
Subtotal													\$ 14.375,00
COSTO TOTAL													\$ 37.892,50

**Tabla 43** Matriz de presupuestos del Plan de Desarrollo Turístico de la Parroquia Turi, año 2021

Programa 2.- Programa para el desarrollo de nuevos proyectos turísticos en la parroquia Turi.														
Proyecto 2.1 Proyecto para la creación de un fondo semilla para nuevos emprendimientos turísticos														
Actividades	Recursos humanos/ Materiales	Mes / Tiempo											Costo	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11		
Gestionar recursos económicos a través de programas con organismos de cooperación internacional.	Técnico en gestión pública GAD Turi, material impreso													\$ 1.500,00
Destinar en el Plan Operativo Anual un monto económico específico para nuevos emprendimientos y fortalecimiento de los ya existentes.	Técnico en gestión pública GAD Turi, material impreso													\$ 30.000,00
Convocar a emprendimientos turísticos para un programa de impulso y mejora.	Técnico en turismo GAD Turi, material impreso													\$ 1.000,00
Asistir técnicamente a los proyectos seleccionados.	Profesional de turismo, técnico en turismo GAD Turi, material impreso, material fotográfico													\$ 10.000,00
Evaluar periódicamente los resultados de los proyectos beneficiados.	Técnico en turismo GAD Turi, material impreso, material fotográfico													\$ 500,00
Evaluación y seguimiento	Material impreso y fotográfico													\$ 400,00
Imprevistos (15%)														\$ 6.510,00
Subtotal														\$ 49.910,00

**Tabla 44** Matriz de presupuestos del Plan de Desarrollo Turístico de la Parroquia Turi, año 2021

Proyecto 2.2 Proyecto para la creación del circuito de miradores turísticos de la parroquia Turi														
Actividades	Recursos humanos/ Materiales	Mes/ Tiempo											Costo	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11		
Definir mediante un estudio técnico los aspectos generales del territorio para la ejecución del circuito turístico.	Profesional de turismo, técnico en turismo GAD Turi, material impreso, material fotográfico, recursos informáticos, transporte													\$ 2.300,00
Establecer el recorrido y posibles impactos del circuito turístico.	Profesional de turismo, material impreso, recursos informáticos													\$ 2.000,00
Adecuar el espacio para el desarrollo del circuito turístico.	Profesional de turismo, técnico en turismo GAD Turi, transporte, material impreso, infraestructura física													\$ 20.000,00
Introducir el circuito dentro de la oferta turística de la parroquia Turi.	Técnico en turismo GAD Turi, material impreso y fotográfico													\$ 1.500,00
Evaluación y seguimiento	Material impreso y fotográfico													\$ 400,00
Imprevistos (15%)														\$ 3.930,00
Subtotal														\$ 30.130,00

**Tabla 45** Matriz de presupuestos del Plan de Desarrollo Turístico de la Parroquia Turi, año 2021

Proyecto 2.3 Proyecto para la creación de una ruta de ciclismo de montaña en la parroquia Turi														
Actividades	Recursos humanos/ Materiales	Mes / Tiempo											Costo	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11		
Realizar un estudio técnico de los sitios de interés turístico.	Profesional de Turismo, técnico en turismo GAD Turi, material impreso, transporte, material fotográfico													\$ 3.100,00
Definir los sitios estratégicos para la creación de la ruta.	Profesional de turismo, técnico en turismo GAD Turi, material impreso, transporte													\$ 2.000,00
Realizar un estudio de impacto ambiental del territorio.	Profesional de turismo, material impreso, transporte													\$ 1.200,00
Creación de la ruta de ciclismo de montaña.	Profesional de turismo, material impreso, transporte													\$ 12.000,00
Introducir la ruta dentro de la oferta turística de la parroquia Turi.	Técnico en turismo, material impreso, transporte, materia fotográfico, recursos informáticos													\$ 2.000,00
Evaluar los resultados del proyecto.	Material impreso y fotográfico													\$ 1.000,00
Evaluación y seguimiento	Material impreso y fotográfico													\$ 400,00
Imprevistos (15%)														\$ 3.255,00
Subtotal														\$ 24.955,00
COSTO TOTAL														\$ 104.995,00

**Tabla 46** Matriz de presupuestos del Plan de Desarrollo Turístico de la Parroquia Turi, año 2021

Programa 3.- Programa de aplicación de protocolos y medidas de bioseguridad recomendados ante la emergencia sanitaria producida por el virus Covid- 19 en la planta turística de la parroquia Turi													
Proyecto 3.1 Proyecto integral de capacitación sanitaria y de bioseguridad a los agentes que intervienen en la actividad turística en la parroquia Turi.													
Actividades	Recursos humanos / Materiales	Mes / Tiempo											Costo
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	
Crear un equipo técnico protocolos de bioseguridad sanitaria.	Técnico en turismo GAD Turi, material impreso												\$ 500,00
Analizar de la situación sanitaria de la parroquia.	Profesional especialista en bioseguridad sanitaria, transporte, material impreso, recursos informáticos												\$ 3.000,00
Capacitar a los agentes que intervienen en la actividad turística sobre la aplicación de los protocolos sanitarios y de bioseguridad recomendados para la práctica del turismo.	Profesional especialista en bioseguridad sanitaria, profesional de turismo, material impreso, material fotográfico, recursos informáticos, transporte												\$ 8.000,00
Adecuar el territorio para el cumplimiento de los protocolos en los sitios de interés turístico.	Profesional especialista en bioseguridad, profesional de turismo, materia impreso, materia fotográfico, transporte, infraestructura física												\$ 18.000,00
Evaluar continuamente para verificar el cumplimiento de las metas y objetivos preestablecidos.	Técnico en turismo GAD Turi, material impreso												\$ 1.000,00
Evaluación y seguimiento	Material impreso y fotográfico												\$ 40,00
Imprevistos (15%)													\$ 4.581,00
Subtotal													\$ 34.621,00
COSTO TOTAL													\$ 34.621,00

**Tabla 47** Matriz de presupuestos del Plan de Desarrollo Turístico de la Parroquia Turi, año 2021

Programa 4.- Programa de marketing para la parroquia Turi.														
Proyecto 4.1.- Establecer la marca turística para la parroquia.														
Actividades	Recursos humanos/ Materiales	Mes / Tiempo											Costo	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11		
Conformar un equipo técnico profesional para la elaboración de un plan de marketing.	Técnico en turismo GAD Turi, Profesionales en marketing, material impreso													\$ 1.500,00
Analizar la imagen pública de la parroquia.	Profesional de turismo, profesional en marketing, material impreso													\$ 750,00
Involucrar a la comunidad en la creación de la marca turística de Turi.	Profesional de turismo, profesional en marketing, material impreso, material fotográfico, recursos informáticos, medios digitales													\$ 1.000,00
Crear la marca turística de Turi.	Técnico en turismo GAD Turi, material impreso													\$ 5.000,00
Evaluación y seguimiento	Material impreso y fotográfico													\$ 400,00
Imprevistos (15%)														\$ 1.297,50
Subtotal														\$ 9.947,50

**Tabla 48** Matriz de presupuestos del Plan de Desarrollo Turístico de la Parroquia Turi, año 2021

Proyecto 4.2.- Promocionar la actividad turística mediante las principales redes sociales.Establecer la marca turística para la														
Actividades	Recursos humanos/ Materiales	Mes / Tiempo											Costo	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11		
Crear un equipo técnico enfocado en marketing digital.	Técnico en marketing digital, material impreso													\$ 500,00
Promocionar la parroquia con ayuda de herramientas digitales.	Profesional de turismo, profesional en marketing, material impreso													\$ 2.000,00
Capacitar a los grupos interesados en temas de marketing digital.	Profesional de turismo, profesional en marketing, material impreso, material fotográfico, recursos informáticos, medios digitales													\$ 3.000,00
Evaluación y seguimiento	Material impreso y fotográfico													\$ 500,00
Imprevistos (15%)														\$ 900,00
Subtotal														\$ 6.900,00

**Tabla 49** Matriz de presupuestos del Plan de Desarrollo Turístico de la Parroquia Turi, año 2021

Proyecto 4.3.- Organizar anualmente un festival campestre en la parroquia Turi.													
Actividades	Recursos humanos/ Materiales	Mes / Tiempo										Costo	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		11
Crear un equipo técnico para la organización del evento.	Técnico en turismo GAD Turi, profesional en organización de eventos, material impreso												\$ 500,00
Identificar los espacios óptimos para la ejecución del proyecto.	Profesional de turismo, material impreso												\$ 1.000,00
Establecer todos los requerimientos para la puesta en escena de un festival.	Profesional de turismo, profesional en organización de eventos, material impreso, material fotográfico, recursos informáticos, medios digitales												\$ 18.000,00
Evaluación y seguimiento	Material impreso y fotográfico												\$ 1.500,00
Imprevistos (15%)													\$ 3.150,00
Subtotal													\$ 24.150,00
COSTO TOTAL													\$ 40.997,50

Tabla 50 Valor total del de la propuesta del proyecto Plan de desarrollo turístico Turi 2019 - 2023

VALOR TOTAL PLAN DE DESARROLLO TURISTICO TURI 2019 - 2023	\$ 218.506,00
--	----------------------



Conclusión

Turi es una parroquia rural, pertenece al cantón Cuenca, provincia del Azuay. Es una parroquia conocida como el *Balcón de Cuenca* debido a la popularidad que posee el *Mirador de Turi*, además cuenta con importantes recursos y atractivos de valor turístico que se han identificado dentro de esta investigación.

Efectivamente, fue necesario elaborar el plan de desarrollo turístico como un instrumento indispensable que permitió elaborar la línea base en la parroquia, facilitando la gestión y desarrollo de la actividad turística; involucrando insumos internos y externos, además de los recursos naturales y culturales del territorio; a fin que se consolide una oferta turística sostenible, sustentable, innovadora y de calidad, en donde la población local sea la principal gestora y beneficiaria.

Siguiendo con los objetivos planteados en el diseño del presente trabajo de titulación, se concluye que, mediante el diagnóstico situacional y análisis de la oferta y demanda, el progreso turístico de Turi se basa en el desarrollo constante de los recursos humanos y la gestión innovadora de los emprendimientos existentes y futuros, teniendo como materia prima a: 6 atractivos culturales y 2 naturales jerarquía II, 2 atractivos culturales y 1 natural jerarquía I, y 1 recurso natural.

Así mismo, es necesario priorizar la innovación, desarrollo y gestión de los emprendimientos actuales y futuros, incluyendo la capacitación continua del recurso humano que interviene en todos los niveles y etapas de la actividad turística de Turi. De igual medida, es primordial garantizar la adaptación y aplicación de los



correspondientes protocolos de bioseguridad emitidos por el Ministerio de Turismo del Ecuador, a fin de asegurar la seguridad sanitaria de los visitantes y la población local.

Todo lo anterior debe responder a un perfil de visitante nacional joven y adulto joven, cuya motivación es disfrutar la vista panorámica y gastronomía de la parroquia, que viaja en familia, con ingresos entre 301 a 500 USD y con educación de tercer nivel. Sin embargo, se debe considerar que la vocación turística y la tendencia actual para el turismo sugieren que la actividad turística en Turi debe enfocarse en el turismo rural, involucrando a la población local con oferta turística innovadora y de calidad.

Basada en la investigación previa se establecieron cuatro objetivos para la propuesta del plan de desarrollo turístico de Turi: 1) Fomentar la actividad turística como una alternativa de desarrollo y conservación del ámbito económico, sociocultural y ambiental de la parroquia; 2) Promover el desarrollo y diversificación de nueva oferta turística en la parroquia Turi; 3) Aplicar protocolos y medidas de bioseguridad recomendados ante la emergencia sanitaria producida por el virus Covid - 19 en la planta turística de la parroquia Turi y 4) Posicionar a la parroquia en el mercado turístico local y regional con productos relativos al turismo rural. El monto total de esta propuesta de proyecto es de \$218 506,00 hasta el 2023.

En este punto, es importante que el GAD parroquial, a través de la gestión y organización propicie las herramientas y pautas para el cumplimiento de los objetivos del Turismo. Finalmente, es importante recalcar sobre la importancia de la evaluación periódica de proyectos, a fin de generar estrategias retro alimentadoras para la innovación de futuros proyectos.



Recomendaciones

Continuar la gestión del Gobierno Autónomo Descentralizado de Turi en favor de encaminar el territorio hacia la actividad turística con base en la vocación turística de Turi y las tendencias actuales.

Gestionar con las autoridades competentes la mejora y conservación de vías de acceso a los atractivos de la parroquia.

Considerar las disposiciones dictadas por el Ministerio de Turismo del Ecuador a causa del Covid – 19 para el desarrollo de actividades.

Promover el interés de la empresa privada para la mejora de los servicios de alimentación y recreación turística.

Enfatizar en la aplicación del proyecto de bioseguridad para garantizar la confianza tanto de la comunidad anfitriona como de los visitantes en la ejecución de cada actividad.

Considerar que el Centro de Rehabilitación Social Turi es un elemento pasivo que influye directamente a la imagen turística de Turi y necesita una planificación particular que vincule la seguridad, el turismo y la vida comunitaria de la parroquia.

Mantener datos actualizados con respecto a la demanda turística de la parroquia.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Formar alianzas con mercados turísticos cercanos para la inclusión de Turi en la oferta turística provincial



Bibliografía

Amaya, C, Mundo R, Gómez, C (2014). *Diseño de una metodología para establecer la vocación de un destino*. Recuperado de <http://www.consumoteca.com/turismo-y-viajes/turismo/tipos-de-servicios-turisticos/>

Asociación de Municipalidades del Ecuador (2016). *Guía metodológica para la elaboración de planes de desarrollo turístico cantonal*. Recuperado de <https://amevirtual.gob.ec/wp-content/uploads/2017/05/GU%C3%8DA-METODOL%C3%93GICA-PARA-LA-ELABORACI%C3%93N-DE-PLANES-DE-DESARROLLO-TUR%C3%8DSTICO-CANTONAL.pdf>

Blanco, M. (2008). *Guía para la elaboración del plan de desarrollo turístico de un territorio*. Recuperado de https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/34268458/Guia_para_elaborar_el_plan_de_desarrollo_turistico_de_un_territorio.pdf?response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DEvaluacion_del_Potencial_Turistico_d el_T.pdf&X-Amz-Algorithm=AWS4-HMAC-SHA256&X-Amz-Credential=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A%2F20190628%2Fus-east-1%2Fs3%2Faws4_request&X-Amz-Date=20190628T010349Z&X-Amz-Expires=3600&X-Amz-SignedHeaders=host&X-Amz-Signature=a9968fcf27eb3da926ded3fdad7fd042185a5561645c44a8d4ff133b48064d40



Blanco, P., Valente, S. y Reyes, J. (2015). Inventario de recursos turísticos como base para la planificación territorial en la zona altiplano de san Luis Potosí, México. Cuadernos de Turismo 35. Recuperado de <http://www.theibfr2.com/RePEc/ibf/rgnego/rgn-v4n7-2016/RGN-V4N7-2016-4.pdf>

COOTAD: Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (2018). Quito, Ecuador: Registro Oficial Suplemento No. 303, de 19 de octubre de 2010. Última modificación: 21 de mayo de 2018.

Echeverría, R. (diciembre, 2017). Metodología para determinar la factibilidad de un proyecto. *Revista Publicando*, 4(13). Recuperado de [https://www.rmlconsultores.com/revista/index.php/crv/article/download/.../pdf_60](https://www.rmlconsultores.com/revista/index.php/crv/article/download/.../pdf/_60)

Fred, D. (2003). *Conceptos de Administración Estratégica*. Naucalpan de Juárez, México. Recuperado de <https://maliaoceano.files.wordpress.com/2017/03/libro-fred-david-9a-edicion-con-estrategica-fred-david.pdf>

Grupo de Investigación en Economía Regional (2019). *Estudio de la demanda y oferta turística de la ciudad de cuenca boletín anual*. Recuperado de <http://cuenca.com.ec/sites/default/files/Informe%20estadisticas%20a%C3%B1o%202019.pdf>

Hair, J., Bush, R. y Ortinau, D. (2004). *Investigación de mercados. En un ambiente de información cambiante* (2da ed.). México: McGraw- Hill



Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura. (2014). *Guía para la formulación de planes de desarrollo turístico en territorios rurales*. Recuperado de <http://repositorio.iica.int/bitstream/11324/3028/1/BVE17068944e.pdf>

Mikery, M. y Pérez, A. (noviembre, 2014). Métodos para análisis del potencial turístico del territorio rural. *Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas*, 9. Recuperado de <http://www.scielo.org.mx/pdf/remexca/v5nspe9/2007-0934-remexca-5-spe9-1729.pdf>

MINTUR (2017). *Metodología para la jerarquización de atractivos y generación de espacios turísticos del Ecuador 2018*. Recuperado de https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/Parte1_GuiaMetodologicaInventarioGeneracionEspacioTuristico2017_2daEd.pdf

Ministerio de Turismo de Ecuador. (2020). *Guía general de medidas de bioseguridad para destinos turísticos al momento de su reactivación, en el contexto de la emergencia sanitaria por Covid-19*. Recuperado de https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2020/07/Guia_General_Bioseguridad_para_turistas_en_destinos_turisticos_FINAL.pdf

Ministerio de Turismo de Ecuador. (2019). *Informe de tendencias globales de consumo, tecnología y turismo 2019*. Recuperado de <https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/Turismo-cifras/Publicaciones/Tendencias/2019/TENDENCIAS-DE-TURISMO-2019.pdf>



Ministerio de Turismo del Ecuador. (2017). *Metodología para la jerarquización de atractivos y generación de espacios turísticos del Ecuador*. (2a ed.). Quito: MINTUR. Recuperado de <https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/MANUAL-ATRATIVOS-TURISTICOS.pdf>

Ministerio de Turismo del Ecuador. (2008). *Reglamento General a la ley de turismo*. Recuperado de <https://www.turismo.gob.ec/wpcontent/uploads/2015/04/REGLAMENTO-GENERAL-LEY-TURISMO.pdf>

Organización Mundial de Turismo. (2008). *Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo 2008*. Recuperado de <https://statistics.unwto.org/es/content/recomendaciones-internacionales-para-estadisticas-de-turismo-2008-riet-2008-0>

Otero, A. M. (2000). *Planificación y manejo de atractivos turísticos culturales*. Recuperado de <https://digital.cic.gba.gob.ar/handle/11746/1127>

Pérez-Hernández, I., & Gibaja-Romero, D. E. (2018). *EVALUACIÓN TURÍSTICA DE LA REGIÓN ACY: INVENTARIO TURÍSTICO Y DE PRESTADORES DE SERVICIOS*. *AGROProductividad*, 11(8).



Rangel, L., Ochoa, M., Azuela, J. y Hernández F. (2019). *La responsabilidad social corporativa y las tendencias de consumo de los millennials universitarios que laboran.* *Ciencia AUT*, vol 13, num 2 doi doi.org/10.29059/cienciauat.v13i2.1023

Ricaute, C. (2009). *Manual para diagnostico turístico local. Guía para planificadores.*

Recuperado de

<https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/44127848/6->

[Ricaurte09-GuiaPlanTuris-ver-fichas-al-final-post-2007.pdf?response-](https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/44127848/6-Ricaurte09-GuiaPlanTuris-ver-fichas-al-final-post-2007.pdf?response-content-disposition=inline)

[content-disposition=inline](https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/44127848/6-Ricaurte09-GuiaPlanTuris-ver-fichas-al-final-post-2007.pdf?response-content-disposition=inline)

Schulte, S. (2003). *Guía conceptual y metodológica para el desarrollo y planificación*

del sector turismo. Recuperado de

[https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=ksE_EzHqukoC&oi=fnd&pg=PA5&dq=elaborar+un+plan+de+desarrollo+turistico&ots=VKnwYeBVKB&sig=LeufAGluLdsji71q4elJrKNy1LA#v=onepage&q=elaborar%20un%20plan%](https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=ksE_EzHqukoC&oi=fnd&pg=PA5&dq=elaborar+un+plan+de+desarrollo+turistico&ots=VKnwYeBVKB&sig=LeufAGluLdsji71q4elJrKNy1LA#v=onepage&q=elaborar%20un%20plan%20de%20desarrollo%20turistico&f=false)

[20de%20desarrollo%20turistico&f=false](https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=ksE_EzHqukoC&oi=fnd&pg=PA5&dq=elaborar+un+plan+de+desarrollo+turistico&ots=VKnwYeBVKB&sig=LeufAGluLdsji71q4elJrKNy1LA#v=onepage&q=elaborar%20un%20plan%20de%20desarrollo%20turistico&f=false)

[20de%20desarrollo%20turistico&f=false](https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=ksE_EzHqukoC&oi=fnd&pg=PA5&dq=elaborar+un+plan+de+desarrollo+turistico&ots=VKnwYeBVKB&sig=LeufAGluLdsji71q4elJrKNy1LA#v=onepage&q=elaborar%20un%20plan%20de%20desarrollo%20turistico&f=false)

[20de%20desarrollo%20turistico&f=false](https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=ksE_EzHqukoC&oi=fnd&pg=PA5&dq=elaborar+un+plan+de+desarrollo+turistico&ots=VKnwYeBVKB&sig=LeufAGluLdsji71q4elJrKNy1LA#v=onepage&q=elaborar%20un%20plan%20de%20desarrollo%20turistico&f=false)

Torres León, L., Jaramillo Granda, M., Barzallo Neira, C., Armijos, D., y Pesántez

Loyola, S. (2016). *Manual para trabajos de titulación.* Facultad de Ciencias de

la Hospitalidad. Unidad de Titulación. Recuperado de

[http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/25538/1/Manual%20Trab](http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/25538/1/Manual%20Trabajos%20Titulacio%CC%81n%2C%202016%2007%2012.pdf)

[ajos%20Titulacio%CC%81n%2C%202016%2007%2012.pdf](http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/25538/1/Manual%20Trabajos%20Titulacio%CC%81n%2C%202016%2007%2012.pdf)

Toselli, C., y Mazza, C. (2014). Planes estratégicos de turismo para el desarrollo local.

Una propuesta de análisis a partir del método de los “interrogantes



fundamentales". Gran Tour. Recuperado de

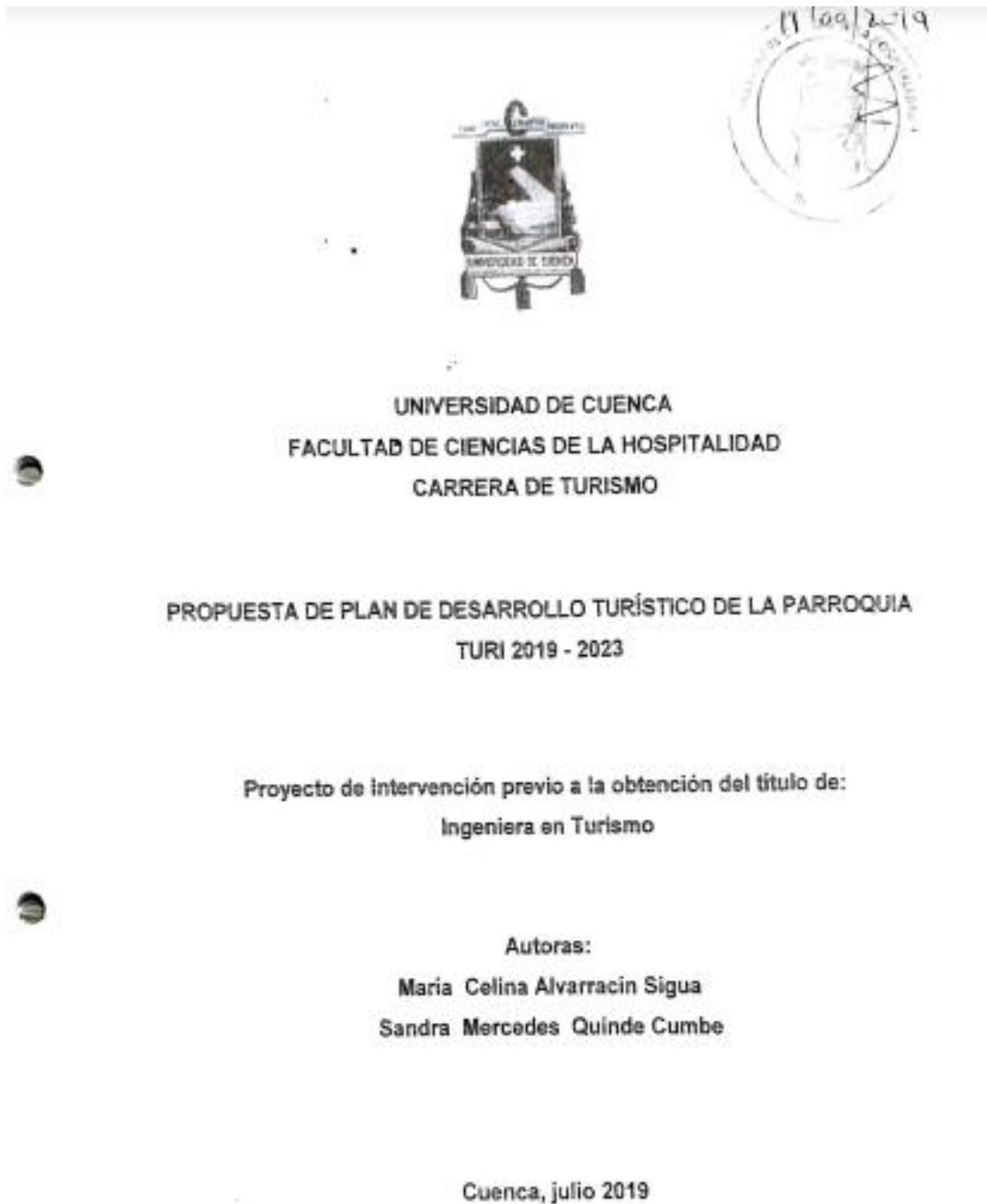
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4888263>

Xia, H. (2016). *Los efectos positivos de la economía colaborativa en el turismo sostenible*. Recuperado de <https://core.ac.uk/download/pdf/289984309.pdf>



Anexos

Anexo 1. Diseño de tesis aprobado



1. Título del Proyecto de Intervención

Propuesta de plan de desarrollo turístico de la parroquia Turi 2019 - 2023.

2. Nombre de la estudiante/correo electrónico

María Celina Alvaracín Siguar / celina.alvaracin@ucuenca.edu.ec

Sandra Mercedes Quinde Cumba / sandra.quinde0011@ucuenca.edu.ec

3. Resumen del Proyecto de Intervención

El presente trabajo de intervención pretende elaborar un plan de desarrollo turístico de la parroquia Turi, periodo 2019- 2023. Debido a que la parroquia no cuenta con un plan de desarrollo turístico que planifique de manera sostenible los recursos turísticos, teniendo en cuenta factores tales como: la oferta la demanda, las tendencias de mercado y también las características o vocación del territorio.

Por tal motivo, es necesario diagnosticar la situación geográfico-ambiental, socio-económico y político-institucional de la parroquia, determinar la situación turística y consecuentemente formular el plan acción para el desarrollo turístico de la parroquia.

El proyecto es carácter cualitativo, las técnicas a usar son la investigación de fuentes bibliográficas académicas científicas, la entrevista, visitas in situ.

4. Planteamiento del Proyecto de Intervención

En entornos rurales, semi urbanos o urbanos, el turismo y sus diversas actividades relacionadas son considerados como el factor clave para mejorar el impulso económico, social y de calidad de vida de una localidad. Sin embargo, es muy importante considerar la elaboración previa de un documento de planificación que justifique la inversión pública o privada (Blanco, 2008).

Según un diálogo mantenido con el presidente del Gobierno Autónomo Descentralizado de la parroquia Turi, Ingeniero Paul Pafí, manifiesta que la



parroquia no cuenta con un Plan de Desarrollo Turístico, por tal motivo se concuerda sobre la importancia de su realización. Se recalca la ejecución de una investigación previa para la identificación de problemáticas y la planificación posterior que contribuya con la mejora de la actividad turística en la parroquia Turi a través del tiempo.

La parroquia Turi en la actualidad es considerada como un atractivo turístico muy importante del cantón Cuenca (Rocano, 2019), en donde cada año el número de visitas va en aumento (Cor, 2019). A pesar de su importancia turística, la parroquia no posee un plan de desarrollo turístico que planifique de forma sustentable el manejo de los recursos a corto, mediano y largo plazo el entorno turístico, identificando los requerimientos o necesidades más importantes

Por esta razón se llevará a cabo la "Propuesta de plan de desarrollo turístico de la parroquia Turi, periodo 2019 – 2023", que impulse y promueva el desarrollo turístico en el territorio, a través de la puesta en valor de la identidad específica y que contribuya al bienestar de su población. Un plan de desarrollo turístico debe ser participativo y sostenible, contribuyendo a la gestión pública del destino (Agüera, 2013).

El desarrollo turístico actual abarca la intervención, consenso y participación activa de todos los actores del territorio. Es indispensable considerar que la elaboración de un plan de desarrollo turístico debe estar basado en la identificación de problemas, necesidades o conflictos y su posible solución y estar articulado a los planes de ordenamiento territorial vigentes contribuyendo a la consecución de los objetivos planteados.

Un plan de desarrollo turístico abarca el análisis de la situación social, económica, ambiental y turística de un determinado lugar, a través de la investigación documental, visitas insitu o entrevistas. Se prosigue con la determinación de las potencialidades y capacidades de infraestructura, atractivos y planta turística, siendo este segmento muy importante para identificar y establecer la situación turística real. Se finaliza con la elaboración de un plan de acción para el desarrollo turístico de determinado lugar.

La propuesta estará enfocada en la planificación sustentable que contribuya a la desconcentración y a la mejora de los servicios turísticos en la parroquia Turi, evitando la sobrecarga en determinados atractivos, creando beneficios sociales y mejorando la calidad de vida, siendo el gobierno parroquial y sus habitantes actores clave para su ejecución.

5. Revisión bibliográfica

Pará la elaboración de un plan de desarrollo turístico usaremos la guía que propone el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA), titulado *Guía para la formulación de planes de desarrollo turístico en territorios rurales*. El documento presenta una metodología secuencial que ayuda a elaborar un plan de desarrollo turístico de un territorio determinado. La metodología está compuesta por 4 fases primordiales. La primera fase es el lanzamiento de la propuesta de desarrollo, ante los actores involucrados. La fase dos es el análisis previo del territorio, en donde se realiza un primer acercamiento general al territorio, el cual determina aspectos importantes relacionados con la situación geográfica-ambiental, socio-económico y político-institucional. La fase tres es el diagnóstico turístico del territorio y la fase cuatro es la formulación del plan de acción. En el presente proyecto de intervención se aplicara tres fases: el análisis previo del territorio que implica el análisis geográfico-ambiental, socio-económico y político-institucional; diagnóstico de la situación turística y formulación del plan de acción

Para el análisis previo del territorio usaremos el documento *Métodos para el análisis del potencial turístico del territorio rural* de Miledred Mikery y Arturo Pérez, en donde relatan que el análisis previo del territorio recoge información de los diferentes actores involucrados en el desarrollo territorial (líderes comunales, instituciones, productores y empresarios) de la situación turística del territorio, razón por la cual debe abarcar las dimensiones geográfico-ambiental, socio-económica y político-institucional; adicionalmente se avanza con el mapeo de actores. Para este análisis se pueden realizar entrevistas formales con actores clave en el tema, revisión bibliográfica de planes de desarrollo y ordenamiento territorial. Es importante que el análisis previo del territorio incluya aspectos como la presencia o deficiencia de diferentes servicios



para el desarrollo de la parroquia, los cuales permitirán tomar decisiones acerca de las acciones a proponer en el plan de acción. Esta información será la base para el diagnóstico geográfico-ambiental, socio-económico y político-institucional del proyecto.

La dimensión geográfica-ambiental contiene los siguientes aspectos fundamentales: ubicación geográfica, área total del territorio y uso de suelos, paisajes, fauna y flora, como principales puntos, aunque puede incluir otros. La dimensión socio-económica involucra la historia, estructura demográfica, fuentes de ingresos de la población, estructura económica, recursos humanos, acceso a mercados, cultura y tradiciones, conflictos sociales, actitud de la población local hacia el turismo.

La dimensión político-institucional analiza instituciones públicas a nivel territorial, instituciones privadas y de sociedad civil, importantes políticas que afecten al territorio y su desarrollo turístico, proyectos turísticos y actividades planificadas. Esta información presentada en *Métodos para el análisis del potencial turístico del territorio rural* de Miledred Mikery y Arturo Pérez será utilizada en la realización del diagnóstico geográfico-ambiental, socio-económico y político-institucional del proyecto.

Determinar la situación turística de un determinado territorio es clave para la formulación del plan de acción. Contiene tres aspectos fundamentales que son el análisis sobre la oferta turística, demanda turística y tendencias de consumo. Las herramientas para obtener información son: entrevistas a actores claves, observación de campo y encuestas. El contenido descrito servirá en la realización del diagnóstico de la situación turística del territorio.

Lo esencial del análisis de la oferta turística del territorio son los atractivos turísticos de la zona, además el alojamiento, restauración, actividades de recreación, guianza, transporte, agencias de viajes, lugares de esparcimiento, e infraestructura básica son importantes. Es indispensable el inventario de los atractivos turísticos para la evaluación de los atractivos del territorio con potencial.



El análisis de la demanda turística tiene como objetivo conocer al perfil de los visitantes de la zona, se distingue entre la demanda actual y la potencial. En *Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo 2008* de la Organización Mundial de Turismo (OMT) se proporciona diferentes recomendaciones con respecto a la identificación y medición de las características de los visitantes y de los viajes. Las características de los visitantes hacen referencia a sexo, edad, actividad económica, ocupación, ingresos familiares e individuales, educación, lugar de nacimiento. Los viajes turísticos pueden caracterizarse por motivo principal, tipos de productos, duración del viaje o la visita, origen y destino, medios de transporte, y tipos de alojamiento. Las recomendaciones proporcionadas ayudarán a concretar el perfil de los visitantes de la parroquia, dentro del capítulo de la situación turística de la parroquia.

Es necesario conocer las tendencias que modifican los hábitos de consumo de la población, debido a que influyendo en la oferta de productos y servicios turísticos, en efecto afectarán de manera positiva y negativa a los recursos turísticos y nuevos emprendimientos.

Pará identificar el perfil de la demanda turística de la parroquia Turi, se tomará los datos presentados en el *Estudio de Demanda y Oferta Turística en la ciudad de Cuenca*, Boletín tres 2016, elaborado por el Grupo de Investigación en Economía Regional (GIER) de la Universidad de Cuenca. En el mencionado documento se presenta el perfil de turistas nacionales, extranjeros, su motivación de visita, índices de consumo y visitación. La información presentada en este documento servirá de base para la elaboración del plan de desarrollo turístico de la parroquia Turi.

Para formular el plan de acción se recomienda en la *Guía metodológica para la elaboración de planes de desarrollo turístico cantonal* de la Asociación de Municipalidades Ecuatorianas y la *Guía para la formulación de planes de desarrollo turístico en territorios rurales* del Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA) seguir los siguientes pasos: definir la identidad territorial, analizar las fortalezas, oportunidades, debilidades y



amenazas que tiene el turismo para desarrollarse en la localidad, para el efecto es necesario ponderar cada una de ellas con el fin de identificar cual es la situación del turismo en el territorio, según los resultados se plantea las estrategias de intervención, la propuesta territorial donde se definen proyectos y las acciones para el cumplimiento de estos, se finaliza con el cronograma de ejecución y estimación presupuestaria con posibles vías de financiación. La información descrita en las dos guías contribuirá en formulación del plan de acción del proyecto.

La definición de la identidad del territorio se da por la calidad de sus atractivos. Se crea una imagen para darse a conocer a los visitantes del territorio mediante el reconocimiento colectivo de aquello que identifica a los pobladores de la localidad. Para definir la identidad del lugar son indispensables los atractivos turísticos, los valores y principios importantes para los pobladores, la imagen que el territorio quiere proyectar. Este punto reflejará los elementos de diferenciación del territorio.

El análisis FODA es la base para elaboración de las estrategias de intervención. Para este análisis la Guía metodológica para la elaboración de planes de desarrollo turístico cantonal de la Asociación de Municipalidades Ecuatorianas, explica el proceso de ponderación y recomienda una matriz de evaluación de las fortalezas, debilidades (factores internos), oportunidades y amenazas (factores externos). Se debe asignar una calificación que vaya desde 0.0 las que se consideran sin importancia hasta 1.0 los factores de gran importancia.

Las líneas estratégicas o líneas de acción se puntualizan de acuerdo a cada área de acción. Las áreas de acción se definen en orden de prioridades procurando impulsar aquellos proyectos que contribuyan a superar las debilidades e impulsar las oportunidades del territorio. Cada línea de acción abarca una temática para la cual se debe plantear estrategias que ayuden a la consecución de los proyectos. Una vez planteadas las estrategias se puntualizan las actividades que permitan la consecución del proyecto. Se define quienes son los responsables e involucrados en la ejecución, requerimientos y la duración de cada actividad.



El cronograma de ejecución estipula los plazos alcanzables para el cumplimiento de cada actividad, dentro de determinado proyecto, la secuencia progresiva para las acciones contempladas y la dependencia de unas acciones con otras que obligan a un orden de ejecución. Se debe tratar de establecer verdaderos tiempos con ello evitar la falta de tiempo para el desarrollar cierta actividad.

Las necesidades de formación y capacitación se categorizan en: formación general en temas de turismo, como son la planificación, promoción; formación empresarial con el fin mejorar la planta turística; formación profesional. La propuesta de formación y capacitación debe involucrar los distintos perfiles o colectivos implicados, programas generales de contenido y acciones formativas: talleres elaboración de documentación entre otras actividades.

La estimación presupuestaria, establece un presupuesto estimativo de acuerdo a los planes, programas y proyectos, permite tener una idea de cuánto podrá costar la implementación de todos los proyectos seleccionados y las posibles vías de financiación, donde es fundamental tener un registro de las organizaciones gubernamentales y no gubernamentales que pudieran ser potenciales donadores o financiadores de recursos.

6. Objetivos

6.1 Objetivo General

Elaborar un plan de desarrollo turístico de la parroquia Turi 2019-2023

6.2 Objetivos específicos

1. Diagnosticar la situación geográfico-ambiental, socio-económico y político institucional de la parroquia Turi 2019
2. Determinar la situación turística de la parroquia Turi 2019
2. Formular el plan de acción turístico de la parroquia Turi 2019-2023

6.3 Meta

Propuesta de plan de desarrollo turístico de la parroquia Turi 2019-2023

6.4 Transferencia de resultados



Al finalizar la propuesta se entregará el documento elaborado al presidente del Gobierno Autónomo Descentralizado de la parroquia Turi, para su continua ejecución y monitoreo, además se entregará una copia digital al repositorio de la Universidad de Cuenca.

7. Impactos

Económico: Dinamizar la economía local con la apertura de emprendimientos generados por los habitantes del sector apegados a la oferta turística-cultural.

Social: Colaborar con la reducción de impactos negativos que generan las actividades turísticas y los problemas sociales presentes.

8. Técnicas de trabajo

La metodología para el presente trabajo de intervención es de carácter cualitativo descriptivo. Las técnicas de investigación se plantearán por cada objetivo; para el diagnóstico de la situación actual económica, social y territorial de la parroquia, es necesaria la utilización de técnicas documentales como; textos digitales y oficiales para recabar la información, análisis FODA y se elaborará una entrevista que evalúe la dinámica social y económica.

Para determinar las potencialidades y capacidades de infraestructura, atractivos y planta turística de la parroquia se realizarán visitas insitu y la respectiva elaboración de fichas técnicas.

Finalmente para formular el plan de acción para el desarrollo turístico de la parroquia se elaborarán herramientas como; matriz descriptiva, mapa de actores, encuestas y conjuntamente se realizará la socialización de la propuesta.



9. Bibliografía

- Agüera, F. O. (2013). El turismo comunitario como herramienta para el desarrollo sostenible de destinos subdesarrollados. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/181/18123245006.pdf>
- American Psychology Association. (2010). *Manual de Publicaciones de American Psychology Association* (6ta ed.). México: Editorial El Manual Moderno.
- Asociación de Municipalidades Ecuatorianas. (2016). *Guía metodológica para la elaboración de planes de desarrollo turístico cantonal*. Recuperado de <https://ame.gob.ec/ec/guiametodologicadeplanesdesarrollo.pdf>
- Blanco, M. (2008). *Guía para la elaboración del plan de desarrollo turístico de un territorio*. Recuperado de https://s3.amazonaws.com/academia.edu/documents/34268458/Guia_para_elaborar_el_plan_de_desarrollo_turistico_de_un_territorio.pdf?response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DEvaluacion_del_Potencial_Turistico_del_T.pdf&X-Amz-Algorithm=AWS4-HMAC-SHA256&X-Amz-Credential=AKIAWOWYYGZ2Y53UL3A%2F20190628%2Fus-east-1%2Fs3%2Faws4_request&X-Amz-Date=20190628T010349Z&X-Amz-Expires=3600&X-Amz-SignedHeaders=host&X-Amz-Signature=a9968fcf27eb3da926ded3fdad7fd042185a5561645c44a8d4ff133b48064d40
- Blanco, M. (2008). *Guía para la elaboración del plan de desarrollo turístico de un territorio*. Recuperado de http://www.academia.edu/download/34268458/Guia_para_elaborar_el_plan_de_desarrollo_turistico_de_un_territorio.pdf
- Blanco, P., Valente, S. y Reyes, J. (2015). Inventario de recursos turísticos como base para la planificación territorial en la zona altiplano de san Luis Potosi, México. *Cuadernos de Turismo* 35. Recuperado de



<http://www.theibfr2.com/RePEc/ibfr/nego/rgn-v4n7-2016/RGN-V4N7-2016-4.pdf>

Cor (22 de febrero de 2019). Parroquia Turi necesita impulso turístico. *El Tiempo*. Recuperado de <https://www.late.com.ec/2019/02/22/parroquia-turi-necesita-impulso-turistico/>

Echeverría, R. (diciembre, 2017). Metodología para determinar la factibilidad de un proyecto. *Revista Publicando*, 4(13). Recuperado de https://www.rmlconsultores.com/revista/index.php/crv/article/download/.../pdf_60

Fred, D. (2003). *Conceptos de Administración Estratégica*. Naucalpan de Juárez, México. Recuperado de <https://maliaoceano.files.wordpress.com/2017/03/libro-fred-david-9a-edicion-con-estrategica-fred-david.pdf>

Gobierno Autónomo Descentralizado de Turi. (2015). *Plan de desarrollo y ordenamiento territorial de la parroquia Turi*. Recuperado de <http://app.sni.gob.ec/sni-linksni/PDOTTURI2015.pdf>

Hair, J., Bush, R. y Ortinau, D. (2004). *Investigación de mercados. En un ambiente de información cambiante* (2da ed.). México: McGraw- Hill

Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura. (2014). *Guía para la formulación de planes de desarrollo turístico en territorios rurales*. Recuperado de <http://repositorio.iica.int/bitstream/11324/3028/1/BVE17068944e.pdf>

Mikery, M. y Pérez, A. (Noviembre, 2014). Métodos para análisis del potencial turístico del territorio rural. *Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas*, 9. Recuperado de <http://www.scielo.org.mx/pdf/remexca/v5n5nspe9/2007-0934-remexca-5-spe9-1729.pdf>

Organización Mundial de Turismo. (2008). *Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo 2008*. Recuperado de



- <https://statistics.unwto.org/es/contenido/recomendaciones-internacionales-para-estadisticas-de-turismo-2008-net-2008-0>
- Otero, A. M. (2000). *Planificación y manejo de atractivos turísticos culturales*. Recuperado de <https://digital.ec.gob.ar/handle/11746/1127>
- Ramírez, J. (2017). *Procedimiento para la elaboración de un análisis FODA como una herramienta de planeación estratégica en las empresas*. Recuperado de <http://148.202.167.115/8080/xmlui/handle/123456789/1214>
- Ricaute, C. (2009). *Manual para diagnóstico turístico local. Guía para planificadores*. Recuperado de <https://s3.amazonaws.com/academia.edu/documents/44127848/Ricaurte09-GuiaPlanTuris-ver-fichas-al-final-post-2007.pdf?response-content-disposition=inline>
- Rocano, M. (12 de Abril de 2019). *Turi, destino para admirar a toda Cuenca. El Tiempo*. Recuperado de <https://www.eltiempo.com/ec/noticias/cuenca/2/turi-cuenca-ecuador>
- Schulte, S. (2003). *Guía conceptual y metodológica para el desarrollo y planificación del sector turismo*. Recuperado de https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=ksE_EzHqukoC&oi=fnd&pg=PA5&dq=elaborar+un+plan+de+desarrollo+turistico&ots=VKnwYeBVKB&sig=LeufAGluLdsj71q4eIjKny1LA#v=onepage&q=elaborar%20un%20plan%20de%20desarrollo%20turistico&f=false
- Torres León, L., Jaramillo Granda, M., Barzallo Neira, C., Armijos, D., y Pesántez Loyola, S. (2016). *Manual para trabajos de titulación. Facultad de Ciencias de la Hospitalidad, Unidad de Titulación*. Recuperado de <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/25538/1/Manual%20Trabajos%20Titulacio%CC%81n%2C%202016%2007%2012.pdf>
- Toselli, C., y Mazza, C. (2014). *Planes estratégicos de turismo para el desarrollo local. Una propuesta de análisis a partir del método de los "interrogantes fundamentales"*. *Gran Tour*. Recuperado de <https://d.alnet.unioja.es/servlet/articulo?codigo=4688263>



10. Talento humano

Propuesta de plan de desarrollo turístico de la parroquia Turi 2019 - 2023

RECURSO	DEDICACIÓN	VALOR TOTAL \$ USD
DIRECTOR	4 HORAS - SEMANA - 12 MESES	600,00
ESTUDIANTE	4 HORAS SEMANA - 12 MESES	
	ESTUDIANTE 1	600,00
	ESTUDIANTE 2	600,00
TOTAL		1.800,00

Fuente: Elaboración propia

11. Recursos materiales

Propuesta de plan de desarrollo turístico de la parroquia Turi 2019 - 2023

CANTIDAD	RUBRO	VALOR \$ USD
2u	Computadora	800,00
500u	Fotocopias	25,00
1	Cámara	200,00
1	Cuaderno de campo	3,00
1	Impresora	150,00
1	Grabadora	40,00
2	Resmas de papel	7,00
2	Esferos, resaltadores, lápices, borrador	10,00
TOTAL		1.235,00

Fuente: Elaboración propia



12. Cronograma de actividades

Propuesta de plan de desarrollo turístico de la parroquia Tuni 2019 - 2023

ACTIVIDAD	MES											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1. Recopilación de la información	X	X										
2. Discusión y Organización de la información.		X	X	X								
3. Trabajo de campo					X	X						
4. Elaboración de la propuesta de plan de desarrollo turístico								X	X	X		
5. Redacción del trabajo.									X	X	X	
6. Revisión final.												X

Fuente: Elaboración propia

**13. Presupuesto**

Propuesta de plan de desarrollo turístico de la parroquia Tuní 2019 - 2023

CONCEPTO	APORTE DEL ESTUDIANTE \$ USD	OTROS APORTES \$ USD	VALOR TOTAL USD
TALENTO HUMANO			1.800,00
Tutor		600,00	
Investigador 1	600,00		
Investigador 2	600,00		
GASTOS DE MOVILIZACIÓN			441,00
Transporte	225,00		
Subsistencia	216,00		
GASTOS DE LA INVESTIGACIÓN			292,00
Insumos	100,00		
Material de escritorio	60,00		
Internet	132,00		
EQUIPOS, LABORATORIOS Y MAQUINARIA			1.200,00
Laboratorios	200,00		
Computador y accesorios	1.000,00		
OTROS	200,00		200,00
TOTAL	3.133,00	600	3.933,00

Fuente: Elaboración propia



14. Esquema

- Índice
- Abstract
- Agradecimiento
- Dedicatoria
- Introducción

1. Capítulo 1

1. Diagnostico situacional

1.1. Dimensión geográfica-ambiental

1.2. Dimensión socio-económica

1.3 Dimensión político- institucional

1.4.Actividades Económicas.

2. Situación turística de la parroquia Turi

2.1 Análisis de la oferta

2.1 Análisis de la demanda

2.2.1 Perfil de la demanda que visita la parroquia

2.2 Análisis e interpretación de entrevistas realizadas a autoridades

competentes encargadas del desarrollo turístico en la parroquia Turi

2.3 Análisis de los datos obtenidos a través de visitas insitu y fichas de observación

2.4 Análisis de la competencia turística

2.5 Análisis de las tendencias de consumo

2.6 Análisis de la vocación turística

3 Plan de desarrollo turístico

3.1 Objetivos

3.1.1 Objetivo general

3.1.2 Objetivos específicos

3.2 Definición de la identidad territorial

3.3 Análisis FODA



3.4 Estrategias de intervención

3.5 Propuesta territorial

3.5.1 Programas, proyectos y actividades

3.6 Cronograma y presupuestos

Conclusiones

Bibliografía



15. Anexos



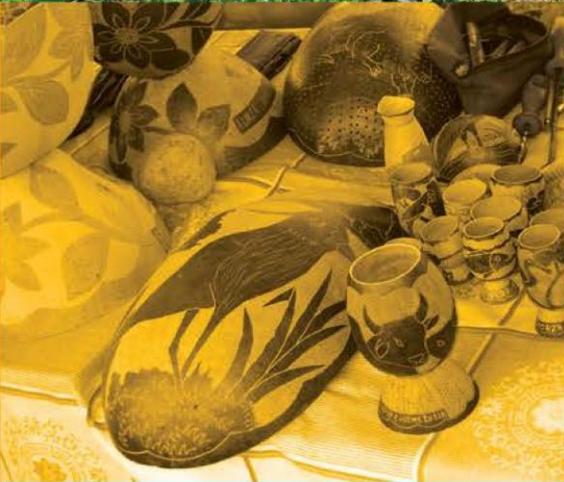
Certifica: Que el documento que antecede en 18
foja(s), es igual a su original, que reposa en el archi-
vo.
Cuenca a, 25 de Enero del 2021
SECRETARIA ABOGADA
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD



MARIA JOSE
CARRION
ANDRADE



Anexo 2. Guía para la formulación de planes de desarrollo turístico en territorios rurales



GUÍA

PARA LA FORMULACIÓN DE PLANES DE
DESARROLLO TURÍSTICO
EN TERRITORIOS RURALES







UNIVERSIDAD DE CUENCA

Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA)

Programa Agronegocios y Comercialización
Representaciones Nacionales de Panamá, Paraguay y Venezuela

GUÍA PARA LA FORMULACIÓN DE PLANES DE DESARROLLO TURÍSTICO EN TERRITORIOS RURALES

1. San José, Costa Rica 2014

Publicación financiada por el Fondo Concursable para la Cooperación Técnica (FonCT)

Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA), 2014



Guía para la formulación de planes de desarrollo turístico en territorios rurales por IICA se encuentra bajo una Licencia Creative Commons

Reconocimiento-Compartir igual 3.0 IGO (CC-BY-SA 3.0 IGO)
(<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/igo/>) Creado a partir de la obra en www.iica.int.

El Instituto promueve el uso justo de este documento. Se solicita que sea citado apropiadamente cuando corresponda
Esta publicación está disponible en formato electrónico (PDF) en el sitio web institucional en <http://www.iica.int>

Coordinación editorial: Marvin Blanco y Wienke Heinrichs
Corrección de estilo: María Teresa Bolaños



Diseño de portada: José Enrique Torres
Diagramación: José Enrique Torres
Fotos de portada: C. Scavone, Y. Sanguino, Panamá al Natural
Publicación en formato digital

Guía para la formulación de planes de desarrollo turístico en territorios rurales / IICA – San José, C.R.: IICA, 2014. 82 p.; 21.59 cm x 27.94 cm

ISBN: 978-92-9248-551-1

1. Desarrollo rural 2. Empresas 3. Turismo rural 4. Agroindustria
5. Planes de desarrollo 6. Planificación rural I. IICA II. Título.

AGRIS

DEWEY

E20

307.1412

San José, Costa Rica

2014

2. AGRADECIMIENTOS

Los autores desean expresar su agradecimiento por la colaboración en la actualización de esta guía a las siguientes personas:

Mario Samper, José Arze y Hernando Riveros, especialistas del IICA, por sus aportes y revisión a la primera versión de la Guía, publicada en 2008.

A los especialistas nacionales y consultores que participaron en la elaboración de los diagnósticos y planes de turismo de los tres países involucrados en el proyecto:

- Municipio de Santa Fe, provincia de Veraguas, Panamá: Manuel Pitre y Sandra Sierra.
- Distrito de Independencia, departamento de Guairá, Paraguay: Teresita León, Fátima Almada, Janaina Magalhaes, Caio Scavone y Luis Zarza.
- Municipio Rómulo Gallegos, Estado de Apure, Venezuela: Isabel Balcázar, Rodolfo Fernández, Jaime Flores, Maritza Ceballos, Luis Eduardo Gómez y Yamilette Sanguino.

A las contrapartes locales e integrantes de las comisiones de turismo, por su apoyo desinteresado al proyecto que permitió la validación de esta Guía.





3. PRESENTACIÓN

El turismo en espacio rural es una actividad económica en crecimiento en América Latina y el Caribe (ALC) que constituye una de las alternativas propuestas para lograr el desarrollo rural, dadas las numerosas ventajas que tiene para sus pobladores respecto a la diversificación de los ingresos, la generación de nuevos empleos y la valorización de la cultura agropecuaria rural, entre otros beneficios. Para lograr una adecuada articulación entre la agricultura y el turismo en los territorios rurales, se hace necesario introducir instrumentos metodológicos innovadores que propicien la participación de la mayor cantidad de actores, para que, de manera conjunta, se acuerde y planifique el desarrollo turístico con horizonte de corto, mediano y largo plazo. Además, se requiere fortalecer las capacidades de los pobladores rurales, de los agentes de desarrollo y los gobiernos locales, en la identificación y valoración de los recursos y atractivos del territorio, en el diseño de productos turísticos competitivos y en la elaboración y ejecución de proyectos. Frente a esos propósitos, el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA) propone la utilización de un instrumento de planificación territorial del turismo rural, originalmente desarrollado por el Programa *leader* de la Unión Europea y que ha sido adaptado para su aplicación en territorios de ALC.

El plan de desarrollo turístico es una herramienta que brinda los lineamientos generales para la gestión turística de un determinado territorio, y que orienta las acciones que se deben realizar para lograr un desarrollo turístico sostenible e inclusivo. Por esto, dicha herramienta, elaborada de manera participativa en el territorio y que considera la multisectorialidad, ayuda a definir objetivos y metas comunes de todos los actores, con base en las características específicas del lugar. De esta forma no solamente se asegura que participen la mayoría de los actores del territorio, sino también se

establece una planificación de corto, mediano y largo plazo, que puede facilitar la búsqueda de recursos para su implementación. Además, el plan de desarrollo turístico podría contribuir, a través de su ejecución, al bienestar de la población y al desarrollo sostenible en la zona.

La Guía se elaboró con base en las experiencias del proyecto “Validación de un instrumento marco para la elaboración de programas de desarrollo turístico en territorios rurales de América Latina”, ejecutado por el IICA en territorios seleccionados de Panamá, Paraguay y Venezuela, con el financiamiento del Fondo Concursable de Cooperación Técnica.

La Guía provee una metodología secuencial que ayuda a elaborar un **plan de desarrollo turístico** para un territorio determinado; para esto, adopta un **enfoque multisectorial y participativo**, involucrando a los diferentes actores locales, tanto públicos como privados. La institucionalidad de cada territorio es diferente, y por lo tanto, un paso importante para realizar una iniciativa que busca promover el turismo es determinar y definir quiénes son los actores que deberían involucrarse, aunque quizás no todos acompañarán el proceso completo.

Entre otros actores se consideran: funcionarios local o regional, representantes de instituciones públicas relacionadas con el desarrollo socio-económico, turístico y ambiental del territorio –por ejemplo ministerios o secretarías de turismo, programas de turismo rural, alcaldías, etc.–, representantes de la cámara de turismo o cámara de comercio y de organizaciones comunales, como asociaciones de la(s) municipalidad(es), el gobierno de

hoteleros, cooperativas de productores

La guía presenta una metodología secuencial que al ser aplicada nos provee de una herramienta que sirve para impulsar y promover el desarrollo turístico en el territorio.



agropecuarios, oferentes de servicios turísticos

(agencias de viaje), el sector de transporte y el

de gastronomía, etc. Asimismo, debería hacerse

el esfuerzo por involucrar en el proceso a los

organismos internacionales y Organizaciones no

Gubernamentales (ONG) que realizan

actividades en la zona.

Esperamos que la publicación se convierta en una herramienta útil para que otros territorios en ALC diseñen e implementen planes de turismo innovadores.

Jaime Flores

Coordinador del Proyecto
Representante IICA Venezuela



4. INTRODUCCIÓN

En las últimas décadas, el turismo rural ha ganado importancia debido a una demanda creciente por actividades alternativas al turismo tradicional y apoyado por el hecho de que transmite una imagen 'natural', de vida sana y preocupación por la salud, que corresponde a lo que buscan muchos habitantes de las zonas urbanas. Adicionalmente, el turismo rural ha demostrado ser un instrumento valioso para el desarrollo rural, experimentando un crecimiento impulsado por nuevas políticas de desarrollo rural, ejecutadas, por ejemplo, a través de iniciativas como LEADER^{1,2}.

Desde el enfoque del desarrollo territorial, el turismo rural representa no solamente nuevas fuentes de ingresos y empleo, sino también brinda la oportunidad de valorizar la identidad específica del territorio, sus características únicas y exclusivas, como por ejemplo del ámbito natural o cultural, y compartirlas con los visitantes que llegan para experimentar la vida rural y conocer la cultura local. De esta forma, el turismo rural puede ayudar a las comunidades a enfrentar y frenar procesos de migración de la población hacia las ciudades, el abandono de actividades agrícolas y agroindustriales, el descuido del área natural o urbana, etc.; pudiendo incluso fomentar la autoestima de los actores locales, y ser el incentivo para la instalación de áreas naturales protegidas, obras de infraestructura, entre otras ventajas. A menudo, el turismo rural se ha visualizado como la única estrategia para el desarrollo rural y la solución a los problemas de la producción agropecuaria; sin embargo, no todos los

turismo competitiva. Muchos territorios carecen de infraestructura e instalaciones básicas (información turística, señalización adecuada, organización, alojamientos con un mínimo de confort) y no tienen un producto turístico bien definido y dirigido a un mercado determinado.

De ahí que es altamente importante evaluar el potencial turístico del territorio y establecer un plan que oriente las acciones necesarias por realizar, con el fin de aprovechar mejor y de manera sostenible el potencial turístico que existe en el lugar, y de superar posibles limitantes.

La "Guía para la formulación de planes de desarrollo turístico en territorios rurales" fue publicada como documento de trabajo en el año 2008³, en el marco de trabajo del Programa de Desarrollo Agroindustrial Rural (PRODAR) del IICA. La metodología tomó como

Productores y productoras del municipio Santa Fe, Panamá, constituyeron la Asociación Agroartesanal Turística Ambiental. Foto: Panamá al Natural 2013.

2. El programa LEADER (Relaciones entre actividades de desarrollo rural; *Liaison entre actions de développement de l'économie rurale*, en francés) fue creado por la Unión Europea en 1991, financiado por los Fondos Estructurales y de Desarrollo Rural. Desde entonces, hubo cuatro actualizaciones del Programa, la más reciente va de 2014 a 2020. Se considera un método para movilizar y fomentar el desarrollo rural en núcleos rurales locales; en su implementación se realizan seis pasos específicos, entre ellos el análisis del territorio, la definición de actividades e iniciativas y la preparación de una estrategia de desarrollo local (Comisión Europea 2006).

3. Blanco 2008.

territorios disponen de las condiciones necesarias para establecer una oferta de

1. García & Grande 2005.



referencia herramientas de los programas LEADER y PRODER⁴ de la Unión Europea, y se complementó con elementos de otras propuestas metodológicas, implementadas en varios países de América Latina. Entre 2012 y 2014, el IICA, a través de sus oficinas en Panamá, Paraguay y Venezuela, y con el apoyo del Programa de Agronegocios y Comercialización, implementó el proyecto “Validación de un instrumento marco para la elaboración de programas de desarrollo turístico en territorios rurales de América Latina”, financiado con recursos del Fondo Concursable de Cooperación Técnica (FONCT) del IICA. El proyecto tuvo como objetivo “validar un instrumento para la elaboración de programas de desarrollo turístico en territorios rurales con visión de largo plazo, sostenible e integral, que permitiera sacar lecciones para su difusión y réplica en territorios y con actores con similares características en países de las Américas”. Con este fin, se aplicó la Guía en territorios rurales, seleccionados en los tres países participantes del proyecto:

- Municipio Santa Fe en la Provincia de Veraguas, en Panamá.
- Distrito de Independencia, Departamento de Guairá, en Paraguay.
- Municipio Rómulo Gallegos del Estado de Apure, en Venezuela

Con base en las experiencias y lecciones aprendidas en los tres territorios pilotos, se ha **actualizado y ampliado** la Guía, destacando más el enfoque participativo y multisectorial, brindando mayores detalles sobre el procedimiento metodológico, añadiendo una caja de herramientas, entre otros elementos añadidos.

RECUERDE La metodología sigue la misma lógica establecida **A lo largo del documento**, en la primera versión de **acompañamos el texto con** la Guía Aunque se trate **cuadros como este**, de una metodología

que sirven para resaltar secuencial, es decir, las **objetivos (color naranja)**, fases (con excepción de la fase transversal) se

aspectos importantes aplican una tras otra y **por recordar (color no en paralelo; cabe verde) o para advertir** destacar que la Guía **sobre algunos temas** está pensada como **(color celeste)**. referencia y orientación para quienes quieran

1. implementar una iniciativa de desarrollo turístico para su territorio, y que la metodología

puede y debe ser **adaptada a las condiciones y necesidades específicas de cada territorio**.

La metodología está compuesta por cinco fases secuenciales y una transversal (Figura 1; para ver mayor detalle, revise también el anexo de este documento). Las primeras dos fases son preparativas; en la Fase 1, se hace la propuesta de desarrollo turístico ante los actores involucrados, estableciendo las bases para el trabajo a efectuar. En la Fase 2 se realiza un primer acercamiento general al territorio, para poder determinar aspectos importantes relacionados con la situación o el potencial turístico que deben considerarse en justifica la realización del diagnóstico a profundidad, lo cual implica el uso de mayores recursos humanos y financieros.

A partir de la Fase 3 empieza la planificación del desarrollo turístico, que se traducirá en un documento con el plan de desarrollo turístico para el territorio.

la implementación de la iniciativa. Además, esta fase permite evidenciar el potencial turístico del territorio que

PROPÓSITO

Impulsar y promover el desarrollo turístico en el territorio, a través de la puesta en valor de la identidad específica de este, y contribuir de esta manera al bienestar de su población y el desarrollo sostenible en la zona.



Esto inicia con un diagnóstico a profundidad que estará compuesto de una parte descriptivo-analítica, y otra evaluativa. Con base en el diagnóstico se formula, en la Fase 4, el plan de acción turística que diseña –entre otros– las líneas de acción o iniciativas que se consideran necesarias para el desarrollo turístico del territorio, y que incluye, además, un Programa de capacitación y formación. Finalmente, en la Fase 5 se definen los aspectos de la gestión del plan de acción turística que define cómo se va a implementar lo acordado en el plan de

acción turística, cuáles son los mecanismos de seguimiento y evaluación, y otros aspectos más. La fase transversal se refiere a la participación y concientización social, y debe tenerse en cuenta no solamente en la ejecución de cada una de las fases metodológicas, sino también más allá de esto, en los procesos de implementación, seguimiento, evaluación y adaptación. La constitución y puesta en marcha de un foro de participación para el desarrollo turístico en el territorio es una de las acciones más importantes en relación con esta fase. Además de la descripción y explicación detallada de la metodología, se presenta, en la Parte III del

4. Programa Operativo de Desarrollo y Diversificación Económica de Zonas Rurales (España).

Figura 1. Fases de la metodología para la formulación del plan de desarrollo turístico para un territorio



Fuente: Elaboración propia.

documento, una Caja de Herramientas Metodológicas que puede utilizarse en el trabajo por realizar, tanto en los momentos de recolección de datos e información, como en el análisis de estos, la elaboración del plan de acción turística y la gestión de dicho plan, siempre con un enfoque multisectorial y participativo.

Cabe mencionar que cada metodología, por más práctica y aplicada que sea, requiere de un marco conceptual del que surge y en el que se pueda basar; es por eso que, antes de entrar en los detalles de la metodología, la Parte I de la Guía aborda estos aspectos importantes.

La Guía brinda ejemplos de los territorios piloto, sugerencias y recomendaciones sobre la realización de diferentes actividades y herramientas metodológicas por aplicar, así como sobre posibles fuentes para la recopilación de información. Esperamos que estas sugerencias y recomendaciones sean de utilidad para quienes apliquen la Guía, sin embargo, cabe resaltar, que según cada caso, siempre puede haber otras alternativas metodológicas que son igualmente viables para planear el desarrollo turístico.

PARTE II

METODOLOGÍA PARA LA FORMULACIÓN DEL PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO



2. PARTE II: METODOLOGÍA PARA LA ELABORACIÓN DEL PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO

En esta segunda parte de la Guía se presenta –paso por paso– la metodología para la formulación del plan de desarrollo turístico de un determinado territorio. Como se mencionó anteriormente, la metodología comprende las siguientes fases:

Fase transversal: Participación y concientización social

Fase 1: Lanzamiento de la propuesta de desarrollo turístico en el territorio

Fase 2: Análisis previo del territorio

Fase 3: Diagnóstico turístico del territorio

Fase 4: Formulación del plan de acción turística

Fase 5: Propuesta de gestión del plan de acción turística

Para cada fase se brinda información sobre el objetivo que se busca cumplir, el desarrollo metodológico, incluyendo los métodos y herramientas que se pueden aplicar, algunas pautas sobre posibles fuentes para la recopilación de datos e información, junto con otros consejos y recomendaciones que podrían ser de utilidad para facilitar el trabajo.

La Figura 3, que ya fue presentada al inicio de este documento, muestra de manera esquemática las fases de la metodología.

Figura 3. Fases de la metodología para la formulación del plan de desarrollo turístico para un territorio



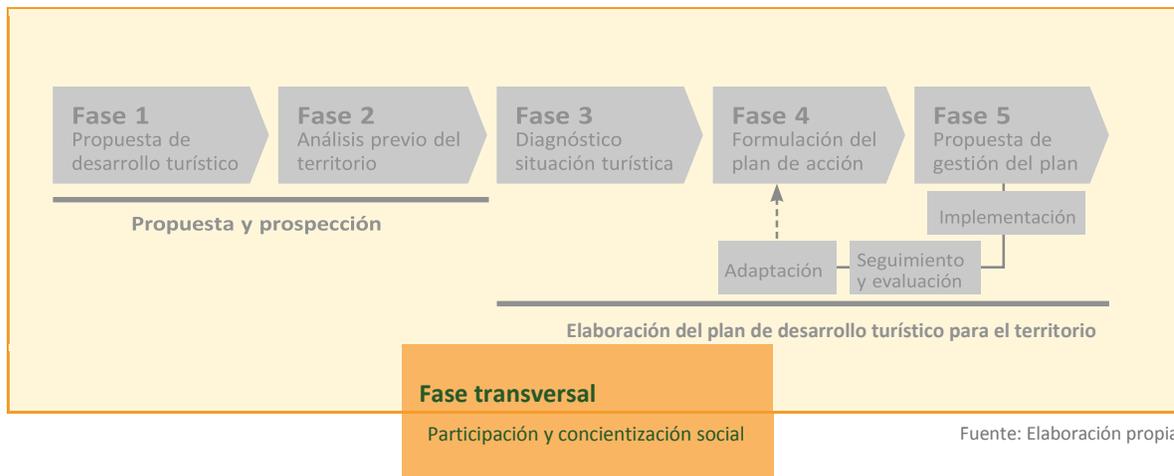
Fuente: Elaboración propia.

Aunque puede haber indicaciones sobre el tiempo para la aplicación de algunas herramientas, como por ejemplo el análisis FODA, no se indican tiempos específicos para el desarrollo de cada fase, ya que esto depende de factores tan diversos como la cantidad de personas involucradas, recursos financieros disponibles, compromiso a nivel político, acceso a información, otras actividades que se llevan a cabo en el territorio y que requieren la atención de la población y de los funcionarios políticos, etc. Sin embargo, se estima que en un periodo de un año se puede formular el plan de desarrollo turístico.



Fase transversal:

Participación y concientización social



OBJETIVO DE LA FASE TRANSVERSAL:
 Asegurar el involucramiento y la participación de los actores relacionados con el desarrollo turístico del territorio en la iniciativa, para lograr que el plan de desarrollo turístico se constituya en una propuesta consensuada por la población local, y que sea sostenible en su implementación.

La fase transversal abarca dos aspectos importantes que deben fomentarse durante todo el proceso: la participación y la concientización social. La metodología aplica un enfoque multisectorial y participativo, lo cual implica el involucramiento de una gran diversidad de actores; como se indicó anteriormente, se consideran: funcionarios de la(s) municipalidad(es), el gobierno local y/o regional, representantes de instituciones públicas relacionadas con el desarrollo socio-económico, turístico y ambiental del territorio, representantes de la cámara de turismo o cámara de comercio y de organizaciones comunales como asociaciones de hoteleros, cooperativas de productores agropecuarios, oferentes de servicios turísticos, el sector de transporte y el de gastronomía, organismos internacionales y ONG que realizan actividades en la zona, así como otros más.

Está claro que en un grupo de actores tan diversos tendrán intereses diferentes, y no siempre es fácil llegar a un consenso. Por eso, la definición de un objetivo común, aceptado y apoyado por todos los actores, es un aspecto clave para lograr la participación de todos los involucrados. Asimismo, es recomendable contar con una persona que asuma el papel de **facilitador** y que acompañe el proceso de formulación del plan.

Las tareas y responsabilidades del facilitador implican la articulación y dinamización del proceso, y comprenden, entre otras:

- Orientar y dar seguimiento a las actividades de la comisión de turismo y del foro de participación²¹.
- Impulsar, orientar y supervisar el desarrollo metodológico.
- Apoyar la toma de decisiones sobre la implementación de la metodología, fases o actividades, si es que la comisión de turismo lo requiere.

Cuadro 1. Posibles ventajas y desventajas de un facilitador local o externo al territorio

	Facilitador local conoce al territorio y a los actores locales	Facilitador externo no conoce, o conoce poco, al territorio y a los actores locales
Posibles ventajas	<ul style="list-style-type: none"> • Motivación personal por el éxito de la iniciativa. • Relaciones establecidas con los actores e instituciones locales. • El facilitador vive en el territorio y puede reaccionar rápido ante cualquier eventualidad. • Se generan capacidades en el territorio. 	<ul style="list-style-type: none"> • Perspectiva “fresca” y objetiva del territorio. • Se puede buscar una persona ya capacitada para este tipo de trabajo. • En caso de conflictos sociales en el territorio, el facilitador puede asumir una actitud neutra o incluso de mediador.
Posibles desventajas	<ul style="list-style-type: none"> • Perspectiva subjetiva del territorio que puede causar sesgos en cuanto al desarrollo de sus actividades. • Puede que primero haya que capacitar al facilitador para que sepa realizar esta tarea. • En caso de haber conflictos sociales en el territorio, el facilitador puede estar involucrado, y puede actuar según sus intereses propios y no los de la comunidad. 	<ul style="list-style-type: none"> • Necesita familiarizarse todavía con los actores e instituciones locales y las singularidades del territorio. • Las capacidades generadas en la persona del facilitador no se quedan en el territorio. • El facilitador no vive en el territorio, por lo que su reacción no será inmediata y requerirá de planificación y viajes.

Este rol puede ser

21. La COMISIÓN DE TURISMO se crea a partir del FORO DE PARTICIPACIÓN para el desarrollo turístico y es la instancia que liderará la iniciativa de elaboración del PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO para el territorio. En la Fase 1 se brinda mayor detalle sobre la constitución y las responsabilidades del FORO DE PARTICIPACIÓN y la COMISIÓN DE TURISMO.

- Promover que el proceso de elaboración del plan de desarrollo turístico sea lo más participativo posible y asegurar que se realice una comunicación adecuada hacia la población local.

RECUERDE
El turismo es un tema articulador entre diferentes sectores, como por ejemplo el agroindustrial, manufactura, deportes, cultura, medio ambiente, gastronomía, etc.

- Apoyar la comisión de turismo en reuniones y talleres, por ejemplo, asumiendo el rol del moderador y/o facilitador del evento.
- Estar en contacto con las instituciones públicas en el territorio y fomentar el vínculo entre estas y la comisión de turismo.
- Atender las consultas y dudas de la población local y otros actores involucrados, y fomentar el vínculo entre éstos y la comisión de turismo.

Como ya fue mencionado anteriormente, se procura realizar un proceso altamente participativo, por lo que se realizan varias actividades de este tipo durante el proceso de formulación del plan, entre ellas:

- Constitución de un foro de participación para el desarrollo turístico y de la comisión de turismo (Fase 1).

asumido por una persona que sea del territorio, como por ejemplo, un líder comunitario o un referente institucional local, o por una persona externa al territorio. Ambas opciones tienen ventajas y desventajas que es importante considerar; en el Cuadro 1 se presentan algunas de las más comunes, aunque cabe recordar que no en todo caso tendrán que cumplirse en la realidad. Asimismo, hay que recordar que un facilitador que no recibe pago por su labor y lo hace en su tiempo libre, probablemente podrá dedicar menos tiempo a esta tarea que uno que recibe una compensación por sus horas de trabajo.

- Comunicación de logros y avances de la iniciativa.
- Taller participativo para la validación de la primera parte del diagnóstico de la situación turística en el territorio y elaboración de la segunda parte (Fase 3).
- Reunión de presentación y validación del plan de acción turística (Fase 4).
- Presentación pública del plan de desarrollo turístico para el territorio.



Es sustancial lograr desde el

1. - RECUERDE

clara y abierta sobre la iniciativa de desarrollo turístico y sus avances. Para la población local, las instituciones y otros actores involucrados, es importante recibir información sobre el proceso de tal forma que se sientan “al día” sobre las actividades que se

Si el proceso de elaboración del PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO se realiza de manera participativa, permitirá el empoderamiento de los actores, haciéndose estos responsables del desarrollo sostenible de su territorio.

1. inicio una comunicación

realizan en el territorio, es decir, que sepan sobre los avances ya hechos y los pasos por realizar; que conozcan el objetivo con el cual se realiza la iniciativa y los impactos que esta va a tener en el territorio, y que se sientan invitados a opinar y participar.

Dependiendo de las características del territorio, algunas posibles herramientas para la difusión de información y la comunicación en general pueden ser:

- Periódicos locales
- Anuncios o carteles en locales públicos
- Programas de radio local
- Reuniones comunales
- Conversatorios
- Boletín informativo a través de correo electrónico, periódicamente
- Redes sociales

Un factor importante para el éxito de la iniciativa es, la ejecución del plan de desarrollo turístico en las líneas institucionales de gestión, asegurando así su cumplimiento.

además, que los líderes y tomadores de decisiones políticas en el territorio se apropien de ella, la acompañen y apoyen. El **compromiso del sector público, en alianza con el privado y la sociedad civil**, es lo que contribuye de manera significativa a la sostenibilidad del proceso, por ejemplo, incluyendo

ATENCIÓN

En territorios en los que convergen diferentes divisiones administrativas, es indispensable la coordinación y articulación permanente entre las unidades administrativas.



Fase 1:

Lanzamiento de la propuesta de desarrollo turístico en el territorio



OBJETIVO DE LA FASE 1:

Constituir un **FORO DE PARTICIPACIÓN** para el desarrollo turístico del territorio y a partir de este, un grupo de trabajo denominado **“COMISIÓN DE TURISMO”**, que lidere el proceso de formulación del **PLAN DE DESARROLLO**.

Esta primera de las cinco fases metodológicas sienta las bases para todo el proceso de elaboración del plan de desarrollo turístico para el territorio. Los resultados más importantes que buscamos lograr en esta fase son la **constitución de un foro de participación para el desarrollo turístico del territorio, y el nombramiento de una comisión de turismo**.

Sin embargo, antes de entrar en los aspectos metodológicos de cómo constituir el foro y la comisión, y cuáles son sus responsabilidades, revisemos el **origen de la propuesta**, ya que esto puede ser un detalle importante para el desarrollo de toda la iniciativa. Principalmente, podemos distinguir dos categorías: las propuestas que surgen a partir del territorio mismo, y aquellas que llegan “desde afuera”. En el primer caso, una institución (pública o privada) o un grupo de personas directamente vinculados con el territorio, reconoce la necesidad u oportunidad de formular un plan de desarrollo turístico para

territorio. En cambio, si la propuesta es externa, generalmente se trata de una ONG, organismo internacional o programa estatal (ejecutado a nivel nacional, por ejemplo) u otro actor parecido que se acerca al territorio para elaborar, en conjunto con los actores locales, el plan de desarrollo turístico para el territorio, quizás en el marco de un proyecto específico. Ambos escenarios cuentan con sus propias ventajas y desventajas, algunas de ellas se presentan en el Cuadro 2.

Las ventajas más importantes que posee el desarrollo de la iniciativa a través de una organización externa, son la mayor disponibilidad de financiamiento y el acceso a capacidades técnicas/profesionales; las ventajas más importantes de cuando se trata de una iniciativa territorial son la mayor motivación e interés de los actores locales y las relaciones personales. Generalmente, estos dos últimos aspectos son lo que más influyen en el éxito de una iniciativa como esta.



Cuadro 2. Posibles ventajas y desventajas del origen de la propuesta de desarrollo turístico

	Propuesta proviene del territorio	Propuesta externa
Posibles ventajas	<ul style="list-style-type: none"> • Interés y motivación de los actores locales de impulsar el desarrollo de la iniciativa y participar activamente en ella. • Los actores locales se empoderan y se comprometen con el desarrollo local de su territorio. • Las relaciones personales entre los actores en el territorio pueden generar una comunicación más fluida y facilitar el involucramiento de todos los sectores. • Al tratarse de una iniciativa propia del territorio, puede haber mayor disponibilidad de aportar en tiempos y especie. • El desarrollo de la iniciativa puede adaptarse específicamente a las condiciones locales, por ejemplo: disponibilidad de tiempo para el proceso, elección de fechas para reuniones y talleres, etc. 	<ul style="list-style-type: none"> • Mayor disponibilidad de recursos financieros para el desarrollo de la iniciativa. • La organización que quiere implementar la iniciativa (organización externa, a partir de aquí) puede traer las capacidades técnicas/profesionales necesarias, o incluso puede capacitar a los actores locales. • En caso de haber conflictos sociales en el territorio, la organización externa puede mediar entre las partes.
Posibles desventajas	<ul style="list-style-type: none"> • Puede que haya pocos recursos financieros disponibles para la implementación de la iniciativa. • Puede que no haya capacidades técnicas/profesionales para el desarrollo metodológico. • En caso de haber conflictos sociales en el territorio, puede que la iniciativa no se desarrolle de manera inclusiva. • Si el apoyo institucional no es suficiente, puede que con el tiempo la motivación de los actores se disminuya por otros intereses. 	<ul style="list-style-type: none"> • Puede que el interés y la motivación de los actores locales para participar en la iniciativa estén disminuidos. • La falta de relaciones personales entre la organización externa y los actores locales puede dificultar la comunicación y ser una limitante para el desarrollo del proceso. • El desarrollo de la iniciativa se ajusta a los tiempos de la organización externa. • Puede que los actores locales estén menos dispuestos a aportar en tiempos y especie para el desarrollo de la iniciativa, ya que se espera el financiamiento de la organización externa.

Independientemente de qué parte hace la propuesta, se recomienda que esta inicie un **proceso de información y motivación a otros actores** con competencia en el tema o que podrían estar interesados en participar: gobiernos locales, instituciones gubernamentales, asociaciones de productores, empresas rurales, gremios, cámaras de comercio y turismo y otros que se consideren. Para esto, se realizan visitas a los actores interesados a fin de explicarles la idea y procurar establecer un primer grado de participación en el proceso. Asimismo, **debe investigarse el marco legal, de promoción y gestión en el que se realizará la iniciativa**, considerando, por ejemplo, normas

públicas, documentos como un Plan Maestro de Turismo regional o del país y planes de ordenamiento territorial o desarrollo local. Una vez difundida la idea inicial, el siguiente paso es convocar una reunión abierta a todas las instituciones

públicas, privadas y de la sociedad civil, así como a los pobladores del territorio, para presentar la propuesta, explicar de dónde surge, cuáles son las motivaciones y los posibles beneficios. En esta reunión, que probablemente durará aproximadamente tres horas, y en la que además se constituyen el foro de participación y la comisión de turismo, se realizarán las siguientes actividades:

- **Información sobre la propuesta:** Presentación de la propuesta, las motivaciones (el por qué se quiere impulsar la iniciativa), los posibles beneficios para el territorio y un breve resumen del procedimiento metodológico; puede ser conveniente invitar a esta reunión a una persona especializada en turismo rural que brinde una charla de introducción al tema y señale algunas orientaciones para el desarrollo de la iniciativa. A los participantes se les da la oportunidad de hacer preguntas y consultas. *Se propone realizar esta actividad en un máximo de una hora y media.*
- **Mapeo rápido de actores:** con las instituciones públicas, privadas y de la sociedad civil que participan en la reunión, se realiza un mapeo rápido de actores relacionados con el turismo rural y el desarrollo territorial en la zona (ficha 01). Este mapeo se afinará en la Fase 2, por lo que en esta reunión este no tiene que darse por completo. *Se propone realizar esta actividad en un máximo de 40 minutos.*
- **Generación de alianzas:** se pretende generar alianzas entre la iniciativa y las instituciones públicas y privadas, así como con organismos internacionales, ONG, etc. En este momento, lo que se busca es sobre todo el compromiso

RECUERDE

La invitación para participar en la reunión puede ser enviada directamente a los actores ya conocidos, pero es conveniente que además se difunda a través de medios públicos (carteles, prensa local, etc.) para que otros interesados también puedan participar.

(público) de la institución de apoyar a la iniciativa, aunque no hay que especificar las condiciones todavía. Para esto, simplemente se pide que los representantes de las instituciones que están dispuestas a formar una alianza con la iniciativa levanten la mano; uno por uno se les da la palabra para que puedan pronunciar verbalmente su interés y compromiso. Se toma nota en el acta de la reunión. *Se propone realizar esta actividad en un máximo de 30 minutos.*

ATENCIÓN

participación **Constitución del :** se comunica foro de

Es importante que estén a los participantes para presentes en el FORO DE qué se creará el foro de PARTICIPACIÓN al menos un participación, y cuáles serán representante de cada sus responsabilidades. A todos los participantes institución u organización de la reunión, se les pide que se comprometió a que levanten la mano si formar una alianza con la desean participar en el iniciativa. foro; se anotan nombres, institución/organización y datos de contacto de todos los integrantes del foro. *Se propone realizar esta actividad en un máximo de 30 minutos.*

- **Nombramiento de la comisión de turismo:** SE comunica a los participantes de la reunión para

Reunión informativa en la fase de lanzamiento de la propuesta en Yaracuy, Venezuela. Foto: MPPEU 2013.

por ejemplo hotelería, gastronomía, agroindustria, transporte, servicios turísticos, municipalidad, cámara de turismo, etc.²² Se toma nota en el acta de la reunión de quiénes conformarán la comisión de turismo, y se establece una fecha para su primera reunión. *Se propone*

sus responsabilidades. Los miembros de la comisión de turismo serán nombrados a partir de la lista de integrantes del foro de participación. Se pretende involucrar a representantes de diferentes sectores, como

En territorios en los que convergen diferentes divisiones administrativas, es indispensable la coordinación y articulación permanente entre las unidades administrativas.



realizar esta actividad en un máximo de 30 minutos.

2. FORO DE PARTICIPACIÓN

El foro de participación es el **espacio participativo y de diálogo** más importante durante el proceso. A través de él, se da el **intercambio de opiniones, consultas y sugerencias** en lo relacionado con la iniciativa, no solamente durante el proceso de elaboración del plan de desarrollo turístico para

evaluativa. *Este taller se realizará antes de finalizar la Fase 3.*

iii. Reunión de presentación y validación del plan de acción turística. *Esta reunión se realizará al finalizar la Fase 4.*

iv. Reunión de presentación y validación del plan de desarrollo turístico para el territorio. *Esta reunión se realizará al finalizar el proceso de elaboración del plan.*

Las

22. En el momento de nombrar la COMISIÓN DE TURISMO, cabe considerar que esta debe tener un tamaño manejable, es decir, que sea fácil acordar fechas para reuniones, que la toma de decisiones sea sencilla y no se extienda demasiado, etc., por lo que se recomienda formar un grupo de entre cinco y ocho miembros.

el

territorio, sino también durante su implementación e incluso, más allá de esta. La participación en este foro estará abierta a todos los colectivos, entidades y personas que deseen colaborar.

Ejemplo aplicado

1

En el distrito de Independencia, Guairá, Paraguay, se conformó un grupo ampliamente participativo, en el cual la consigna ha sido que este no debe ser cerrado, sino inclusivo. De esta manera, el grupo se enriqueció por la diversidad de los actores, sus visiones y opiniones, y resultó también en un mayor apoyo de la población en las actividades encabezadas o lideradas por la comisión de turismo. (Zarza 2013)

Durante el periodo de formulación del plan, el foro de participación debería reunirse como mínimo en cuatro ocasiones:

- i. Reunión de presentación de los objetivos del trabajo a realizar y detalle del procedimiento metodológico, así como planificación de la Fase 3 (Diagnóstico turístico del territorio). *Esta reunión se realizará al finalizar la Fase 2.*
- ii. Taller de presentación y validación de la parte descriptivo-analítica del diagnóstico y elaboración de la parte

responsabilidades de los integrantes del foro de participación, en lo relacionado con la iniciativa, incluyen, entre otras:

- Discusión de los avances y logros del proceso, aportando opiniones, consultas y sugerencias.
- Participación activa en los talleres y reuniones arriba mencionados, colaborando así en la construcción del plan de desarrollo turístico.
- Disposición a ser entrevistados, participar en encuestas y/o atender consultas informales, como actores claves y expertos en temas específicos relacionados con el desarrollo turístico en el territorio, facilitando así el proceso de recopilación de información, especialmente en la fase de elaboración del diagnóstico.
- Apoyo a la comisión de turismo cuando esta lo requiera, por ejemplo en la revisión de primeras versiones de documentos o encargándose de tareas pendientes para las que la comisión pide ayuda.

Taller para el diseño del PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO en Santa Fe de Veraguas, Panamá. Foto: S. Sierra 2013.



COMISIÓN DE TURISMO

La comisión de turismo es el órgano que **representa al foro de participación y que lidera el proceso de formulación del plan de desarrollo turístico** para el territorio. Dentro de la comisión, se crean las siguientes **áreas de trabajo**: •

- Coordinación general
- Planificación y organización
- Evaluación y seguimiento
- Administración de recursos
- Comunicación
- Capacitación

Si los miembros de la comisión lo consideran necesario, pueden crearse otras áreas adicionales. La comisión de turismo se reúne de acuerdo con la necesidad y los avances del proceso, pero debería realizarse como mínimo una reunión al mes. Entre sus principales **responsabilidades y actividades** destacan:

- Liderar la iniciativa de formulación de un plan de desarrollo turístico para el territorio y representar el foro de participación.
- Organizar, convocar y liderar reuniones y talleres participativos relacionados con la iniciativa de desarrollo turístico en el territorio.
- Fomentar alianzas entre la iniciativa y actores involucrados en temas de turismo y desarrollo territorial (instituciones públicas, privadas y de la sociedad civil).
- Administrar los recursos de los que dispone la iniciativa: personal, recursos monetarios, aportes en especie, etc.
- Recaudación de fondos (recursos monetarios y aportes en especie) para el desarrollo exitoso de la iniciativa en el territorio.
- Coordinar y supervisar la implementación de la metodología y el proceso de elaboración del plan de desarrollo turístico.
- Comunicación de los pasos y las actividades que se realizarán en el territorio, así como de los avances y logros de la iniciativa, para mantener informados a todos los involucrados.

Ejemplo aplicado 2

En Panamá, la Cooperativa de Turismo de Santa Fe, que ya existía en el territorio, asumió el papel de la comisión de turismo y coordinó el proceso de formulación del plan de desarrollo turístico para el territorio.

En Venezuela, se estableció un contacto con la Fundación para el Desarrollo Sustentable del Municipio Rómulo Gallegos (FUNDES), que había estado trabajando en el tema del turismo rural para la zona, y que se comprometió a involucrarse en el proceso.



Fase 2: Análisis previo del territorio

disponibles en las instituciones públicas o el instituto nacional de estadísticas del país, etc. Esto permite que el análisis (la



OBJETIVO DE LA FASE 2:

Realizar una primera radiografía del territorio y su situación turística, de manera que, sin una gran inversión de tiempo y recursos económicos, se puedan identificar las líneas generales del desarrollo turístico real y potencial de la zona, sirviendo como insumo para próximas fases.

Después de haber constituido el foro de participación y la comisión de turismo, el siguiente paso es realizar una exploración previa del territorio con la que se busca recoger información de los diferentes actores involucrados en el desarrollo territorial (líderes comunales, instituciones, organizaciones, productores y empresarios). El producto más importante a lograr en esta segunda fase es un **documento síntesis que presenta una primera “radiografía” del territorio y su situación turística**, que servirá de insumo para las siguientes fases.

Para este análisis, se pueden realizar entrevistas formales o informales con actores claves en el tema (ficha 02), revisión bibliográfica (fuentes primarias y secundarias), por ejemplo de planes de desarrollo y ordenamiento territorial, revisión de datos estadísticos

radiografía) pueda realizarse **con muy pocos recursos**, tanto financieros como humanos.

Los resultados obtenidos de esta fase se constituyen en un paso clave para alcanzar el éxito de la fase de diagnóstico turístico, ya que la comisión de turismo obtiene una primera visión general del territorio. Asimismo, la información recabada permite y facilita **la toma de decisiones sobre el área geográfica a considerar** para el diagnóstico a profundidad de la situación turística (Ejemplo aplicado 3).

Ejemplo aplicado 3

En el caso de Paraguay, inicialmente se había determinado como área de intervención todo el departamento de Guairá. Sin embargo, después de realizar la radiografía del territorio y de su situación turística, se concluyó que era un territorio muy amplio para los fines del proyecto y que el mayor interés estaba en el distrito de Independencia, por lo que la comisión de turismo tomó la decisión de concentrar la iniciativa ahí.

El documento síntesis comprenderá el análisis multidimensional del territorio, que analiza las dimensiones geográfica-ambiental, socioeconómica y político-institucional; adicionalmente, se avanza con el mapeo de actores que se comenzó en la reunión de lanzamiento de la propuesta, y se indaga sobre



proyectos y otras iniciativas relacionadas con el desarrollo turístico en el territorio.

Aunque la situación actual del turismo en el territorio será analizado con mayor detalle en el diagnóstico a profundidad (Fase 3), es importante que el análisis previo del territorio también incluya algunos de estos aspectos, como la presencia o deficiencia de diferentes servicios turísticos en el territorio e importantes atractivos turísticos. De esta manera, la comisión de turismo obtiene una base de información más amplia y confiable, sobre la cual

pueda tomar decisiones sobre los siguientes pasos de la formulación del plan.

1. i. Análisis multidimensional del territorio

A partir del análisis multidimensional del territorio se analiza el marco general sobre el que se pretende intervenir con esta iniciativa. Este conocimiento permite una visión global que ofrecerá las claves y perspectivas necesarias que orientan el plan. En este primer bloque de información se describe y analiza la situación geográfica y ambiental, población, sectores productivos, empleo, institucionalidad, etc., siempre bajo un enfoque relacionado con el papel que el turismo juega en la socioeconomía del territorio en estudio.²



Cacao: cultivo típico e importante fuente de ingresos para las familias en el municipio de Santa Fe, Panamá. Foto: Panamá al Natural 2013.

Cuadro 3: Contenidos y aspectos a considerar para el análisis del entorno territorial

Dimensión geográfica-ambiental		
Aspecto por analizar	Posibles variables	Posibles fuentes
Ubicación geográfica	Ubicación del territorio, cuenca/ microcuenca, rango altitudinal, zona de vida, etc.	Planes de ordenamiento territorial o desarrollo local, etc.
Área total del territorio y uso de suelos	Área de bosques, área de uso agrícola, área urbana, área con cuerpos de agua, etc.	Planes de ordenamiento territorial o de desarrollo local, municipalidad, ministerio de agricultura, instituto geográfico, etc.
Condiciones climáticas (Ejemplo aplicado 4).	Temporadas, precipitación, temperatura, vientos, eventos climáticos extremos, etc.	Servicio meteorológico, ministerio de agricultura, ministerio de ambiente, instituto geográfico, etc.
Paisajes	Descripción del paisaje típico de la zona, destacando lugares de particular belleza paisajística, o de interés especial.	Observación, entrevistas con la población local, planes de ordenamiento territorial, publicaciones sobre el territorio.

². Blanco 2008.



Ejemplo aplicado 4

El 85% del distrito de Santa Fe (Panamá) tiene un clima tropical húmedo con precipitación anual mayor de 2500 mm [...], la temperatura media es superior a 20°C. El 10% del territorio del distrito, la parte que queda hacia la costa atlántica, tiene un clima tropical muy húmedo con abundantes lluvias durante todo el año, con temperaturas entre 15°C y 18°C. El restante 5% del territorio posee un clima templado muy húmedo con abundantes lluvias durante todo el año, la temperatura media alrededor de 18°C.

(Sierra 2012).

Ejemplo aplicado 5

Cabe destacar que los pobladores de Santa Fe (Panamá) están muy comprometidos con la conservación de los recursos naturales. Sin embargo, se ha podido observar que existen deficiencias en el servicio de recolección y disposición final de la basura, causando que muchos de los habitantes quemen los desechos.

(Sierra 2013).

Flora y fauna	Estructura de flora y fauna del territorio en general, especies más importantes, destacando especies endémicas o de alta importancia para los diferentes ecosistemas.	Ministerio de ambiente y sus dependencias, instancias públicas y privadas relacionadas con la conservación y gestión de áreas naturales protegidas, universidades locales o nacionales, ONG, organizaciones como zoológicos y jardines botánicos.
Recursos hídricos	Principales quebradas, ríos, lagos, cuencas, acuíferos, tránsito en las rutas fluviales, calidad de agua.	Ministerio de ambiente, ministerio de agricultura, autoridad nacional del agua, otras instituciones públicas o privadas relacionadas con el recurso hídrico, universidades, ONG, etc.
Conservación de los recursos naturales	Protección y conservación de los recursos naturales, a través de iniciativas públicas o privadas, formalizadas o informales.	Ministerio de ambiente, gobierno local/ regional, municipalidades, población local.
Principales procesos y problemas ambientales (Ejemplo aplicado 5).	Desertificación, deforestación, contaminación, etc.	Periódicos/diarios locales, internet, entrevistas, observación, ministerio de ambiente, universidades y organizaciones que trabajan en temas ambientales o de cambio climático.

Paisajes del distrito Independencia en Paraguay (Salto Cantera), conservación ambiental en el municipio Rómulo Gallegos en Venezuela y orquídeas, flora típica en el municipio Santa Fe, Panamá. Fotos: C. Scavone 2013; Y. Sanguino 2013; S. Sierra 2013.

Dimensión socioeconómica

Aspecto por analizar	Posibles variables	Posibles fuentes
----------------------	--------------------	------------------



Historia	Breve resumen de los hitos históricos más importantes.	Municipalidad, documentación secundaria, museos, personas mayores, etc.
Estructura demográfica	Cantidad de habitantes, distribución por sexo, grupos etarios, distribución espacial de la población, grupos étnicos, educación, pobreza y analfabetismo, distribución de ingresos, etc.	Datos del instituto nacional de estadísticas, planes de ordenamiento territorial o de desarrollo local, municipalidades, etc.
Principales procesos demográficos	Procesos de migración, envejecimiento de la población, etc.	Instituto nacional de estadísticas, instituciones relacionadas al desarrollo poblacional, etc.
Principales fuentes de ingresos de la población	---	Encuestas, entrevistas, datos estadísticos locales, municipalidades, planes de desarrollo local, etc.
Estructura económica	Principales actividades (y productos) en el sector primario, secundario, terciario ²⁴ , incluyendo información sobre empleo y desempleo en el territorio.	Datos del instituto nacional de estadísticas, planes de ordenamiento territorial o de desarrollo local, municipalidades.
Tipo de empresas y emprendimientos, cadenas, clústeres, etc.	Categorización de empresas y emprendimientos en micro, pequeñas, medianas o grandes, formales o informales, jóvenes o consolidadas, familiares o corporativas, etc.; cadenas, aglomeraciones, clústeres desarrollados en el territorio; etc.	Cámara de industria, cámara de comercio, asociaciones de productores o empresarios, dependencias locales del ministerio de economía/producción.
Uso de tecnología e innovaciones	Uso de tecnologías en las empresas, acceso a tecnologías, nivel de innovación.	Cámara de comercio, dependencias locales/regionales del ministerio de economía/producción, universidades que tengan que ver con innovaciones, ingeniería, tecnología y negocios, observación, entrevistas o encuestas.
Recursos humanos	Disponibilidad, costo y nivel de capacitación de los recursos humanos.	Datos del instituto nacional de estadísticas, planes de desarrollo concertado, entrevistas y encuestas con empresas.
Acceso a mercados	Tipos de mercados a los que acceden las empresas locales (mercado local, nacional, regional, internacional; mercado de productos industrializados; mercado nicho para productos especializados...).	Cámara de industria, cámara de comercio, asociaciones de productores o empresarios, dependencias locales del ministerio de economía/producción, etc.
Cultura y tradiciones	Importantes tradiciones y costumbres, eventos culturales, feriados y fiestas.	Municipalidades, entrevistas, observación, prensa local, pobladores locales.
Conflictos sociales (Ejemplo aplicado 6).	Presencia o potencial de conflictos sociales en el territorio, origen y causas, implicaciones/consecuencias.	Observación, conversaciones informales, entrevistas, prensa local, etc.
Actitud de la población local hacia el turismo	Necesidades, preferencias y temores de la población local en cuanto al turismo y la llegada de turistas a su territorio; disposición de apoyar una iniciativa de turismo o de involucrarse en ella.	Observación, entrevistas, encuestas, prensa local.



Ejemplo aplicado 6

En la zona alrededor del Área de Conservación Regional Velo de la Novia (Perú), se presenta un alto potencial de conflictos, debido a que los habitantes pertenecen a una población originaria de la selva y migrantes de la sierra, con diferentes culturas, costumbres, y, en muchos aspectos, intereses contrarios [...].
(Jessen 2013).

sector primario abarca las actividades agropecuarias, forestales, pesqueras; el sector secundario, refiere a actividades industriales, energéticas, etc.; el sector terciario es de servicios, incluyendo las actividades comerciales, financieras, educativas, de telecomunicaciones, etc.

Dimensión político-institucional		
Aspecto por analizar	Posibles variables	Posibles fuentes
Instituciones públicas, nivel territorial	Análisis/mapeo de las instituciones públicas presentes en el territorio, sus objetivos y principales actividades. Siempre y cuando estén relacionadas con el desarrollo territorial y/o turístico.	Municipalidad, gobierno local, planes de ordenamiento territorial y desarrollo local, entrevistas.
Instituciones públicas, nivel regional/nacional	Análisis/mapeo de instituciones públicas de nivel regional/nacional que están relacionadas con el desarrollo del territorio, sus objetivos y principales actividades que involucran al territorio.	Municipalidad, gobierno local y regional, entrevistas.
Instituciones privadas y de la sociedad civil	Análisis/mapeo de instituciones privadas y de la sociedad civil que están relacionadas con el desarrollo territorial o turístico en la zona, sus objetivos y principales actividades. Incluyendo redes, grupos de trabajo, etc. que puedan existir en el territorio.	Municipalidad, gobierno local, entrevistas.
Importantes políticas públicas que afectan al territorio y su desarrollo turístico	Políticas públicas (cursos de acción – estrategias o secuencia de decisiones conectadas– encaminados a resolver problemas públicos) que afectan de manera positiva o negativa al territorio y su desarrollo rural, sus objetivos, beneficios o problemática que representan para el desarrollo del territorio.	Municipalidad, gobierno local y regional, entrevistas, prensa local.
Proyectos y otras iniciativas	Proyectos e iniciativas que actualmente se están desarrollando en el territorio, en temas relacionados con el desarrollo territorial y turístico de la zona, sus objetivos, líneas de acción, potencial de sinergias.	Municipalidad, gobierno local, prensa local, entrevistas.



Actividades planificadas	Actividades que están planificadas en el territorio, en temas relacionados con el desarrollo territorial y turístico de la zona, entidad que las ejecutará, financiamiento, participantes y beneficiarios, plazo de ejecución.	Municipalidad, gobierno local, entrevistas con representantes de las instituciones anteriormente analizadas, prensa local.
---------------------------------	--	--

2.ii.Otros aspectos a incluir en el análisis previo del territorio

Otros aspectos, adicionales al análisis multidimensional del territorio, son los siguientes:

- **Mapeo de actores:** con base en el mapeo que se comenzó durante la reunión de lanzamiento de la propuesta, realizar un mapeo de los actores relacionados con el desarrollo turístico y el territorio, incluyendo información sobre sus objetivos, actividades y vínculos con otros actores.
- **Proyectos y otras iniciativas relacionadas con el desarrollo turístico en el territorio:** breve descripción de otros proyectos e iniciativas que están relacionados con temas de desarrollo territorial o turismo en la zona.
- **Breve descripción de la situación actual del turismo en el territorio:** cantidad de turistas y su origen, temporada alta/baja, existencia de servicios como alojamiento, gastronomía, información turística, agencias de viaje, principales actividades que realizan los turistas, principales atractivos,...

Ejemplo aplicado 7

Salto Suizo

El Salto Suizo queda a una distancia de 7 km de Melgarejo, Independencia (Paraguay). Se puede llegar con vehículo motorizado. Se puede practicar el senderismo en la zona y enganchar en los alrededores con el cerro de la Cruz. El salto tiene un poco más de 40 metros de altura y como atractivo adicional se puede citar a la densa flora existente en todo el lugar. Se practica mucho el turismo de naturaleza y el de camping.

(Scavone 2013).

- **Recomendaciones:** con base en la información anteriormente recopilada,

deben destacarse aspectos que aparentan ser importantes para el desarrollo turístico de la zona y que ameritan ser analizados a profundidad en el diagnóstico; pueden hacerse recomendaciones también sobre actores claves que cabe incluir más en el proceso, así como posibles alianzas con instituciones y organizaciones.

Una vez que se cuenta con el análisis previo del territorio (la radiografía), la comisión de turismo puede definir los **objetivos** del trabajo a realizar. El análisis sirve, además, para estimar los recursos necesarios para elaborar el diagnóstico a profundidad (Fase 3).





Adicionalmente a la realización de la radiografía territorial y la formulación del objetivo, es importante **retomar la coordinación para la generación de alianzas.** En la reunión de lanzamiento de la propuesta, varias instituciones y actores ya manifestaron su voluntad y compromiso de apoyar la iniciativa y generar una alianza con ella. Es responsabilidad de la comisión de turismo formalizar este compromiso y definir las condiciones de la alianza, a través de visitas a las instituciones y actores.

En cuanto a la **definición de las condiciones,** pueden considerarse aspectos como:

- ¿En qué tema específicamente puede y quiere apoyar la institución a la iniciativa?
- ¿De qué manera puede brindar apoyo?

¿Prestando capacidades técnicas, conocimiento, financiamiento, aportes en especie, ambientes para reuniones,...?

- ¿De qué manera se establece la comunicación e información entre las partes?
¿Con qué frecuencia?
- ¿Qué es lo que la iniciativa puede ofrecerle a la institución?

ATENCIÓN
Se definen los objetivos del proceso de formulación del PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO para el territorio, mas **no todavía los objetivos del PLAN.**

procedimiento metodológico y las actividades que se realizarán en el territorio, y se planifica la ejecución de la Fase 3, en la cual se elaborará el diagnóstico a profundidad de la situación turística en el territorio. *Para esta reunión, puede considerarse una duración de entre dos y tres horas.*

Participantes del FORO DE PARTICIPACIÓN en la una reunión de planificación (Municipio Rómulo Gallegos, Venezuela). Foto: Y. Sanguino 2013.

Para **formalizar la alianza,** ambas partes pueden firmar una “Carta de entendimiento”, en la que se detallan las condiciones anteriormente acordadas.

Antes de comenzar con la Fase 3, la comisión de turismo **CONVOCA** a una reunión del foro de participación, donde se presentan los objetivos, se brindan mayores detalles sobre el



Fase 3:

Diagnóstico turístico del territorio



Fuente: Elaboración propia.

OBJETIVO DE LA FASE 3:

Elaborar un **DIAGNÓSTICO** que refleja la realidad turística y territorial del área de estudio, brindando la información necesaria para la formulación de un **PLAN DE ACCIÓN TURÍSTICA** para el territorio.

orientación del plan de acción. debilidades y amenazas (FODA) y se realiza una priorización de los aspectos más importantes que surgieron de este, así como

El diagnóstico de la situación turística en el territorio será el insumo más importante para la subsiguiente formulación del plan de acción turística (Fase 4); es entonces un **elemento clave** y debe prepararse cuidadosamente. A partir de las primeras impresiones y datos obtenidos en la fase anterior, en el diagnóstico se profundiza en la información sobre el territorio, la situación y el potencial turístico.

RECUERDE

El desarrollo turístico no siempre resulta rentable en todos los aspectos, por lo que un diagnóstico con información detallada y precisa es una herramienta importante que facilita la toma de decisiones al respecto y ayuda a definir la

El documento estará compuesto por dos partes: una **descriptivo-analítica**, que incluye información sobre la oferta y demanda turística, competencia y tendencias, y otra **evaluativa**, en la que se incluye un análisis de fortalezas, oportunidades,

el análisis de la vocación turística del territorio y la definición del segmento de mercado meta. A continuación se detallan los contenidos y métodos para obtener la información para ambas partes del diagnóstico.

La parte descriptivo-analítica

La parte descriptivo-analítica del diagnóstico estará compuesta por los siguientes cuatro bloques de información: i. La oferta turística ii. Análisis de la demanda iii. Análisis de la competencia iv. Análisis de las tendencias



Los métodos y herramientas para obtener la información necesaria son diversos, e incluyen, entre otros:

- ☑ Revisión de fuentes bibliográficas.
- ☑ Obtención de información y datos de instituciones públicas y privadas.
- ☑ Análisis de datos estadísticos.
- ☑ Entrevistas con expertos/actores claves (ficha 02).
- ☑ Entrevistas grupales.

- ☑ La aplicación de encuestas (ficha 03).
- ☑ Observación en campo y conversaciones informales con la población local.

En las siguientes secciones se presentan los contenidos recomendados para cada componente del diagnóstico, más algunas sugerencias, recomendaciones y observaciones para la recolección



Para efectos de esta guía, se presenta, a modo de ejemplo, la metodología desarrollada por CICATUR/ OEA, que consiste en identificar los atractivos y agruparlos en cinco categorías:

- Atractivos naturales
- Patrimonio histórico y museos
- Folklore y manifestaciones de la cultura tradicional
- Realizaciones técnicas o artísticas contemporáneas
- Acontecimientos programados y manifestaciones culturales contemporáneas

Asimismo, se realiza una jerarquización según la importancia de los atractivos identificados.

En la ficha 05 se encuentran los detalles de cómo aplicar esta herramienta y ejemplos para la elaboración de formatos para la sistematización de la información.

Después de haber desarrollado el inventario de atractivos turísticos en el territorio, se amplía el análisis de la oferta en otras categorías, considerando lo presentado en el Cuadro 4.

Cuadro 4: Contenidos para la sección “oferta turística” del diagnóstico

Alojamiento (Ejemplo aplicado 8)		
Aspecto por analizar	Posibles variables	Posibles fuentes
Capacidad total	Cantidad de establecimientos, habitaciones y camas.	Los datos de esta categoría pueden recopilarse con encuestas estandarizadas (véase ficha 03) en las que participan los establecimientos (una encuesta por establecimiento); asimismo, este tipo de información puede conseguirse a través de la dirección de turismo, cámara de turismo, asociación de hoteleros, etc. En la ficha 04 se brinda un ejemplo para la sistematización y presentación de este tipo de datos.
Tipos de alojamiento	Hotel, hostel, cabaña, etc.	
Calidad y precio	Calidad de los establecimientos y nivel de precios.	
Ocupación media	Porcentaje de habitaciones/camas ocupadas en promedio durante el año, y/o por temporadas; tendencias que se perciben, etc.	
Distribución espacial de los alojamientos	Distribución de los alojamientos en el territorio (por ejemplo, por municipio o centro poblado, fincas alejadas, etc.). Puede presentarse por escrito o como mapeo.	
Servicios de alojamiento con salas y equipos aptos para eventos	Establecimientos con capacidad (espacio y equipos) para que se realicen eventos como seminarios, talleres, reuniones y otros eventos; indicar máximo de participantes que puedan acoger en sus instalaciones.	



Ejemplo aplicado 8

Posada en Elorza, municipio Rómulo Gallegos (Venezuela). Foto: Y. Sanguino 2013.

En el municipio Rómulo Gallegos (Venezuela) se identificaron tres categorías de alojamiento: hoteles, posadas y fundos (campamentos turísticos improvisados). Se han inventariado y valorado extensamente los hoteles y las posadas para tener una visión de la oferta actual de este servicio. La totalidad de hoteles y posadas del municipio se localizan en Elorza, con excepción de uno que está ubicado en Trinidad de Orichuna. En total hay 19 establecimientos de alojamiento entre hoteles y posadas, con 546 camas, distribuidas en varias habitaciones.

Al analizar las dos categorías principales –hoteles y posadas–, se ha observado que en la realidad no existe una clara distinción entre ambas, a pesar de que el reglamento parcial de la Ley Orgánica de Turismo sobre Establecimientos de Alojamiento Turístico (Decreto N° 3.094, 1998) provee definiciones claras.

(Gómez Oliva 2012).

Oferta de servicios de alimentación		
Aspecto por analizar	Posibles variables	Posibles fuentes
Capacidad total	Cantidad de establecimientos gastronómicos en total, cantidad de clientes que pueden ser atendidos al mismo tiempo.	Los datos de esta categoría pueden recopilarse con encuestas estandarizadas (ficha 03) en las que participan los establecimientos (una encuesta por establecimiento); asimismo, este tipo de información puede conseguirse a través de la dirección de turismo, cámara de turismo, asociación de gastronomos, etc. En la ficha 04 se brinda un ejemplo para la sistematización y presentación de este tipo de datos.
Tipo de gastronomía	Restaurante, café, bar, etc.	
Tipo de comida que sirve	Comida local/típica, cocina italiana, internacional,...solo sopas/sándwich/..., solo bebidas y snacks, solo almuerzo, menús,.	
Calidad y precio	Calidad de los establecimientos y nivel de precios.	
Distribución espacial de los establecimientos	Distribución de los restaurantes, bares, etc. en el territorio (por ejemplo, por municipio o centro poblado, fincas alejadas, etc.). Puede presentarse por escrito o como mapeo.	
Información turística, servicios de guía y agencias de viaje		
Aspecto por analizar	Posibles variables	Posibles fuentes
Información turística	Centros de información turística, ubicación, materiales de distribución (p.ej. cantidad, tipos, idiomas, horarios).	Dirección de turismo, cámara de turismo, municipalidades; observación, visita de las informaciones turísticas en el territorio.
Servicios de guianza	Cantidad de guías, calidad de sus servicios (otros idiomas, preparación/capacitación y conocimientos, conducta servicial), tipo de empleo (independiente, institución pública, empresa privada), habilitación, costo.	Información turística, asociaciones turísticas, cámara de turismo o de comercio, registro público, instituciones tributarias.



Agencias de viaje	Presencia de agencias de viaje en el territorio, productos y servicios que ofrecen, calidad del servicio, nivel de precios.	Información turística, asociaciones turísticas, cámara de turismo o de comercio, registro público, instituciones tributarias.
--------------------------	---	---

Módulo de información turística en Elorza, municipio Rómulo Gallegos (Venezuela). Foto: Y. Sanguino 2013.

Transporte		
Aspecto por analizar	Posibles variables	Posibles fuentes
Tipos de transporte	Cantidad de establecimientos gastronómicos en total, cantidad de clientes que pueden ser atendidos al mismo tiempo.	Observación, entrevistas, conversación con la población local, información turística.
Calidad y precio	Calidad de los diferentes medios de transporte y nivel de precios.	Observación, entrevistas, conversación con la población local, información turística.



Infraestructura básica		
Aspecto por analizar	Posibles variables	Posibles fuentes
Conectividad	Aeropuertos, puertos, estaciones de buses/ trenes más cercanos, rutas principales para llegar al territorio.	Planes de ordenamiento territorial o de desarrollo local, observación, conversación con la población local, municipalidad.
Señalización turística	Rotulación específica para el turismo: rutas señaladas para llegar al territorio y los atractivos de interés, baños públicos, teléfono, gasolineras, hoteles, restaurantes; señalización de áreas protegidas, educación ambiental..	Principalmente observación.
Seguridad	Presencia de policía turística, guardia civil, iniciativas de la población de vigilancia local, comunal, guarda parques	Datos del instituto nacional de estadísticas y del ministerio del interior, municipalidad, comisarías locales, observación, conversación con la población local, entrevistas.
Servicio de agua	Provisión de agua potable, existencia de sistema de aguas residuales.	Instituciones públicas o empresas privadas que proveen agua potable y para uso industrial, así como sistema de agua residuales, entrevistas, observación.
Comunicación telefónica/internet y energía eléctrica	Cobertura territorial de red telefónica, internet y energía eléctrica, acceso al internet público, teléfonos públicos.	Municipalidad, empresas de energía eléctrica y telefónicas, observación, entrevistas, etc.
Sistema de recolección de basura	Desecho de basura existente, funcionamiento y calidad del sistema de recolección de basura.	Observación, entrevistas, municipalidad.
Servicios complementarios	Asistencia médica, bancos, servicio de correo, etc.	Observaciones, conversaciones con la población local.

Algunos elementos de la oferta turística: comida típica y vestimenta tradicional en el municipio de Santa Fe, Panamá; señalización de rutas y senderos, en el distrito Independencia, Paraguay. Fotos: Panamá al Natural 2013; J. Magalhaes 2013.

Actividades recreativas		
Aspecto por analizar	Posibles variables	Posibles fuentes
Salud y bienestar	Termalismo, wellness, baños curativos, sauna, masajes, etc.	Dirección de turismo, cámara de turismo, asociaciones turísticas, información turística, entrevistas, agencias de viaje, observación.
Deportes y actividades de tiempo libre	Senderismo, ciclismo, pesca, cabalgata, rafting, etc.	Dirección de turismo, cámara de turismo, asociaciones turísticas, información turística, entrevistas, agencias de viaje, observación.
Aventura	Bungee jumping (puenting), cursos de supervivencia, andinismo, etc.	Dirección de turismo, cámara de turismo, asociaciones turísticas, información turística, entrevistas, agencias de viaje, observación.



Cultura y tradiciones	Costumbres y tradiciones, productos alimenticios y artesanías típicas, eventos culturales, influencia histórica, monumentos, etc.	Municipalidad, observación, conversación con la población local, entrevistas, etc. Además, sirve de referencia lo sistematizado en los puntos “patrimonio histórico y museos” y “folklore y manifestaciones de la cultura tradicional” del inventario de atractivos turísticos.
------------------------------	---	---

Promoción de la oferta

Aspecto por analizar	Posibles variables	Posibles fuentes
Distribución y comunicación de la oferta	Canales de promoción de la oferta turística del territorio (artículos, videos, página web, agencias de viajes), cantidad y calidad de las estrategias de promoción.	Dirección de turismo, cámara de turismo, asociaciones turísticas, instituciones de marketing turístico.

Actividades turísticas: compras en una tienda de artesanías (Panamá); paseo en bote (Venezuela); música criolla (Venezuela); baño en aguas termales (Chile). Fotos: S. Sierra 2013; Y. Sanguino 2013.

1. ii. Análisis de la demanda

Este análisis brinda **información sobre los visitantes que llegan al territorio:** cuántos son, cuándo vienen y qué intereses y necesidades tienen; estas son algunas de las preguntas que se pueden responder a través de un prolijo análisis de la demanda. Se distingue entre la demanda actual y la demanda potencial, y el análisis provee las bases para más adelante definir el grupo destinatario, es decir, los visitantes que se quiere atraer para que visiten el territorio.

Al elaborar esta sección - **RECUERDE** del diagnóstico, es importante tener en cuenta la diferencia como turista, si su viaje incluye pernoctación, o visitantes: **turistas y como visitante del día excursionistas**. Como (o excursionista) en caso recién al finalizar el contrario” (OMT 2014a). análisis de la demanda

Turista tomando fotos de flamencos (Atacama, Chile). Foto: W. sabremos a qué categoría pertenecen, en SU Heinrichs 2013. mayoría, los que llegan al territorio, por el

momento usaremos el término ‘visitante’.

Cuadro 5: Contenidos para la sección “Análisis de la demanda” del diagnóstico

Infraestructura básica		
Aspecto por analizar	Posibles variables	Posibles fuentes
Datos básicos	Cantidad de visitantes que llegan al territorio en el transcurso de un año calendario, temporadas/meses de con mayor/menor cantidad de visitas, duración media de las visitas.	Información turística, cámara de turismo, dependencias locales o regionales del ministerio de turismo, municipalidades.
Aspectos específicos: perfil del turista/visitante		
Aspecto por analizar	Posibles variables	Posibles fuentes



Características del visitante	Edad, sexo, nivel de estudios, ingresos, profesión.	La mejor forma para levantar este tipo de información es a través de encuestas semi-estandarizadas (ficha 03) a los visitantes en el territorio. La cantidad de visitantes que deberían participar en la encuesta depende de la cantidad de visitantes que visitan el territorio dentro de un año (si es que disponemos de este dato). Este número habría que bajarlo al período de tiempo en el que se realizan las encuestas, y de ahí lograr una participación de al menos un 10%. ³ Adicionalmente, es importante considerar que se debe lograr una prueba aleatoria, es decir que cada visitante debe tener la misma probabilidad de participar en la encuesta.
Modalidad turística	Turismo mochilero, turismo por estudios, turismo de descanso, turismo de aventura, visita de familiares/amigos, etc.	
Duración de la estadía	Tiempo total que el visitante se queda en el territorio (horas, días, semanas,...)	
Tamaño y tipo del grupo	Viaja solo, en pareja, en familia, en grupos de amigos, en grupos guiados.	
Destino del viaje	El territorio es el destino del viaje, el visitante está "de paso", con otro destino.	
Procedencia	Lugar en de residencia actual.	

(continuación del cuadro anterior)

Aspectos específicos: perfil del turista/visitante

Aspecto por analizar	Posibles variables
Alojamiento	Tipo de alojamiento que ha elegido el turista en el territorio.
Transporte	Medio de transporte de llegada y salida, y medio de transporte elegido para movilizarse en el territorio.
Gastos	Cantidad de dinero que gasta el visitante por día o durante toda la estadía y tipo de productos y servicios en los que gasta.
Actividades	Actividades que realiza el visitante durante su viaje en el territorio.
Intereses y expectativas	Intereses y expectativas que tiene el visitante al visitar el territorio.
Gustos y disgustos	¿Qué es lo que le gusta de su viaje/del territorio, durante el viaje ¿qué es lo que no le gusta al visitante?

otros en la zona o el país. A partir de la información ya recopilada, nos hacemos una idea de cuáles son los territorios de competencia.

Posibles fuentes

Al realizar la encuesta en un periodo determinado y no sobre todo el año, esto ya por sí limita la representatividad, pero podemos al menos tener en cuenta que de los visitantes que en este periodo están de visita en el territorio, cualquiera pueda participar, y que no tengamos preferencias por sexo, nacionalidad, idioma, edad, color de piel, etc., y deberíamos aplicar las encuestas en diferentes puntos de interés turístico del territorio, y en diferentes días de la semana.

5.

ATENCIÓN

Es importante considerar que en la temporada baja, por contar con pocos visitantes en el territorio, podría ser mucho más difícil realizar las encuestas que en la temporada alta.

2. iii. Análisis de la competencia

En las anteriores secciones analizamos detalladamente el entorno territorial, la oferta turística y la demanda; ahora lo que interesa es comparar el territorio de estudio con

Cuadro 6: Contenidos para la sección "Análisis de la competencia" del diagnóstico

Análisis de la competencia (ver Ejemplo aplicado 9)

³. Ejemplo: si sabemos que durante un año llegan 50.000 visitantes al territorio, y queremos realizar encuestas durante una semana, se calcula: $50.000/52 = 962$; de ahí calculamos el 10%: $962 * 0.1 = 96$. Entonces, para que la encuesta sea representativa, tendríamos que aplicar la encuesta al menos a 96 visitantes.



Aspecto por analizar	Posibles variables	Posibles fuentes
Principales territorios de competencia	Territorios de características parecidas con los que tenemos que competir, ubicación, relaciones hay con ellos.	Esta información puede recopilarse a través de una visita a los territorios de competencia, conversaciones con la población local, búsqueda de información en internet, la información turística, etc.
Productos y servicios que ofrecen	Principales productos y servicios turísticos que ofrecen.	
Fortalezas	¿Cuáles son los puntos fuertes de la competencia, con qué atraen a los turistas, principalmente? ¿Cómo podemos cubrir estos puntos fuertes de la competencia?	
Debilidades	¿Cuáles son los puntos débiles de la competencia, p.e., qué les falta para atraer más turistas? ¿Cómo podemos aprovechar estos puntos débiles?	

Ejemplo aplicado 9

La principal competencia para el municipio Rómulo Gallegos como territorio turístico proviene de zonas turísticas ya establecidas en los llanos occidentales de Venezuela, entre ellos:

- Módulos de Mantecal (caño Guariquito); campamentos en el municipio Muñoz, con cierta capacidad de alojamiento turístico y con un alto flujo de turistas. Impulsado por un gran número de agencias de viajes, especialmente de Mérida y Caracas.
- Parque Nacional Santos Luzardo, entre los municipios Achaguas y Pedro Camejo del estado Apure; además del descanso en una zona natural, su principal atractivo es la observación de flora y fauna llanera de gran interés para científicos y observadores de aves.

(Gómez Oliva 2012).

1. iv. Análisis de las tendencias

Al promover el desarrollo turístico en el territorio, es importante conocer las tendencias que modifican los hábitos de los consumidores, influyendo así en la demanda y oferta de productos y servicios turísticos, y que por lo tanto, afectarán –de manera positiva o negativa– las actividades turísticas locales. **Cuadro 7:** Contenidos para la sección “Análisis de las tendencias” del diagnóstico

Aspectos a analizar (ver Ejemplo aplicado 10)		
Aspecto por analizar	Posibles variables	Posibles fuentes
Principales tendencias	Principales tendencias del mercado (demanda, oferta) que influyen en el territorio y el turismo.	Prensa local, regional, nacional, universidades, institutos de investigación económica, dirección de turismo, cámara de turismo, observación, entrevistas.
¿En qué medida afectan al territorio?	¿En qué medida afectan las tendencias identificadas al territorio? ¿El impacto es negativo o positivo para el territorio? ¿Qué oportunidades y amenazas se generan?	Prensa local y regional, entrevistas con expertos, deducir de la información recopilada y analizada en las secciones anteriores.
¿Cómo afectan a los competidores?	¿Cómo afectan las tendencias identificadas a los competidores?	Prensa local y regional, entrevistas con expertos, deducir de la información recopilada y analizada en las secciones anteriores.



Potencial de aprovechamiento y/o disminución de impactos negativos	Posibilidades de aprovechar las tendencias (en caso de que se prevean impactos positivos para el territorio), o de mitigar el impacto/ convertirlo en una ventaja (en caso de que se prevean impactos negativos para el territorio).	Observación con base en la información recopilada y analizada en las secciones anteriores, entrevistas, etc.
---	--	--

Ejemplo aplicado 10

Algunos ejemplos de tendencias que influyen de manera positiva en el desarrollo del turismo rural:

Mayor conciencia ambiental: el consumidor es cada vez más consciente de la enorme presión que se está ejerciendo sobre el planeta: calentamiento global, contaminación, deforestación, etc.

Búsqueda del bienestar físico y mental: el consumidor quiere sentirse bien no únicamente a nivel físico sino también a nivel psicológico, e incluso espiritual. Como consecuencia, busca destinos para desarrollar actividades que le puedan ofrecer este tipo de bienestar.

Búsqueda de motivaciones menos masificadas y más auténticas: los viajeros tienden a evitar lo globalizado y estandarizado e intentan buscar lo auténtico, que les aporte un enriquecimiento personal. En muchos casos, este valor añadido lo buscan en actividades no masificadas y muy especializadas.

Escuela de Organización Industrial (EOI) 2012.

Una vez levantada la información de campo, se comienza con la sistematización de los datos, y la redacción del documento. El documento del diagnóstico debe presentarse con una **estructura clara y entendible, y concentrarse en los aspectos que son relevantes para el desarrollo turístico de la zona.**

2. Análisis evaluativo

Después de haber elaborado la parte descriptivoanalítica del diagnóstico, se puede comenzar con la parte evaluativa. En esta, partimos del conocimiento generado a través de la información recogida y el análisis del entorno territorial, oferta y demanda, competencia y tendencias.

La parte evaluativa del diagnóstico incluye cuatro aspectos importantes:

- i. Un análisis de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas (FODA)
- ii. La priorización de los aspectos más importantes que han surgido del análisis FODA
- iii. Análisis de la vocación turística del territorio
- iv. La definición del segmento de mercado meta

Metodológicamente, conviene elaborar esta parte del diagnóstico en un taller participativo con el foro de participación y otros actores claves del territorio, vinculados con las actividades y el desarrollo turístico. El taller debe ser convocado

por la comisión de turismo y durará al menos medio día, probablemente más.

A continuación se presentan los temas más importantes por tratar en el taller, con algunas explicaciones y recomendaciones en lo que refiere a las herramientas metodológicas que podrían aplicarse:

- **Información sobre avances de la iniciativa:** la comisión de turismo comparte con los participantes del taller los avances de la iniciativa y resultados logrados hasta el momento. *Se propone realizar esta actividad en un máximo de 30 minutos.*
- **Presentación de la parte descriptivo-analítica del diagnóstico:** las personas que han participado en la elaboración de la parte descriptivo-analítica del diagnóstico presentan la información recopilada y analizada, de manera estructurada y entendible, con el fin de generar una base de conocimiento común, a partir de la cual se pueden realizar las actividades participativas del taller. *Se propone realizar esta actividad en un máximo de una hora.*
- **Preguntas, sugerencias y validación del documento:** en este espacio de diálogo, los



participantes del taller pueden hacer preguntas y consultas relacionadas con el documento presentado; es posible que también haya sugerencias o que incluso se señalen correcciones que habría que hacer. Una vez atendidas todas las preguntas, se recomienda hacer un ejercicio de validación del diagnóstico, en el cual los participantes del taller aprueben o den su visto bueno al documento. *Se propone realizar esta actividad en un máximo de una hora.*

- **Análisis FODA:** el análisis FODA se realiza a partir de la información provista en la parte descriptivoanalítica del diagnóstico, más el conocimiento y las percepciones personales de los participantes del taller. Es una herramienta que ayuda a evaluar y sistematizar la información anteriormente recopilada, deduciendo, a partir de ella, las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del territorio. Esto, a su vez, no solamente amplía el conocimiento sobre el territorio, sino servirá de insumo para las próximas actividades a realizar en la elaboración del plan de acción turística.

En el Cuadro 8 se presenta, a modo de ejemplo, parte del análisis FODA realizado en el municipio de

Grupo de trabajo durante un taller con el foro de participación en el municipio Rómulo Gallegos (Venezuela). Foto: Y. Sanguino 2013.

En la ficha 06 de la Caja de Herramientas se brindan explicaciones y recomendaciones sobre cómo realizar el FODA como actividad en el marco de un taller participativo. *Se propone realizar esta actividad en un máximo de dos horas.*

- **Priorización de los aspectos más importantes que han surgido del análisis FODA:** a partir del análisis FODA realizado en el paso anterior, el grupo de participantes debe priorizar los aspectos más importantes para el territorio y su desarrollo turístico. Estos aspectos priorizados más adelante servirán de insumo para otros ejercicios; de manera generalizada, puede indicarse que las fortalezas y oportunidades brindan orientación al momento de analizar la vocación turística del territorio y definir el segmento de mercado meta y la identidad territorial; las debilidades y amenazas ayudarán en la construcción de árboles de problemas. Santa Fe de Veraguas (Panamá).

Ejemplo aplicado 11

Cuadro 8: Matriz del análisis FODA del territorio de Santa Fe de Veraguas, Panamá

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> • Amplia variedad de atractivos turísticos naturales (montañas, ríos, playas, clima, flora y fauna endémica). • Importante producción de flores, especialmente las orquídeas. • Alto potencial para el desarrollo de productos agroturísticos. • Facilidad de acceso a muchos de los sitios de interés turístico. • Cercanía al centro de la capital de provincia. • ... 	<ul style="list-style-type: none"> • Creciente interés por el agroturismo. • Organismos e instituciones interesados en desarrollar proyectos en el territorio en aspectos agropecuarios, turísticos, ambientales, sociales, entre otros. • Próxima campaña nacional sobre Veraguas de la Autoridad de Turismo de Panamá. • Existencia del Proyecto de Agroturismo del MIDA y ATP, que ofrece capacitación, asistencia técnica y mercado a las fincas acreditadas y en vías de acreditación. • ...
Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • Deficiencias en la red de distribución de agua potable. • Deficiente servicio en la recolección de los desechos y muy mala disposición final de los mismos, lo cual afecta el entorno natural y turístico. • Debilidad en materia de cultura turística. • ... 	<ul style="list-style-type: none"> • Constantes afectaciones por fenómenos naturales como inundaciones y deslizamientos de tierra. • Migración de jóvenes a centros urbanos. • Problemas de invasión de tierras por parte de foráneos. • Peligro de contaminación por el uso indiscriminado de productos químicos de algunos productores. • ...

Fuente: Sierra 2013.



- Se sugiere un ejercicio de priorización por puntos, lo cual se describe en la ficha 07 de la Caja de Herramientas. Cuántas fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas se priorizarán, es decisión de la comisión de turismo y el facilitador. Sin embargo, es recomendable trabajar con al menos cuatro en cada categoría, y con no más de siete. *Se propone realizar esta actividad en un máximo de 40 minutos.*
- **☒ Análisis de la vocación turística del territorio:** con base en la información recopilada y analizada en la parte descriptivo-analítica del diagnóstico y los resultados del FODA, se define la vocación turística del territorio, que “son las características y potencialidades económicas, sociales, culturales y ecológicas que deben ser tomadas en cuenta por un destino para generar un aprovechamiento turístico óptimo del territorio”.⁴ En el análisis, se tienen en cuenta, aparte de los aspectos de oferta y demanda, otros elementos como la distancia a una ciudad principal, accesibilidad, infraestructura, seguridad, etc. A partir de estas consideraciones se puede definir para qué modalidad(es) de turismo el territorio es apto y qué tipo de productos turísticos deberían diseñarse. *Se propone realizar esta actividad en un máximo de 45 minutos.*
- **☒ Identificación del segmento de mercado meta:** identificar claramente cuál es el grupo destinatario –el tipo de turista que queremos atraer para que visite nuestro territorio– nos permite orientar nuestras acciones y el desarrollo turístico del territorio, específicamente hacia la satisfacción de las necesidades y expectativas de este grupo. Podemos guiarnos con las siguientes tres preguntas:
 - ☒ ¿Qué es lo que queremos vender (el producto)?
 - ☒ ¿Quién se interesa (actualmente y potencialmente) en este “producto”?

- ☒ ¿Por qué deberían visitar nuestro territorio, en vez de visitar los de la competencia?

La primera pregunta refiere a vocación turística anteriormente definida; la segunda hace alusión al análisis de la demanda y la tercera, está relacionada directamente con el análisis de la competencia, siempre considerando también lo visto en el análisis del entorno territorial y de la oferta y el análisis FODA. A partir de estas preguntas y consideraciones, se concreta el tipo de visitante a quien está dirigida la oferta, describiendo las necesidades y expectativas que este tiene al visitar el territorio y el esfuerzo que debe hacerse para satisfacer y cumplirlas. *Se propone realizar esta actividad en un máximo de 45 minutos.*

- **☒ Resumen de logros y acuerdos del día y próximos pasos:** antes de cerrar el taller, la comisión de turismo recapitula los logros y acuerdos del día (validación de la parte descriptivo-analítica del diagnóstico, lectura de las características exclusivas del territorio que fueron definidas, lectura de los aspectos priorizados del FODA, lectura de lo definido en cuanto al grupo destinatario); además, se informa a los participantes sobre los próximos pasos por realizar en el proceso de elaboración del plan de desarrollo turístico. *Se propone realizar esta actividad en un máximo de 30 minutos.*

Con lo elaborado durante el taller participativo, se completa el diagnóstico incorporando a este la parte evaluativa.

Además de los contenidos mencionados, tanto para la parte descriptivo-analítica como para la parte evaluativa del diagnóstico, debe incluirse también un resumen ejecutivo, introducción, metodología, bibliografía, lista de actores claves entrevistados, y anexos. En la ficha 08 de la Caja de Herramientas se presenta un ejemplo de cómo podría estructurarse el diagnóstico.

⁴. MINCETUR s.f.

⁵. Adaptado de: Dahl 2007.



Fase 4:

Formulación del Plan de Acción Turística



OBJETIVO DE LA FASE 4:

Definir un conjunto de lineamientos, acciones y proyectos eficaces, viables y consensuados que

permitan, a través de su ejecución programada en el tiempo, cumplir con los objetivos establecidos para el desarrollo turístico del territorio.



Con base en el análisis de la situación turística del territorio, en esta cuarta fase metodológica nos enfocamos en la formulación del plan de acción turística. Este plan marcará el **camino a recorrer para lograr el desarrollo turístico sostenible del territorio**, detallando, entre otros, las diferentes líneas de acción, objetivos, actividades, actores involucrados, requerimientos y tiempos previstos.

A partir del diagnóstico turístico del territorio, se realizarán los siguientes pasos para la formulación del plan de acción:

1. Definición de la identidad territorial.
2. Elaboración de árboles de problemas.
3. Definición de los objetivos del plan.
4. Elaboración de líneas estratégicas.

colectivo (por los actores de la sociedad), implícito y explícito, de una trama de significados y sentidos

ATENCIÓN

propios de un territorio”²⁹—

La identidad territorial

es una abstracción con-

ceptual a través de la cual **no debe confundirse con** se crea la **imagen que se una marca ni el slogan quiere invocar en los promocional; esto será visitantes** que planean **un trabajo posterior en** conocer el territorio, así **el ámbito de la estrategia** como en aquellos que ya lo **de marketing.** conocen.

29. De Uña Álvarez & Villarino Pérez 2011.

Para definir la identidad del destino turístico se tienen en cuenta los siguientes aspectos:

- los atractivos turísticos identificados en el territorio
- los valores y principios importantes para los pobladores del territorio
- la imagen con que el territorio se quiere proyectar o con la cual desea ser identificado

En este sentido, es importante reflejar también cuáles son los **elementos de diferenciación** del territorio, es decir, aquellas características que son una fortaleza única del territorio cuando este se compara con los territorios de competencia, y que lo posicionan en la mente del turista. En el mundo del marketing y de la publicidad, las

5. Definición del cronograma de actividades.
6. Elaboración del programa de capacitación y formación.
7. Estimación presupuestaria y posibles vías de financiación.

Lo anterior no se define en una sola reunión o en un solo día; es un **proceso de construcción** que se da a través del intercambio entre los participantes, la discusión razonable, reflexión y modificación de propuestas, hasta llegar a un producto final. Si bien este proceso será liderado por la comisión de turismo, habrá varios aspectos donde esta puede pedir el apoyo e involucrar a los integrantes del foro de participación. A continuación se presentan cada uno de los puntos arriba mencionados con más detalle.

1. Definición de la identidad territorial

La identidad territorial —el “reconocimiento

características exclusivas son **lo que más se valoriza en un producto.**⁶

La identidad territorial está orientada a lograr un mejor y específico posicionamiento frente a otros destinos, y ayuda a ordenar las acciones tendientes a su promoción y consolidación, adquiriendo esta coherencia individual y colectivamente.⁷ Quedará reflejada en:

- los productos turísticos diseñados
- la puesta en valor de los atractivos inventariados
- la promoción y proyección turística
- la marca principal que defina el producto turístico
- todos los demás componentes de la oferta.

⁶ . AMA 2014.

⁷ . Blanco 2008



Ejemplo aplicado 12

Elementos de la identidad territorial del municipio Rómulo Gallegos, del Estado Apure (Venezuela):

- El paisaje y ecosistema de los llanos, incluyendo también los chigüires (*Hydrochaeris hydrochaeris*), mamífero característico del territorio.
- El río Arauca.
- La música llanera.
- El recuerdo del escritor venezolano Rómulo Gallegos quien se inspiró aquí para escribir la novela “Doña Bárbara”.
- Las fiestas patronales en honor a San José, que se realizan en Elorza el 19 de marzo de cada año, y en las que hay folclore llanero, amaneceres llaneros, toros coleados, ferias agropecuarias y gastronómicas, paseos por el río Arauca, y otras actividades más.
- La riqueza artesanal, que incluye la fabricación de cestas, bolsas, abanicos, alpargatas, chinchorros, sombreros y esteras.

(Sanguino 2014).

Actividades como el cultivo de orquídeas y la elaboración artesanal de sombreros típicos (municipio de Santa Fe, Panamá) pueden ser elementos importantes de la identidad territorial. Fuente: S. Sierra 2013.

1.

2. Elaboración de árboles de problemas

A partir del análisis FODA se priorizaron los aspectos más importantes para el desarrollo turístico del territorio. Con base en estos se elaboran los árboles de problemas que ayudan a definir los problemas centrales con sus causas y efectos, y con base en ello, definir los objetivos del plan de acción turística y sus líneas estratégicas. De esta manera, de lo que inicialmente se presenta como un problema, se generan soluciones. En la ficha 09 de la Caja de Herramientas Metodológicas, se presenta en detalle el procedimiento para la elaboración de los árboles.³²

Ejemplo aplicado 13

En el caso del municipio Rómulo Gallegos, del Estado de Apure (Venezuela), se identificaron los siguientes problemas centrales:

- Débil organización y articulación institucional en el sector turístico del municipio.
- Inexistente la promoción y difusión de la oferta turística del territorio.
- Deficiente la prestación de servicios públicos.
- Escasos recursos financieros para proyectos turísticos.

(Sanguino 2014).

3. Definición de los objetivos del plan

Tras haber identificado claramente los problemas, causas y efectos que limitan el desarrollo turístico del territorio, pueden definirse los objetivos del plan de acción turística. Estos se componen de un objetivo general y una serie de objetivos específicos; el primero tomará en cuenta todos los elementos contenidos en los apartados anteriores, mientras que los segundos se desarrollarán a partir del objetivo general y los problemas centrales identificados.³³

Ejemplo aplicado 14

Para el municipio Rómulo Gallegos (Venezuela) se definió como objetivo general el siguiente:

“Fortalecer y diversificar la actividad turística en el Municipio Rómulo Gallegos mediante una estrategia de sostenibilidad que potencie la participación de las comunidades organizadas, la actividad turística como fuente de ingresos económicos, fomente la identidad del destino turístico y preserve los atributos naturales del territorio”.

En función de este objetivo general y considerando los problemas identificados, en particular el que indica que es “inexistente la promoción y difusión de la oferta turística del territorio”, se formuló el siguiente objetivo específico (entre otros):

“Aumentar la promoción del turismo en el territorio del municipio Rómulo Gallegos, para convertirlo en un destino turístico sostenible y de base comunitaria a nivel local, regional y nacional”.

(Sanguino 2014).

3.

4. Elaboración de líneas estratégicas

Las líneas estratégicas (o líneas de acción) se definen en concordancia con los objetivos



específicos y en respuesta a los problemas centrales identificados a través de los árboles de problemas. Cada línea de acción está dirigida a una sola temática o aspecto por atender, para la cual se definen las actividades necesarias para superar problemas y aprovechar oportunidades

relacionadas con el desarrollo turístico del territorio. Adicionalmente, para cada actividad se define quiénes son los responsables e involucrados en su ejecución, los requerimientos y la duración prevista. Un ejemplo se muestra en el Cuadro 9.

- 32. Aunque generalmente se establecen árboles de problemas enfocados en los aspectos negativos que es necesario mejorar, es posible realizar, adicionalmente, árboles de potencialidades; estos se basan en las fortalezas y oportunidades priorizadas del análisis FODA, y se elaboran según la misma metodología que los árboles de problemas, identificando las necesidades para un mejor aprovechamiento de estos factores positivos y los potenciales efectos que tuviese este mejor aprovechamiento.
- 33. Blanco 2008.

Una vez que la comisión de turismo haya definido cuáles serán las líneas de acción, se pueden formar grupos de trabajo (tres a cinco personas) con los integrantes del foro de participación, para la definición de las actividades, responsables, requerimientos y duración prevista. Cada grupo de trabajo puede encargarse de una o dos líneas de acción, y elaborar sus detalles con el apoyo de los miembros de la comisión y el facilitador, quien acompaña y orienta este trabajo.

Ejemplo aplicado 15

Cuadro 9: Ejemplo de objetivo específico, línea estratégica y actividades

Objetivo específico: Aumentar la promoción del turismo en el territorio del municipio Rómulo Gallegos para convertirlo en un destino turístico sostenible y de base comunitaria a nivel local, regional y nacional.			
Línea estratégica 1: Promoción y difusión del destino turístico			
Actividad	Responsables e involucrados	Requerimientos	Duración prevista
1.1. Participación en la Feria Internacional del Turismo de Venezuela (FITVEN) para promocionar al municipio Rómulo Gallego como destino turístico.	<ul style="list-style-type: none"> • Alcaldía • Corporación Apureña de Turismo (CORATUR) • Asoc. Bolivariana de Artesanos Rómulo Gallegos • ... 	<ul style="list-style-type: none"> • Cumplimiento con los requisitos que pide FITVEN y envío de la solicitud • Pago de la cuota para el stand • Selección y capacitación de partici-pantes • Compra de pasajes y alojamiento • Impresión de materiales de difusión • ... 	Iniciar planificación y organización a más tardar ... meses antes de la fecha de la feria.
1.2. Revisión y actualización de una guía de servicios turísticos del municipio.	<ul style="list-style-type: none"> • CORATUR • Fondo para el Desarrollo del Municipio Rómulo Gallegos (FUNDES) • ... 	<ul style="list-style-type: none"> • Revisión individual • Reunión para discusión de propuestas para ajustes y modificaciones • Elaboración de la nueva versión de la guía • Servicios de edición y diagramación de la guía • Impresión de la guía y versión digital • Difusión de la guía • semanas/ meses



1.3. ...	• ...	•
Línea estratégica 2: ...			
2.1. ...	• ...	•

Fuente: Elaboración propia. Con base en Sanguino 2014.

4. **5. Definición del cronograma de actividades**
 Dado el volumen de las acciones que se contemplan en un plan de desarrollo turístico, es necesario establecer un cronograma que tenga en cuenta los siguientes criterios⁸:
- Establecer plazos alcanzables;
 - La secuencia progresiva de las acciones;
 - La dependencia de unas acciones con otras que obliga a un acertado orden de ejecución.

El Cuadro 10 muestra un ejemplo de cómo puede presentarse un cronograma de actividades. El ejem-

Cuadro 10: Ejemplo de un cronograma de actividades sobre cinco años

Ejemplo aplicado 16
 El ejemplo se extiende por cinco años, y detalla líneas estratégicas y las actividades correspondientes. Cada año está separado en cuatro trimestres; con fondo verde claro se presenta el período de ejecución de la línea estratégica, con "x" se indica en qué trimestres se implementa cada actividad. Más adelante, en la Fase 5,

se realizará una planificación más precisa por un año.

RECUERDE
 El Plan de Desarrollo Turístico para el territorio tiene un horizonte de cinco a diez años, por ello es importante reflejar en un cronograma los plazos de ejecución de las actividades.

⁸ . Blanco 2008.



	2014	2015	2016	2017	2018	Observaciones	
LE 1: Puesta en valor de los atractivos turísticos del territorio.							
1.1: Elaboración de materiales de difusión sobre los atractivos.	x	x				Mapas para hacer senderismo, trípticos, etc.	
1.2: Señalización de los cinco atractivos turísticos más importantes del territorio.		x	x			Atractivos: Tres Kandú, Salto Suizo, Camino Franciscano, Itá Letra, antiguo ferrocarril.	
1.3: ...							
LE 2: Mejoramiento de la calidad de los productos y servicios turísticos ofrecidos.							
2.1: Definición de estándares mínimos para ofrecer un servicio turístico en el territorio.		x	x	x		Estándares generales y específicos (según sector).	
2.2: Asesoría para la implementación y control de cumplimiento con los estándares definidos.				x	x	x	x
2.3:...							
LE 3: Gestión de la información sobre la oferta y demanda turística en el territorio.							
3.1: Implementación de una base de datos sobre la oferta turística en el territorio.			x	x		Alojamiento, gastronomía, agencias de turismo, etc. con contactos, capacidades,...	
3.2:...							
LE 4: Gestión ambiental del territorio.							
4.1: Mejoramiento del sistema de recolección de desechos sólidos.			x	x	x	x	
4.2:...							
LE 5: ...							

Los atractivos turísticos mencionados en este cuadro están ubicados en el distrito Independencia, Paraguay.

Fuente: Elaboración propia.

1. 6. *Elaboración del programa de capacitación y formación*

El programa de capacitación se elaborará con el fin de identificar y sistematizar las necesidades formativas y de capacitación de los actores involucrados en el desarrollo turístico del territorio, así como planificar las actividades adecuadas para atender esta demanda.

Es muy probable que los actores involucrados en el desarrollo turístico del territorio carezcan de formación específica en el tema del turismo y que su actuar hasta entonces haya sido más bien intuitivo. Por consiguiente, es importante identificar las necesidades formativas de éstos actores, para que puedan ayudar a mejorar e impulsar la oferta y el desarrollo turístico del territorio.

Se consideran tanto los aspectos directamente vinculados al turismo –por ejemplo planificación y evaluación turística, elaboración de planes y políticas turísticas, promoción del destino turístico, servicios de guía, etc.– como otros más generales, entre ellos, capacitación sobre metodologías, aspectos empresariales, calidad de productos y servicios, etc.

Las necesidades de formación y capacitación pueden categorizarse en formación general, formación empresarial y formación profesional:

- La **formación general** aborda todos los aspectos que tienen que ver con la planificación y promoción del desarrollo turístico en el territorio a nivel institucional, en la cual pueden involucrarse el sector público y el sector privado.
- La **formación empresarial** está dirigida a empresarios del sector que están relacionados con alojamiento, gastronomía, servicios de transporte, artesanía, actividades recreativas, fincas agroturísticas, etc., con el fin de mejorar la calidad de los productos y servicios que ofrecen, orientarlos más hacia el grupo destinatario y, por último, conseguir una marca de calidad.
- La **formación profesional** está destinada a trabajadores que pueden encontrar empleo en los diversos servicios turísticos a crear (hoteles, restaurantes, guías locales, etc.).

Para elaborar el programa de capacitación y formación se realiza un análisis de las necesidades de capacitación, partiendo del déficit formativo de los recursos humanos y empresariales del territorio y de las nuevas exigencias que se deriven del plan de desarrollo turístico. Posteriormente, se elabora una propuesta de formación y capacitación en la que se definan⁹:

- Los distintos perfiles o colectivos con implicación en el desarrollo turístico.
- Contenidos y necesidades formativas generales y por perfiles.
- Programas generales de contenidos.
- Acciones formativas: encuentros, talleres, elaboración de documentación, jornadas, seminarios, etc.

2. 7. *Estimación presupuestaria y posibles vías de financiación*

Considerando las líneas estratégicas y sus respectivas actividades, así como el plan de capacitación, se es necesario establecer un presupuesto estimativo de costos para la implementación de cada una de las acciones, y elaborar una propuesta para la captación de recursos, tanto de fuentes públicas como privadas.

En el momento de definir el presupuesto y las posibles fuentes, es importante recordar que no toda actividad necesita un presupuesto financiero, sino que a veces los aportes pueden venir en especie de las instituciones con las que se formaron alianzas al iniciar la iniciativa.

En el Cuadro 11 se presenta un ejemplo para la sistematización del presupuesto estimado y aportes en especie que puedan obtenerse.

Ejemplo aplicado 17

Cuadro 11: Ejemplo para la estimación de un presupuesto y aportes en especies

⁹ . Blanco 2008.

Línea estratégica 1: Puesta en valor de los atractivos turísticos del territorio		
Actividad 1.1: Elaboración de materiales de difusión sobre los atractivos (para ser entregados en la información turística).		
	Aportes en especie y parecidos	Presupuesto necesario (USD)
Elaboración de contenidos para 05 trípticos informativos (atractivos turísticos Tres Kandú, Salto Suizo, Camino Franciscano, Itá Letra, antiguo ferrocarril).	La cámara de turismo se comprometió a elaborar los contenidos, con el apoyo de la COMISIÓN DE TURISMO.	[indicar monto]
Corrección de estilo para los 05 trípticos.	El gobierno provincial dispone de una editora y prestará sus servicios.	[indicar monto]
Diagramación de los 05 trípticos.	En la universidad regional se puede buscar un estudiante de diseño gráfico de último año que haga la diagramación en el marco de un proyecto de estudios o pasantía.	[indicar monto]
Impresión de 500 ejemplares de cada tríptico (2500 en total).	---	[indicar monto]
Elaboración de un mapa para hacer senderismo.	El ministerio de agricultura tiene un especialista que realiza labores de titulación de tierras en la zona; se comprometió a proveer los materiales cartográficos. Para el diseño del mapa se contratará un consultor por 15 días.	[indicar monto]
Impresión de 750 mapas.	---	[indicar monto]
...
Total presupuesto Actividad 1.1:		USD ...

Una vez establecido el plan de acción turística, la comisión de turismo debe convocar una reunión de validación del plan. A esta reunión asisten los integrantes del foro de participación, pero pueden sumarse también representantes de instituciones públicas, privadas y de la sociedad civil, así como los pobladores del territorio. Para la reunión puede calcularse una duración de aproximadamente dos horas y media. Los aspectos más importantes a tratar son los siguientes:

- **Información sobre avances de la iniciativa:** la comisión de turismo comparte con los participantes del taller los avances de la iniciativa y resultados logrados hasta el momento. *Se propone realizar esta actividad en un máximo de 30 minutos.*
- **Presentación detallada del plan de acción turística:** se presenta, de manera estructurada y entendible, el plan de acción turística para el territorio, con el fin de compartir y difundir el trabajo realizado, considerando que el plan orientará el desarrollo turístico del territorio en los próximos años. *Se propone realizar esta actividad en un máximo de una hora.*

3. • **Preguntas y sugerencias de los participantes:** al igual que para la validación del diagnóstico, *SE*

Fuente: Elaboración propia.

brinda este espacio de diálogo para que los participantes de la reunión puedan hacer preguntas y consultas relacionadas con el plan, y es posible que también haya sugerencias o que incluso se señalen correcciones que habría que hacer. *Se propone realizar esta actividad en un máximo de una hora.*

- **Validación del plan de acción turística:** después de haber presentado el plan y haber atendido las preguntas y dudas de los participantes de la reunión, se recomienda realizar un ejercicio de validación, en el cual los participantes del taller aprueben o den su visto bueno al plan. Este

ejercicio puede realizarse de igual manera que la validación de la parte descriptivo-analítica del diagnóstico. *Se propone realizar esta actividad en un máximo de 10 minutos.*

- **☒ Resumen de logros y acuerdos del día y próximos pasos:** antes de cerrar el taller, la comisión de turismo recapitula los logros y acuerdos del día (validación del plan); además, se informa a los participantes sobre los próximos pasos a realizar en el proceso de elaboración del plan de desarrollo turístico. *Se propone realizar esta actividad en un máximo de 30 minutos.*

Anexo 3. Modelo de encuesta

El objetivo de esta encuesta es identificar el perfil de la demanda de la parroquia Turi, provincia del Azuay. Esta encuesta tiene fines académicos, la información obtenida será usada para la elaboración del trabajo de grado titulado “Plan de desarrollo turístico, parroquia Turi, 2019 -2023”. Los datos obtenidos son confidenciales y exclusivamente académicos.

1. **Género:** Femenino Masculino

2. **Edad:** _____

3. **Lugar de procedencia:**

País _____ Estado _____

4. **Estado civil**

Sotero(a) Casado(a) Divorciado(a) Viudo(a) Unido(a)

Otro _____

5. **Educación**

Primaria

Secundaria (cursando)

Secundaria (completo)

Tercer nivel (cursando)

Tercer nivel (completo)

Cuarto nivel

___ Otro _____

6. ¿Cuál es la frecuencia con la que visita la parroquia Turi?

___ Primera vez ___ Fines de semana ___ Entre la semana ___ En

festividades

___ Otro _____

7. ¿A usted qué le motivó visitar la parroquia Turi? Por favor elija un motivo principal

___ Degustar la gastronomía

___ Recreación

___ Visitar amigos o parientes

___ Negocios

___ Actividades religiosas

___ Salud

___ Otros, especifique: _____

8. ¿Qué tiempo usted estima permanecer en la parroquia Turi?

___ Unas horas ___ Un día

9. ¿Con quienes usted visita Turi?

___ Solo ___ Con su pareja

___ Con familiares

___ Con amigos o compañeros

10. ¿Cuánto usted estima gastar en su visita de la parroquia Turi?

11. ¿Cómo planea distribuir sus gastos en su visita?

Recreación _____ Gastronomía _____

Artesanías _____ Deportes _____

Otros, especifique: _____

12. ¿Qué lugares usted visitó de la parroquia?

__ Mirador de Turi __ Iglesia de Turi __ Parque Icto Cruz __ Puesto de
artesanías __ Loma de Monjas __ Bosque Boquerón __ Otro, especifique:

13. ¿Por qué medio usted se enteró de la parroquia Turi?

__ Internet

__ Centro de información turística

__ Agencias de viajes

__ A través de familiares y amigos

__ Folletos turísticos

__ Periódicos, revistas

__ Otros, especifique: _____

**14. ¿Qué medio de transporte usted uso para llegar a la parroquia
Turi?**

__ Auto particular

__ Transporte publico

__ Transporte turístico

__ Otros, especifique: _____

15.

16. ¿Usted regresaría a la parroquia Turi? Justifique su respuesta

Si ___ No ___

¿Por qué? _____

17. ¿Qué recomendación puntual daría usted para mejorar el destino turístico de la parroquia?

18. Comentario

Anexo 4. Fichas técnicas de inventario de atractivos, parroquia Turi

Ficha Fiesta de El Carmen de Guzho

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																										
Código del atractivo:	0	1	0	1	5	0	M	C	0	2	0	5	0	2	0	0	1									
	Provincia	Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo												
1. DATOS GENERALES																										
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																										
FIESTA DE EL CARMEN DE GUZHO																										
1.2 Categoría				1.3 Tipo				1.4 Subtipo																		
MANIFESTACIONES_CULTURALES				ACERVQ_CULTURAL_Y_POPULAR				FERIAS Y MERCADOS																		
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO																										
2.1 Provincia				2.2 Cantón				2.3 Parroquia																		
AZUAY				CUENCA				TURI																		
2.4 Barrio, Sector o Comuna				2.5 Calle Principal				2.6 Número			2.7 Transversal															
Carmen de Guzho				Autopista Cuenca Azogues				S/N			S/N															
2.8 Latitud (grados decimales)				2.9 Longitud (grados decimales)				click		2.10 Altura (msnm)																
-2.552983				-79.020445						2.572																
2.11 Información del administrador																										
a. Tipo de Administrador:				Publico				b. Nombre de la Institución:				Gobierno Autónomo Descentralizado														
c. Nombre del Administrador:				Paul P. Añi				d. Cargo que ocupa:				Presidente														
e. Teléfono / Celular:				(593) 07 4151 987 / 07 4151 943				f. Correo Electrónico:				gad.turi@hotmail.com														
Observaciones: Al ser considerada como un evento festivo parroquial, la organización, financiamiento y desarrollo esta a cargo del gobierno parroquial.																										
3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO																										
3.1 Características climatológicas																										
M																										
a. Clima:		Clima ecuatorial mesotérmico húmedo				b. Temperatura(°C):		12-20		c. Precipitación Pluviométrica (mm):			750-1000													
3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U)																										
U																										
a. Cultura				<input checked="" type="checkbox"/>				b. Naturaleza				<input checked="" type="checkbox"/>				c. Aventura										
3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico																										
U																										
a. Prístino		<input type="checkbox"/>		b. Primitivo		<input type="checkbox"/>		c. Rústico Natural		<input type="checkbox"/>		d. Rural		<input type="checkbox"/>		e. Urbano			M							
3.4 Ingreso al atractivo (U)																										
U																										
a. Tipo de Ingreso		b. Horario de Atención				c. Atención																				
		Ingreso		Salida		Todos los días		Fines de semana y feriados		Solo días hábiles			Otro		Especificar											
Libre		<input checked="" type="checkbox"/>		0:00		0:00		<input checked="" type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		Febrero									
Restringido		<input type="checkbox"/>		0:00		0:00		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>		texto									
Pagado		<input type="checkbox"/>		0:00		0:00		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>		texto									
d. Maneja un sistema de reservas:				<input type="checkbox"/>				f. Forma de Pago:		Efectivo		<input type="checkbox"/>		Dinero Electrónico		<input type="checkbox"/>		Depósito Bancario		<input type="checkbox"/>		Tarjeta de Débito			<input type="checkbox"/>	
e. Precio:		Desde		0,00		Hasta		0,00		Tarjeta de Crédito		<input type="checkbox"/>		Transferencia Bancaria			<input type="checkbox"/>		Cheque				<input type="checkbox"/>			
g. Meses recomendables de visita:				El mes de Febrero, es el mes de recomendación para visitar el atractivo																						
Observaciones: Es una de las festividades de mayor importancia en la parroquia, el gobierno parroquial es el encargado de su organización y financiamiento, por lo motivo su gratuidad esta garantizada.																										
4. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO																										
SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/>																										
a. Nombre de la ciudad o poblado más cercano (Que presente condiciones mínimas de servicios):												Cuenca														
b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano:		5 km		c. Tiempo estimado de desplazamiento en auto:		de 0,15 h/min		d. Coordenadas (grados decimales):			Lat: -2.897222		Long: -79.004444													
Observaciones: La distancia y el tiempo son aproximados; se conduce por la autopista Cuenca Azogues hasta llegar a la Avenida Solano (Sector Tres Puertos). El tiempo aproximado puede variar dependiendo del tráfico vehicular.																										

0 4.2 Vías de Acceso (M) <input checked="" type="checkbox"/>										
		Tipo de vía		Coordenada de inicio		Coordenada de fin		Distancia (km)	Tipo de material	Estado
a. Terrestre (M) <input checked="" type="checkbox"/>		a. Primer orden	<input type="checkbox"/>							
		b. Segundo orden	<input checked="" type="checkbox"/>	lat -2.552983 long -79.020445		lat -2.940444 long -79.010114		5	Asfalto	Bueno
		c. Tercer orden	<input type="checkbox"/>							
Observaciones: La cooperativa de transporte publico Tombebamba S.A. brinda servicio desde la Av. Americas y Av. Remigio Crespo , existe una parada de bus en el atractivo; ademas existe una cooperativa de taxis y una de transporte mixto que brindan el servicio a este sector de la parroquia.										
b. Acuático (U) <input type="checkbox"/>		Maritimo	<input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto	Estado		Puerto / Muelle de Llegada	texto	Estado
		Lacustre	<input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto			Puerto / Muelle de Llegada	texto	
		Fluvial	<input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto			Puerto / Muelle de Llegada	texto	
Observaciones: N/A										
c. Aéreo (U) <input type="checkbox"/>				Nacional: <input type="checkbox"/>				Internacional: <input type="checkbox"/>		
Observaciones: N/A										
4.3 Servicio de transporte (M) <input checked="" type="checkbox"/>										
a. Bus <input checked="" type="checkbox"/>	b. Buseta <input type="checkbox"/>	c. Transporte 4x4 <input checked="" type="checkbox"/>	d. Taxi <input type="checkbox"/>	e. Moto taxi <input type="checkbox"/>	f. Teleférico <input type="checkbox"/>					
g. Lancha <input type="checkbox"/>	h. Bote <input type="checkbox"/>	i. Barco <input type="checkbox"/>	j. Canoa <input type="checkbox"/>	k. Avión <input type="checkbox"/>	l. Avioneta <input type="checkbox"/>					
m. Helicóptero <input type="checkbox"/>	n. Otro <input type="checkbox"/>	Especifique								
Observaciones:										
4.3.1 Detalle de transporte hacia el atractivo (M) <input checked="" type="checkbox"/>										
a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio			b. Estación / terminal		c. Frecuencia				d. Detalle (Traslado origen / destino)	
					Diana	Semanal	Mensual	Eventual		
Cooperativa de Transporte Mixto Balcon Cuencano			Centro de Rehabilitación Social Turi		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Se brinda servicio a todo la ciudad de Cuenca.	
Cooperativa de transporte publico Tombebamba			Avenida Americas		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Avenida Americas - Carmen de Guzho	
					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
4.4 Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad (M) <input checked="" type="checkbox"/>										
General <input type="checkbox"/>	Discapacidad Física <input type="checkbox"/>	Discapacidad Visual <input type="checkbox"/>	Discapacidad Auditiva <input type="checkbox"/>	Discapacidad Intelectual o Picosocial <input type="checkbox"/>	d. No es accesible <input checked="" type="checkbox"/>					
Observaciones: N/A										
4.5 Señalización <input checked="" type="checkbox"/>										
a. Señalización de aproximación al atractivo <input type="checkbox"/>		Estado (U)		Bueno <input type="checkbox"/>	Regular <input checked="" type="checkbox"/>	Malo <input checked="" type="checkbox"/>				
Observaciones: La señaletica existente solamente muestra el nombre de la iglesia.										

5.2 Facilidades en el entorno al atractivo <input type="checkbox"/>													
Categoría (M)		Tipo (M)		Cantidad		Coordenadas		Administrador		Accesibilidad universal		Estado (U)	
		a. En el Atractivo <input type="checkbox"/>										B R M	
	Punto de información		<input type="checkbox"/>	0		0		texto					
			<input type="checkbox"/>					b. En la ciudad o poblado cercano					
	Alojamiento	Turísticas	Establecimientos registrados	0	Número de plazas	0		Alojamiento	texto	Establecimientos registrados			
	Hotel			0		0		Hotel	texto	199			
	Hotel			0		0		Hotel	texto	132			
	Hostal			0		0		Hostal	texto	6			
	Hacienda Turística			0		0		Hacienda Turística	texto				
	Lodge			0		0		Lodge	texto				
	Resort			0		0		Resort	texto				
	Refugio			0		0		Refugio	texto				
	Campamento Turístico			0		0		Campamento Turístico	texto				
	Casa de Huéspedes			0		0		Casa de Huéspedes	texto	13			
	Observaciones:			0		0		Observaciones:	En el catastro de establecimientos no se detalló el número de plazas				
	Alimentos y bebidas		Establecimientos registrados	Número de mesas	Número de plazas	0		Alimentos y bebidas	texto	Establecimientos registrados			
	Restaurante			1	-2.9323	-38.02302		Gobierno Autónomo Descentralizado Turismo	1037				
	Cafetería			15	-2.9323	-38.02302		Gobierno Autónomo Descentralizado Turismo	176				
	Barra e. Otros			0		0		Barra	texto	270			
Observaciones:													
5.3 Complementarios a la actividad turística (M) <input type="checkbox"/>													
a. En el Atractivo <input type="checkbox"/>						b. En la ciudad o poblado cercano <input type="checkbox"/>							
	Compra y venta de equipo especializado							Compra y venta de equipo especializado		109			
	Compra y venta de artesanías y merchandising							Compra y venta de artesanías y merchandising		44			
	Cajero automático							Cajero automático					
	Otro							Otro					
	Observaciones:							Observaciones:		45			
Observaciones: El punto de referencia es la ciudad de Cuenca.													
	Guía Local			0		0		Guía Local		0			
	Guía Nacional			0		0		Guía Nacional		0			
	Guía Nacional Especializado			0		0		Guía Nacional Especializado		0			
	Cultura			0		0		Cultura		0			
	Aventura			0		0		Aventura		0			
Observaciones: No existen registros.													
Observaciones: No existen registros.													

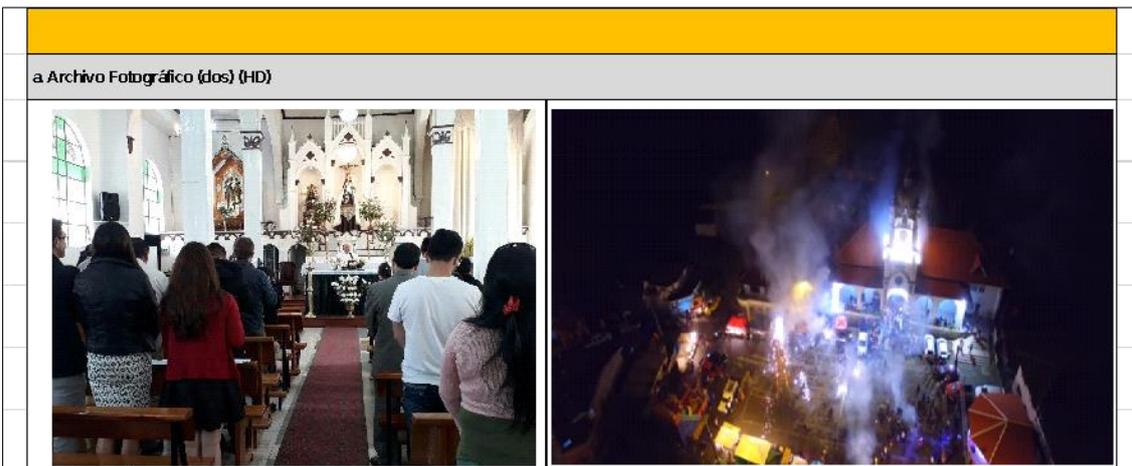
6. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO				SI	NO	S/I	
6.1. Atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>							
a. Conservado	<input type="checkbox"/>	b. Alterado	<input checked="" type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro	<input checked="" type="checkbox"/>	d. Deteriorado	<input checked="" type="checkbox"/>
Observaciones: El evento festivo se caracteriza por presentar actividades recreativas y de esparcimiento que caracterizan a la parroquia.							
6.1.1 Factores de alteración y deterioro (M)							
6.1.1.1 Naturales (M)			6.1.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)				
a. Erosión	<input checked="" type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Actividades forestales	<input type="checkbox"/>	c. Actividades extractivas / minería	<input type="checkbox"/>
b. Humedad	<input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales	<input type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono	<input checked="" type="checkbox"/>	f. Huaquearía	<input type="checkbox"/>
c. Desastres naturales	<input type="checkbox"/>	g. Conflicto de tenencia	<input type="checkbox"/>	h. Condiciones de uso y exposición	<input type="checkbox"/>	i. Falta de mantenimiento	<input type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna	<input checked="" type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente	<input type="checkbox"/>	k. Generación de residuos	<input checked="" type="checkbox"/>	l. Expansión urbana	<input type="checkbox"/>
e. Clima	<input type="checkbox"/>	m. Conflicto político / social	<input type="checkbox"/>	n. Desarrollo industrial / comercial	<input type="checkbox"/>	o. Vandalismo	<input checked="" type="checkbox"/>
Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:	texto				
Observaciones:							
6.2 Entorno (U) <input checked="" type="checkbox"/>							
a. Conservado	<input type="checkbox"/>	b. Alterado	<input checked="" type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro	<input type="checkbox"/>	d. Deteriorado	<input checked="" type="checkbox"/>
Observaciones: El recurso turístico no presenta un entorno conservado producto de la aculturación.							
6.2.1 Factores de alteración y deterioro (M)							
6.2.1.1 Naturales (M)			6.2.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)				
a. Erosión	<input checked="" type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas	<input type="checkbox"/>	b. Actividades forestales	<input type="checkbox"/>	c. Actividades extractivas / minería	<input type="checkbox"/>
b. Humedad	<input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales	<input type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono	<input type="checkbox"/>	f. Huaquearía	<input type="checkbox"/>
c. Desastres naturales	<input type="checkbox"/>	g. Conflicto de tenencia	<input type="checkbox"/>	h. Condiciones de uso y exposición	<input type="checkbox"/>	i. Falta de mantenimiento	<input type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna	<input type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente	<input type="checkbox"/>	k. Generación de residuos	<input type="checkbox"/>	l. Expansión urbana	<input type="checkbox"/>
e. Clima	<input type="checkbox"/>	m. Conflicto político / social	<input type="checkbox"/>	n. Desarrollo industrial / comercial	<input checked="" type="checkbox"/>	o. Vandalismo	<input type="checkbox"/>
Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:	texto				
Observaciones:							
6.3. Declaratoria del espacio turístico asociado al atractivo <input type="checkbox"/>							
a. Declarante:	texto	b. Denominación:	texto	b. Fecha de declaración:	texto	c. Alcance:	texto
Observaciones: texto							
7. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA				SI	NO	S/I	
7.1 Servicios Básicos <input checked="" type="checkbox"/>							
a. En el atractivo <input checked="" type="checkbox"/>			b. En la ciudad o poblado más cercano <input checked="" type="checkbox"/>				
Agua	<input checked="" type="checkbox"/>	Potable	Agua	<input checked="" type="checkbox"/>	Potable		
Especifique:	texto		Especifique:				
Energía eléctrica:	<input checked="" type="checkbox"/>	Red eléctrica de servicio público	Energía eléctrica:	<input checked="" type="checkbox"/>	Red eléctrica de servicio público		
Especifique:	texto		Especifique:				
Saneamiento:	<input checked="" type="checkbox"/>	Red pública	Saneamiento:	<input checked="" type="checkbox"/>	Red pública		
Especifique:	texto		Especifique:				
Disposición de desechos:	<input checked="" type="checkbox"/>	Carro Recolector	Disposición de desechos:	<input checked="" type="checkbox"/>	Carro Recolector		
Especifique:	texto		Especifique:				
Observaciones: texto							

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

7.4 Seguridad (M) <input checked="" type="checkbox"/>											
a. Privada		<input type="checkbox"/>	Detalle	texto							
b. Policía nacional		<input checked="" type="checkbox"/>		Se realiza patrullajes continuos programados por parte de la unidad de policia comunitaria de Turi.							
c. Policía metropolitana / Municipal		<input type="checkbox"/>		texto							
d. Otra		<input checked="" type="checkbox"/>		Los moradores del sector se encuentran organizados y vigeilantes las 24 horas .							
Observaciones:		A pocos metros del Mirador de Turi se encuentra una Unidad de Policia Comunitaria que se encarga de coordinar la seguridad de la parroquia.									
7.5 Servicio de comunicación de uso público (M) <input checked="" type="checkbox"/>											
a. En el atractivo <input checked="" type="checkbox"/>					b. En la ciudad o poblado mas cercano <input checked="" type="checkbox"/>						
Telefonía (M)		<input type="checkbox"/>	Conexión a internet (M)		<input type="checkbox"/>	Telefonía (M)		<input checked="" type="checkbox"/>	Conexión a internet (M)		<input checked="" type="checkbox"/>
Fija	<input checked="" type="checkbox"/>	Línea telefónica	<input checked="" type="checkbox"/>	Fibra óptica	<input type="checkbox"/>	Fija	<input checked="" type="checkbox"/>	Línea telefónica	<input checked="" type="checkbox"/>	Fibra óptica	<input checked="" type="checkbox"/>
Móvil	<input checked="" type="checkbox"/>	Satélite	<input type="checkbox"/>	Redes inalámbricas	<input checked="" type="checkbox"/>	Móvil	<input checked="" type="checkbox"/>	Satélite	<input checked="" type="checkbox"/>	Redes inalámbricas	<input checked="" type="checkbox"/>
Satelital	<input type="checkbox"/>	Telefonía móvil			<input checked="" type="checkbox"/>	Satelital	<input checked="" type="checkbox"/>	Telefonía móvil			<input checked="" type="checkbox"/>
Observaciones:		Se toma como referencia la ciudad de Cuenca.									
Radio portátil (U) <input type="checkbox"/>											
De uso exclusivo para el visitante			<input type="checkbox"/>	De uso exclusivo para comunicación interna			<input type="checkbox"/>	De uso exclusivo en caso de emergencia			<input type="checkbox"/>
Observaciones:		No se presenta medios de comunicación exclusiva									
7.6 Multiamenazas (M) <input type="checkbox"/>											
Deslaves		<input type="checkbox"/>	Sismos		<input type="checkbox"/>	Erupciones volcánicas		<input type="checkbox"/>	Incendios forestales		<input checked="" type="checkbox"/>
Sequía		<input type="checkbox"/>	Inundaciones		<input type="checkbox"/>	Aguajes		<input type="checkbox"/>	Tsunami		<input type="checkbox"/>
¿Existe un plan de contingencia en caso de catástrofes?		<input type="checkbox"/>	Institución que elaboró el documento:		texto	Nombre del documento:		texto	Año de elaboración:		0
Observaciones:											
8. POLÍTICAS Y REGULACIONES SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>											
a. ¿El GAD cuenta con el Plan de Desarrollo Turístico Territorial?			SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	Año de elaboración:				
b. ¿El atractivo se encuentra dentro de la planificación turística territorial (GAD 'S)?			SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	Especifique:				
Se encuentra dentro del plan operativo anual de la parroquia.											
c. ¿Existen normativas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?			SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique:				
Actividades turísticas en áreas naturales (Ministerio del Ambiente)											
d. ¿Existen ordenanzas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?			SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique:				
texto											
Observaciones:		texto									
9. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U) SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>											
9.1 ATRACTIVOS NATURALES (M) <input type="checkbox"/>											
9.1.1 En el Agua (M) <input type="checkbox"/>											
a. Buceo	<input type="checkbox"/>	b. Kayak de mar	<input type="checkbox"/>	c. Kayak lacustre	<input type="checkbox"/>	d. Kayak de Río	<input type="checkbox"/>	e. Surf	<input type="checkbox"/>		
f. Kite surf	<input type="checkbox"/>	g. Rafting	<input type="checkbox"/>	h. Snorkel	<input type="checkbox"/>	i. Tubing	<input type="checkbox"/>	j. Regata	<input type="checkbox"/>		
k. Paseo en panga	<input type="checkbox"/>	l. Paseo en bote	<input type="checkbox"/>	m. Paseo en lancha	<input type="checkbox"/>	n. Paseo en moto acuática	<input type="checkbox"/>	o. Parasailing	<input type="checkbox"/>		
p. Esquí acuático	<input type="checkbox"/>	q. Banana flotante	<input type="checkbox"/>	r. Boya	<input type="checkbox"/>	s. Pesca deportiva	<input type="checkbox"/>	Otro	<input type="checkbox"/>	texto	
Observaciones:		texto									

9.1.2 En el Aire (M) <input type="checkbox"/>						
a. Alas Delta	<input type="checkbox"/>	b. Canopy	<input type="checkbox"/>	c. Parapente	<input type="checkbox"/>	d. Otro <input type="checkbox"/>
Observaciones: <input type="text"/>						
9.1.3 En Superficie Terrestre (M) <input checked="" type="checkbox"/>						
a. Montañismo	<input type="checkbox"/>	b. Escalada	<input type="checkbox"/>	c. Senderismo	<input type="checkbox"/>	d. Cicloturismo <input type="checkbox"/>
e. Canyoning	<input type="checkbox"/>	f. Exploración de cuevas	<input type="checkbox"/>	g. Actividades Recreativas	<input checked="" type="checkbox"/>	h. Cabalgata <input type="checkbox"/>
i. Caminata	<input type="checkbox"/>	j. Camping	<input type="checkbox"/>	k. Picnic	<input type="checkbox"/>	l. Observación de flora y fauna <input type="checkbox"/>
m. Observación de astros	<input type="checkbox"/>	n. Otro	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>		
Observaciones: <input type="text"/>						
9.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U) <input type="checkbox"/>						
9.2.1 Tangibles e intangibles <input checked="" type="checkbox"/>						
a. Recorridos guiados	<input type="checkbox"/>	b. Recorrido autoguiados	<input type="checkbox"/>	c. Visita a talleres artísticos	<input type="checkbox"/>	
h. Participación en talleres artísticos	<input type="checkbox"/>	d. Visita a talleres artesanales	<input type="checkbox"/>	i. Participación en talleres artesanales	<input type="checkbox"/>	
e. Exposiciones temáticas permanentes, temporales y eventuales	<input checked="" type="checkbox"/>	f. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales.	<input checked="" type="checkbox"/>	i. Actividades vivenciales y/o lúdicas	<input type="checkbox"/>	
g. Presentaciones o representaciones en vivo	<input checked="" type="checkbox"/>	h. Muestras audiovisuales	<input type="checkbox"/>	g. Fotografía	<input type="checkbox"/>	
j. Degustación de platos tradicionales	<input checked="" type="checkbox"/>	l. Participación de la celebración	<input checked="" type="checkbox"/>	m. Compra de artesanías	<input checked="" type="checkbox"/>	
n. Convivencia	<input type="checkbox"/>	o. Medicina ancestral	<input type="checkbox"/>	Otro	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>
Observaciones: <input type="text"/>						
10. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>						
10.1. Medios de Promoción del Atractivo (M)						
¿Existe un plan de promoción turística cantonal?				SI	<input type="checkbox"/>	NO <input checked="" type="checkbox"/>
				Especifique: <input type="text"/>		
¿El Atractivo se encuentra incluido en el plan de promoción turístico cantonal?				SI	<input type="checkbox"/>	NO <input checked="" type="checkbox"/>
Medio Promocional		Dirección y nombre de los medios promocionales			Periodicidad de la promoción	
a. Página WEB	<input type="checkbox"/>	URL: <input type="text"/>			Ninguna	
b. Red Social	<input type="checkbox"/>	Nombre: <input type="text"/>			Ninguna	
c. Revistas E especializadas	<input type="checkbox"/>	Nombre: <input type="text"/>			Ninguna	
d. Material POP	<input type="checkbox"/>	Nombre: <input type="text"/>			Ninguna	
e. Oficina de Información Turística	<input type="checkbox"/>	Nombre: <input type="text"/>			Ninguna	
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa)	<input type="checkbox"/>	Nombre: <input type="text"/>			Ninguna	
g. Asistencia a ferias turísticas	<input type="checkbox"/>	Nombre: <input type="text"/>			Ninguna	
h. Otro	<input type="checkbox"/>	Nombre: <input type="text"/>			Ninguna	
Observaciones: <input type="text"/>						

10.2. El atractivo forma parte de una oferta establecida (paquete turístico) SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> Especifique <input type="text" value="texto"/>													
Observaciones: <input type="text" value="texto"/>													
11. REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA (M) SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>													
11.1. Frecuencia de visita según datos estadísticos <input checked="" type="checkbox"/>													
a. ¿Posee un sistema de registro de visitantes?		SI <input type="checkbox"/>	NO <input checked="" type="checkbox"/>	Tipo: Digital <input type="checkbox"/> Papel <input type="checkbox"/>		Años de registro		0					
b. ¿Se genera reporte de estadísticas de visita al atractivo?		SI <input type="checkbox"/>	NO <input checked="" type="checkbox"/>	Frecuencia de los reportes:		Ninguna							
c. Temporalidad de visita al atractivo													
Alta (meses)	<input type="checkbox"/>	Especifique	<input type="text" value="texto"/>				Número de visitantes	0					
Baja (meses)	<input type="checkbox"/>		<input type="text" value="texto"/>					0					
d. Llegada de turistas													
<input type="checkbox"/> Turista nacional		Llegadas mensuales		Total anual		<input type="checkbox"/> Turista extranjero		Llegadas mensuales		Total Anual			
Ciudades de origen	<input type="text" value="texto"/>	0	0	Países de origen	<input type="text" value="texto"/>	0	0						
	<input type="text" value="texto"/>	0	0		<input type="text" value="texto"/>	0	0						
	<input type="text" value="texto"/>	0	0		<input type="text" value="texto"/>	0	0						
Observaciones: <input type="text" value="texto"/>													
11.2. Frecuencia de visita según informantes clave <input type="checkbox"/>													
Nombre del Informante Clave: <input type="text" value="texto"/>				Contactos: <input type="text" value="+593"/>									
Demanda según días de visita <input type="checkbox"/>				Demanda según frecuencia de visita <input type="checkbox"/>									
Lunes a viernes	0	Fines de semana	0	Días feriados	0	Permanente	<input type="checkbox"/>	Estacional	<input type="checkbox"/>	Esporádica	<input type="checkbox"/>	Inexistente	<input type="checkbox"/>
Observaciones: <input type="text" value="No se posee un dato exacto."/>													
12. RECURSO HUMANO SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>													
a. Número de personas a cargo de la administración y operación del atractivo <input checked="" type="checkbox"/>				1		d. Número de personas especializadas en turismo <input type="checkbox"/>				0			
e. Número de personas con nivel de instrucción (M): <input type="checkbox"/>		f. Número de personas capacitadas portemática (M) <input type="checkbox"/>		g. Número de personas que manejan algún de idiomas (M) <input type="checkbox"/>									
Primaria	0	Secundaria	0	Primeros Auxlios	0	Hospitalidad	0	Inglés	0	Alemán	0		
Tercer Nivel	0	Cuarto Nivel	0	Atención al Cliente	0	Guianza	0	Francés	0	Italiano	0		
Otro	<input type="text" value="texto"/>		Sensibilización de discapacidades	de	0	Otro	<input type="text" value="texto"/>	Chino	0	Otro	<input type="text" value="texto"/>		
Observaciones: <input type="text" value="texto"/>													
13. DESCRIPCION DEL ATRACTIVO (500 caracteres)													
<p>La fiesta en honor al Carmen sucede cada año con el apoyo de la comunidad y auspiciantes. La celebración consiste en presentaciones artísticas durante tres días y eventos recreacionales que involucra a los miembros de la familia. Este evento festivo es uno de los mas importantes de la parroquia Turi, su afluencia es similar a las festividades de parroquialización.</p>													



Fuente: Caceres, D. (2019). Fiestas de Carmen de Guzho. [Fotografía]. Recuperado de: eltiempo.com.ec/noticias/cuenca/2turi-prepara-fiestas-de-parroquializacion

b. Ubicación gráfica del Atractivo



Fuente: [google.com/search?svrf=ACYBGNT00u95ykyHXd2NX-R7u5AFZ5aQ:1573772310363&q=iglesia+de+Turi&tbm=isch&source=univ&svrf=ACYBGNT00u95ykyHXd2NX-R7u5AFZ5aQ:1573772310363&sa=X&ved=2blUKEwIPv5Dr5ud4bXHMjKHx_HAP0QsAP6BAqHEAF&biw=1366&bih=576#noir=bfEYcH1EYQhoyM](https://www.google.com/search?svrf=ACYBGNT00u95ykyHXd2NX-R7u5AFZ5aQ:1573772310363&q=iglesia+de+Turi&tbm=isch&source=univ&svrf=ACYBGNT00u95ykyHXd2NX-R7u5AFZ5aQ:1573772310363&sa=X&ved=2blUKEwIPv5Dr5ud4bXHMjKHx_HAP0QsAP6BAqHEAF&biw=1366&bih=576#noir=bfEYcH1EYQhoyM)

FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)

ELABORADO POR:		VALIDADO POR:		APROBADO POR:	
Apellido y Nombre	Celina Alvarrazin y Sandra Quinde	Apellido y Nombre		Apellido y Nombre	
Institución	Universidad de Cuenca	Institución		Institución	
Cargo	Estudiantes	Cargo		Cargo	
Correo Electrónico	sandra.quinde@ucl.ac.ec celina.alvarrazin@ucl.ac.ec	Correo Electrónico		Correo Electrónico	
Teléfono	0979506041	Teléfono		Teléfono	
Firma		Firma		Firma	
Fecha	30/10/2019	Fecha		Fecha	

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																	
Código del atractivo:	0	1	0	1	5	0	M	C	0	2	0	5	0	2	0	0	1
	Provincia		Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo		
1. DATOS GENERALES																	
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																	
FIESTA DE PARROQUIALIZACIÓN DE LA PARROQUIA TURI																	
1.2 Categoría				1.3 Tipo				1.4 Subtipo									
MANIFESTACIONES_CULTURALES				ACERVO_CULTURAL_Y_POPULAR				FERIAS Y MERCADOS									
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO																	
2.1 Provincia				2.2 Cantón				2.3 Parroquia									
AZUAY				CUENCA				TURI									
2.4 Barrio, Sector o Comuna				2.5 Calle Principal			2.6 Número		2.7 Transversal								
Turi Centro				Camino aTuri			S/N		Avenida MiradorTuri								
2.8 Latitud (grados decimales)				2.9 Longitud (grados decimales)				2.10 Altura (msnm)									
-2.93237				-79.02302				2.771									
2.11 Información del administrador																	
a. Tipo de Administrador: Público				b. Nombre de la Institución: Gobierno Autonomo Descentralizado													
c. Nombre del Administrador: Paul Pañ				d. Cargo que ocupa: Presidente													
e. Teléfono /Celular: (4593) 07 4151 987 / 07 4151 943				f. Correo Electrónico: gadpturi@hotmail.com													
Observaciones: Al ser considerada como un evento festivo parroquial, la organización, financiamiento y desarrollo esta a cargo del gobierno parroquial.																	
3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO																	
3.1 Características climatológicas <input checked="" type="checkbox"/>																	
a. Clima: Clima ecuatorial mesotérmico húmedo				b. Temperatura(°C): 12-20				c. Precipitación Pluviométrica (mm): 750-1000									
3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>																	
a. Cultura <input checked="" type="checkbox"/>				b. Naturaleza <input checked="" type="checkbox"/>				c. Aventura <input type="checkbox"/>									
3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico <input checked="" type="checkbox"/>																	
a. Prístino <input type="checkbox"/>				b. Primitivo <input type="checkbox"/>				c. Rústico Natural <input type="checkbox"/>				d. Rural <input type="checkbox"/>		e. Urbano <input checked="" type="checkbox"/>			
3.4 Ingreso al atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>																	
a. Tipo de Ingreso		b. Horario de Atención				c. Atención											
		Ingreso	Salida	Todos los días	Fines de semana y feriados	Solo días hábiles	Otro	Especificar									
Libre	<input checked="" type="checkbox"/>	0:00	0:00	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Febrero									
Restringido	<input type="checkbox"/>	0:00	0:00	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto									
Pagado	<input type="checkbox"/>	0:00	0:00	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto									
d. Maneja un sistema de reservas: <input type="checkbox"/>		f. Forma de Pago:		Efectivo <input type="checkbox"/>		Dinero Electrónico <input type="checkbox"/>		Depósito Bancario <input type="checkbox"/>		Tarjeta de Débito <input type="checkbox"/>							
e. Precio: Desde 0.00 Hasta 0.00				Tarjeta de Crédito <input type="checkbox"/>		Transferencia Bancaria <input type="checkbox"/>		Cheque <input type="checkbox"/>									
g. Meses recomendables de visita:				El mes de Febrero, es el mes de recomendación para visitar el atractivo													
Observaciones: Es una de las festividades de mayor importancia en la parroquia, el gobierno parroquial es el encargado de su organización y financiamiento, por tal motivo su gratuidad esta garantizada.																	

4. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO										SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	SA	<input type="checkbox"/>
a. Nombre de la ciudad o poblado más cercano (Que presente condiciones mínimas de servicios):										Cuenca					
b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano:		5	km	c. Tiempo estimado de desplazamiento en auto:		0:15	h:min	d. Coordenadas (grados decimales):		Lat: -2.897222	Long: -79.004444				
Observaciones:										La distancia y el tiempo son aproximados; se conduce por la autopista Cuenca Azogues hasta llegar a la Avenida Solano (sector Tres Puentes). El tiempo aproximado puede variar dependiendo del tráfico vehicular.					
4.2 Vías de Acceso (M)										<input checked="" type="checkbox"/>					
a. Terrestre (M)		<input checked="" type="checkbox"/>		Tipo de vía		Coordenada de inicio		Coordenada de fin		Distancia (km)		Tipo de material		Estado	
		a. Primer orden		<input type="checkbox"/>											
		b. Segundo orden		<input checked="" type="checkbox"/>		lat -2.922586, long -79.009812		lat -2.940444 long -79.010114		2		Asfalto		Bueno	
		c. Tercer orden		<input type="checkbox"/>											
Observaciones:										La cooperativa de transporte público Tombebamba S.A. brinda servicio desde la Av. Fray Vicente Solano, existe una parada de bus en el atractivo, además existe una cooperativa de taxis y una de transporte mixto que brindan el servicio a este sector de la parroquia.					
b. Acuático (U)		<input type="checkbox"/>		Marítimo		<input type="checkbox"/>		Puerto / Muelle de partida		texto		Estado			
		Lacustre		<input type="checkbox"/>		Puerto / Muelle de partida		texto		Estado					
		Fluvial		<input type="checkbox"/>		Puerto / Muelle de partida		texto		Estado					
Observaciones:										N/A					
c. Aéreo (U)		<input type="checkbox"/>		Nacional:		<input type="checkbox"/>		Internacional:		<input type="checkbox"/>					
Observaciones:										N/A					
4.3 Servicio de transporte (M)										<input checked="" type="checkbox"/>					
a. Bus		<input checked="" type="checkbox"/>		b. Buseta		<input type="checkbox"/>		c. Transporte 4x4		<input checked="" type="checkbox"/>		d. Taxi		<input type="checkbox"/>	
e. Moto taxi		<input type="checkbox"/>		f. Teleférico		<input type="checkbox"/>		g. Lancha		<input type="checkbox"/>		h. Bote		<input type="checkbox"/>	
i. Barco		<input type="checkbox"/>		j. Canoa		<input type="checkbox"/>		k. Avión		<input type="checkbox"/>		l. Avioneta		<input type="checkbox"/>	
m. Helicóptero		<input type="checkbox"/>		n. Otro		<input type="checkbox"/>		Especifique							
Observaciones:															
4.3.1 Detalle de transporte hacia el atractivo (M)										<input checked="" type="checkbox"/>					
a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio				b. Estación / terminal		c. Frecuencia				d. Detalle (Traslado origen / destino)					
						Diana	Semanal	Mensual	Eventual						
Cooperativa de Transporte Mixto Balcon Cuencano				Centro de Rehabilitación Social Turi		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		Se brinda servicio a toda la ciudad de Cuenca.				
Cooperativa de transporte público Tombebamba				Avenida Fray Vicente Solano		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		Avenida Fray Vicente Solano - Parroquia Turi				
						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						
						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						
						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						
4.4 Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad (M)										<input checked="" type="checkbox"/>					
General		<input type="checkbox"/>		Discapacidad Física		<input type="checkbox"/>		Discapacidad Visual		<input type="checkbox"/>		Discapacidad Auditiva		<input type="checkbox"/>	
Discapacidad Intelectual o Psicosocial		<input type="checkbox"/>		d. No es accesible		<input checked="" type="checkbox"/>									
Observaciones:										N/A					
4.5 Señalización										<input checked="" type="checkbox"/>					
a. Señalización de aproximación al atractivo				<input type="checkbox"/>		Estado (U)		Bueno		<input type="checkbox"/>		Regular		<input checked="" type="checkbox"/>	
Malo		<input checked="" type="checkbox"/>													
Observaciones:										La señalética existente solamente muestra el nombre de la iglesia.					

5. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS										SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	SA	<input type="checkbox"/>
5.1 Planta turística (M)										<input checked="" type="checkbox"/>					
a. En el Atractivo					b. En la ciudad o poblado cercano										
<input type="checkbox"/>					<input checked="" type="checkbox"/>										
Alojamiento	<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas	Alojamiento	<input checked="" type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas						
Hotel	<input type="checkbox"/>				Hotel	<input checked="" type="checkbox"/>	199								
Hostal	<input type="checkbox"/>				Hostal	<input checked="" type="checkbox"/>	122								
Hostería	<input type="checkbox"/>				Hostería	<input checked="" type="checkbox"/>	6								
Hacienda Turística	<input type="checkbox"/>				Hacienda Turística	<input type="checkbox"/>									
Lodge	<input type="checkbox"/>				Lodge	<input type="checkbox"/>									
Resort	<input type="checkbox"/>				Resort	<input type="checkbox"/>									
Refugio	<input type="checkbox"/>				Refugio	<input type="checkbox"/>									
Campamento Turístico	<input type="checkbox"/>				Campamento Turístico	<input type="checkbox"/>									
Casa de Huéspedes	<input type="checkbox"/>				Casa de Huéspedes	<input checked="" type="checkbox"/>	13								
Observaciones:					Observaciones: En el catastro de la ciudad de Cuenca no se encuentra detallado el número de plazas.										
Alimentos y bebidas	<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas	Alimentos y bebidas	<input checked="" type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas						
Restaurantes	<input type="checkbox"/>				Restaurantes	<input checked="" type="checkbox"/>	1037								
Cafeterías	<input type="checkbox"/>				Cafeterías	<input checked="" type="checkbox"/>	176								
Bares	<input type="checkbox"/>				Bares	<input checked="" type="checkbox"/>	270								
Fuentes de soda	<input type="checkbox"/>				Fuentes de soda	<input checked="" type="checkbox"/>	277								
Observaciones: Existen 11 establecimientos no registrados.					Observaciones: En el catastro de la ciudad de Cuenca no se encuentra detallado el número de plazas.										
Agencias de Viaje	<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas	Agencias de Viaje	<input checked="" type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas						
Mayoristas	<input type="checkbox"/>				Mayoristas	<input checked="" type="checkbox"/>	10								
Internacionales	<input type="checkbox"/>				Internacionales	<input checked="" type="checkbox"/>	44								
Operadoras	<input type="checkbox"/>				Operadoras	<input type="checkbox"/>	48								
Observaciones:					Observaciones:										
Guía	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	0	Guía	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	0				
<input type="checkbox"/>	0	0	0	Aventura	0	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Aventura	0				
Observaciones: No existen registros.					Observaciones: No existen registros										

5.2 Facilidades en el entorno al atractivo <input type="checkbox"/>								
Categoría (M)	Tipo (M)	Cantidad	Coordenadas	Administrador	Accesibilidad universal	Estado (U)		
						B	R	M
a. De apoyo a la gestión turística <input type="checkbox"/>	Punto de Información <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	I-Tur <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de interpretación <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de facilitación turística <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de recepción de visitantes <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. De observación y vigilancia <input type="checkbox"/>	Garitas de guardería <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Miradores <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Torres de avistamiento de aves <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Torres de vigilancia para salvavidas <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. De recorrido y descanso <input type="checkbox"/>	Senderos <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Estaciones de sombra y descanso <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Áreas de acampar <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Refugio de alta montaña <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. De servicio <input checked="" type="checkbox"/>	Baterías sanitarias <input checked="" type="checkbox"/>	1	-2.93237, -79.02302	Gobierno Autonomo Descentralizado Turi	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
	Estacionamientos <input checked="" type="checkbox"/>	15	-2.93237, -79.02303	Gobierno Autonomo Descentralizado Turi	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. Otros <input type="checkbox"/>		0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Observaciones:

5.3 Complementarios a la actividad turística (M) <input type="checkbox"/>								
a. En el Atractivo <input type="checkbox"/>					b. En la ciudad o poblado cercano <input type="checkbox"/>			
Alquiler y venta de equipo especializado <input type="checkbox"/>	Venta de artesanías y merchandising <input checked="" type="checkbox"/>				Alquiler y venta de equipo especializado <input checked="" type="checkbox"/>	Venta de artesanías y merchandising <input checked="" type="checkbox"/>		
Casa de cambio <input type="checkbox"/>	Cajero automático <input checked="" type="checkbox"/>	Otro <input checked="" type="checkbox"/>			Casa de cambio <input checked="" type="checkbox"/>	Cajero automático <input checked="" type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>	
Especifique: Alrededor de la iglesia se realiza la venta de artesanías y vegetales orgánicos.					Especifique: texto			

Observaciones: El punto de referencia es la ciudad de Cuenca.

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

6.1 Atractivo (U)

a. Conservado <input type="checkbox"/>	b. Alterado <input checked="" type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro <input checked="" type="checkbox"/>	d. Deteriorado <input checked="" type="checkbox"/>
--	---	--	--

Observaciones: El evento festivo se caracteriza por presentar actividades recreativas y de esparcimiento que caracterizan a la parroquia.

6.1.1 Factores de alteración y deterioro (M)

6.1.1.1 Naturales (M)	6.1.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)		
a. Erosión <input checked="" type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas <input checked="" type="checkbox"/>	b. Actividades forestales <input type="checkbox"/>	c. Actividades extractivas / minería <input type="checkbox"/>
b. Humedad <input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales <input type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono <input checked="" type="checkbox"/>	f. Huaquearías <input type="checkbox"/>
c. Desastres naturales <input type="checkbox"/>	g. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/>	h. Condiciones de uso y exposición <input type="checkbox"/>	i. Falta de mantenimiento <input type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna <input checked="" type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente <input type="checkbox"/>	k. Generación de residuos <input checked="" type="checkbox"/>	l. Expansión urbana <input type="checkbox"/>
e. Clima <input type="checkbox"/>	m. Conflicto político / social <input type="checkbox"/>	n. Desarrollo industrial / comercial <input type="checkbox"/>	o. Vandalismo <input checked="" type="checkbox"/>
Otro <input type="checkbox"/>	Especifique: texto		

Observaciones:

6.2 Entorno (U) <input type="checkbox"/>			
a. Conservado	<input type="checkbox"/>	b. Alterado	<input checked="" type="checkbox"/>
c. En proceso de deterioro	<input type="checkbox"/>	d. Deteriorado	<input checked="" type="checkbox"/>
Observaciones: El recurso turístico no presenta un entorno conservado producto de la aculturación.			
6.2.1 Factores de alteración y deterioro (M)			
6.2.1.1 Naturales (M)		6.2.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)	
a. Erosión	<input checked="" type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas	<input type="checkbox"/>
b. Humedad	<input type="checkbox"/>	b. Actividades forestales	<input type="checkbox"/>
c. Desastres naturales	<input type="checkbox"/>	c. Actividades extractivas / minería	<input type="checkbox"/>
d. Flora Fauna	<input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales	<input type="checkbox"/>
e. Clima	<input type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono	<input type="checkbox"/>
Otro	<input type="checkbox"/>	f. Huaquearías	<input type="checkbox"/>
Especifique: texto		g. Conflicto de tenencia	<input type="checkbox"/>
Observaciones:		h. Condiciones de uso y exposición	<input type="checkbox"/>
6.3. Declaratoria del espacio turístico asociado al atractivo <input type="checkbox"/>		i. Falta de mantenimiento	<input type="checkbox"/>
a. Declarante	texto	j. Contaminación del ambiente	<input type="checkbox"/>
b. Denominación	texto	k. Generación de residuos	<input type="checkbox"/>
b. Fecha de declaración:	texto	l. Expansión urbana	<input type="checkbox"/>
c. Alcance:	texto	m. Conflicto político / social	<input type="checkbox"/>
Observaciones: texto			
7. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> SA <input type="checkbox"/>			
7.1 Servicios Básicos <input checked="" type="checkbox"/>			
a. En el atractivo <input checked="" type="checkbox"/>		b. En la ciudad o poblado más cercano <input checked="" type="checkbox"/>	
Agua:	<input checked="" type="checkbox"/> Potable	Agua:	<input checked="" type="checkbox"/> Potable
Especifique: texto		Especifique:	
Energía eléctrica:	<input checked="" type="checkbox"/> Red eléctrica de servicio público	Energía eléctrica:	<input checked="" type="checkbox"/> Red eléctrica de servicio público
Especifique: texto		Especifique:	
Saneamiento:	<input checked="" type="checkbox"/> Red pública	Saneamiento:	<input checked="" type="checkbox"/> Red pública
Especifique: texto		Especifique:	
Disposición de desechos:	<input checked="" type="checkbox"/> Carro Reclector	Disposición de desechos:	<input checked="" type="checkbox"/> Carro Reclector
Especifique: texto		Especifique:	
Observaciones: texto			

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

7.4 Seguridad (M) <input checked="" type="checkbox"/>							
a. Privada	<input type="checkbox"/>	Detalle	texto				
b. Policía nacional	<input checked="" type="checkbox"/>		Se realiza patrullajes continuos programados por parte de la unidad de policia comunitaria de Turi.				
c. Policía metropolitana / Municipal	<input type="checkbox"/>		texto				
d. Otra	<input checked="" type="checkbox"/>		Los moradores del sector se encuentran organizados y vibiigilantes las 24 horas .				
Observaciones: A pocos metros del Mirador de Turi se encuentra una Unidad de Policia Comunitaria que se encarga de coordinar la seguridad de la parroquia.							
7.5 Servicio de comunicación de uso público (M) <input checked="" type="checkbox"/>							
a. En el atractivo <input checked="" type="checkbox"/>				b. En la ciudad o poblado mas cercano <input checked="" type="checkbox"/>			
Telefonía (M) <input type="checkbox"/>		Conexión a internet (M) <input type="checkbox"/>		Telefonía (M) <input checked="" type="checkbox"/>		Conexión a internet (M) <input checked="" type="checkbox"/>	
Fija <input checked="" type="checkbox"/>	Línea telefónica <input checked="" type="checkbox"/>	Fibra óptica <input type="checkbox"/>	Fija <input checked="" type="checkbox"/>	Línea telefónica <input checked="" type="checkbox"/>	Fibra óptica <input checked="" type="checkbox"/>		
Móvil <input checked="" type="checkbox"/>	Satélite <input type="checkbox"/>	Redes inalámbricas <input checked="" type="checkbox"/>	Móvil <input checked="" type="checkbox"/>	Satélite <input type="checkbox"/>	Redes inalámbricas <input checked="" type="checkbox"/>		
Satelital <input type="checkbox"/>	Telefonía móvil <input checked="" type="checkbox"/>		Satelital <input checked="" type="checkbox"/>	Telefonía móvil <input checked="" type="checkbox"/>			
Observaciones: Se toma como referencia la ciudad de Cuenca							
Radio portátil (U) <input type="checkbox"/>							
De uso exclusivo para el visitante <input type="checkbox"/>		De uso exclusivo para comunicación interna <input type="checkbox"/>		De uso exclusivo en caso de emergencia <input type="checkbox"/>			
Observaciones: No se presenta medios de comunicación exclusiva							
7.6 Multiamenazas (M) <input type="checkbox"/>							
Deslaves <input type="checkbox"/>		Sismos <input type="checkbox"/>		Erupciones volcánicas <input type="checkbox"/>		Incendios forestales <input checked="" type="checkbox"/>	
Sequía <input type="checkbox"/>		Inundaciones <input type="checkbox"/>		Aguajes <input type="checkbox"/>		Tsunami <input type="checkbox"/>	
¿Existe un plan de contingencia en caso de catástrofes? <input type="checkbox"/>		Institución que elaboró el documento: texto		Nombre del documento: texto		Año de elaboración: de 0	
Observaciones:							
8. POLÍTICAS Y REGULACIONES SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/>							
a. ¿El GAD cuenta con el Plan de Desarrollo Turístico Territorial?				SI <input type="checkbox"/>	NO <input checked="" type="checkbox"/>	Año de elaboración:	
b. ¿El atractivo se encuentra dentro de la planificación turística territorial (GAD 'S)?				SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	Especifique:	
Se encuentra dentro del plan operativo anual de la parroquia.							
c. ¿Existen normativas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?				SI <input type="checkbox"/>	NO <input checked="" type="checkbox"/>	Especifique:	
Actividades turísticas en áreas naturales (Ministerio del Ambiente)							
d. ¿Existen ordenanzas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?				SI <input type="checkbox"/>	NO <input checked="" type="checkbox"/>	Especifique:	
texto							
Observaciones: texto							
9. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U) SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/>							
9.1 ATRACTIVOS NATURALES (M) <input type="checkbox"/>							
9.1.1 En el Agua (M) <input type="checkbox"/>							
a. Buceo <input type="checkbox"/>	b. Kayak de mar <input type="checkbox"/>	c. Kayak lacustre <input type="checkbox"/>	d. Kayak de Río <input type="checkbox"/>	e. Surf <input type="checkbox"/>			
f. Kite surf <input type="checkbox"/>	g. Rafting <input type="checkbox"/>	h. Snorkel <input type="checkbox"/>	i. Tubing <input type="checkbox"/>	j. Regata <input type="checkbox"/>			
k. Paseo en panga <input type="checkbox"/>	l. Paseo en bote <input type="checkbox"/>	m. Paseo en lancha <input type="checkbox"/>	n. Paseo en moto acuática <input type="checkbox"/>	o. Parasailing <input type="checkbox"/>			
p. Esquí acuático <input type="checkbox"/>	q. Banana flotante <input type="checkbox"/>	r. Boya <input type="checkbox"/>	s. Pesca deportiva <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>	texto		
Observaciones: texto							

9.1.2 En el Aire (M) <input type="checkbox"/>		
a. Alas Delta <input type="checkbox"/>	b. Canopy <input type="checkbox"/> c. Parapente <input type="checkbox"/> d. Otro <input type="checkbox"/> texto	
Observaciones: texto		
9.1.3 En Superficie Terrestre (M) <input checked="" type="checkbox"/>		
a. Montañismo <input type="checkbox"/>	b. Escalada <input type="checkbox"/> c. Senderismo <input type="checkbox"/> d. Cicloturismo <input type="checkbox"/> e. Canyoning <input type="checkbox"/>	
f. Exploración de cuevas	g. Actividades Recreativas <input checked="" type="checkbox"/> h. Cabalgata <input type="checkbox"/> i. Caminata <input type="checkbox"/> j. Camping <input type="checkbox"/>	
k. Picnic <input type="checkbox"/>	l. Observación de flora y fauna <input type="checkbox"/> m. Observación de astros <input type="checkbox"/> n. Otro <input type="checkbox"/> texto	
Observaciones:		
9.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U) <input type="checkbox"/>		
9.2.1 Tangibles e intangibles <input checked="" type="checkbox"/>		
a. Recorridos guiados <input type="checkbox"/>	b. Recorrido autoguiados <input type="checkbox"/> c. Visita a talleres artísticos <input type="checkbox"/>	
h. Participación en talleres artísticos <input type="checkbox"/>	d. Visita a talleres artesanales <input type="checkbox"/> i. Participación en talleres artesanales <input type="checkbox"/>	
e. Exposiciones temáticas permanentes, temporales y eventuales <input checked="" type="checkbox"/>	f. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales. <input checked="" type="checkbox"/> i. Actividades vivenciales y/o lúdicas <input type="checkbox"/>	
g. Presentaciones o representaciones en vivo <input checked="" type="checkbox"/>	h. Muestras audiovisuales <input type="checkbox"/> g. Fotografía <input type="checkbox"/>	
j. Degustación de platos tradicionales <input checked="" type="checkbox"/>	l. Participación de la celebración <input checked="" type="checkbox"/> m. Compra de artesanías <input checked="" type="checkbox"/>	
n. Convivencia <input checked="" type="checkbox"/>	o. Medicina ancestral <input type="checkbox"/> Otro <input type="checkbox"/> texto	
Observaciones: texto		
10. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/>		
10.1. Medios de Promoción del Atractivo (M)		
¿Existe un plan de promoción turística cantonal? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> Especifique: texto		
¿El Atractivo se encuentra incluido en el plan de promoción turístico cantonal? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>		
Medio Promocional	Dirección y nombre de los medios promocionales	Periodicidad de la promoción
a. Página WEB <input type="checkbox"/>	URL: texto	Ninguna
b. Red Social <input type="checkbox"/>	Nombre: texto	Ninguna
c. Revistas Especializadas <input type="checkbox"/>	Nombre: texto	Ninguna
d. Material POP <input type="checkbox"/>	Nombre: texto	Ninguna
e. Oficina de Información Turística <input type="checkbox"/>	Nombre: texto	Ninguna
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa) <input type="checkbox"/>	Nombre: texto	Ninguna
g. Asistencia a ferias turísticas <input type="checkbox"/>	Nombre: texto	Ninguna
h. Otro <input type="checkbox"/>	Nombre: texto	Ninguna
Observaciones: texto		

10.2. El atractivo forma parte de una oferta establecida (paquete turístico)		SI <input type="checkbox"/>	NO <input checked="" type="checkbox"/>	Especifique: <input type="text" value="texto"/>		
Observaciones: <input type="text" value="texto"/>						
11. REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA (M)		SI <input type="checkbox"/>	NO <input checked="" type="checkbox"/>	S/I <input type="checkbox"/>		
11.1. Frecuencia de visita según datos estadísticos <input checked="" type="checkbox"/>						
a. ¿Posee un sistema de registro de visitantes? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> Tipo: Digital <input type="checkbox"/> Papel <input type="checkbox"/> Años de registro: <input type="text" value="0"/>						
b. ¿Se genera reporte de estadísticas de visita al atractivo? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> Frecuencia de los reportes: <input type="text" value="Ninguna"/>						
c. Temporalidad de visita al atractivo						
Alta (meses) <input type="checkbox"/>	Especifique	<input type="text" value="texto"/>		Número de visitantes: <input type="text" value="0"/>		
Baja (meses) <input type="checkbox"/>		<input type="text" value="texto"/>		Número de visitantes: <input type="text" value="0"/>		
d. Llegada de turistas						
<input type="checkbox"/> Turista nacional	Llegadas mensuales	Total anual	<input type="checkbox"/> Turista extranjero	Llegadas mensuales	Total Anual	
Ciudades de origen	<input type="text" value="texto"/>	<input type="text" value="0"/>	<input type="text" value="0"/>	Países de origen	<input type="text" value="0"/>	
	<input type="text" value="texto"/>	<input type="text" value="0"/>	<input type="text" value="0"/>		<input type="text" value="0"/>	
	<input type="text" value="texto"/>	<input type="text" value="0"/>	<input type="text" value="0"/>		<input type="text" value="0"/>	
Observaciones: <input type="text" value="texto"/>						
11.2. Frecuencia de visita según informantes clave <input type="checkbox"/>						
Nombre del Informante Clave: <input type="text" value="texto"/>		Contactos: <input type="text" value="(+552)"/>				
Demanda según días de visita <input type="checkbox"/>		Demanda según frecuencia de visita <input type="checkbox"/>				
Lunes a viernes <input type="text" value="0"/>	Fines de semana <input type="text" value="0"/>	Días feriados <input type="text" value="0"/>	Permanente <input type="checkbox"/>	Estacional <input type="checkbox"/>	Esporádica <input type="checkbox"/>	Inexistente <input type="checkbox"/>
Observaciones: <input type="text" value="texto"/>						
12. RECURSO HUMANO		SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	S/I <input type="checkbox"/>		
a. Número de personas a cargo de la administración y operación del atractivo <input type="checkbox"/>		<input type="text" value="1"/>	d. Número de personas especializadas en turismo <input type="checkbox"/>			
e. Número de personas con nivel de instrucción (M): <input type="checkbox"/>		f. Número de personas capacitadas por temática (M) <input type="checkbox"/>		g. Número de personas que manejan algún de idiomas (M) <input type="checkbox"/>		
Primaria <input type="text" value="0"/>	Secundaria <input type="text" value="0"/>	Primeros Auxilios <input type="text" value="0"/>	Hospitalidad <input type="text" value="0"/>	Inglés <input type="text" value="0"/>	Alemán <input type="text" value="0"/>	
Tercer Nivel <input type="text" value="0"/>	Cuarto Nivel <input type="text" value="0"/>	Atención al Cliente <input type="text" value="0"/>	Guianza <input type="text" value="0"/>	Francés <input type="text" value="0"/>	Italiano <input type="text" value="0"/>	
Otro <input type="text" value="texto"/>	Sensibilización de discapacidades <input type="text" value="0"/>	Otro <input type="text" value="texto"/>	Chino <input type="text" value="0"/>	Otro <input type="text" value="texto"/>		
Observaciones: <input type="text" value="texto"/>						
13. DESCRIPCION DEL ATRACTIVO (500 caracteres)						
La fiesta de parroquialización es un evento festivo que involucra a todas las comunidades, pues se desarrollan diversas actividades como representaciones artísticas en vivo, danzas, degustación de platos típicos y la elección de la Cholta Turisense en donde las comunidades participan con su representante. Es un momento festivo presente desde la creación de la parroquia.						

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																	
Código del atractivo:	0	3	0	2	5	0	A	N	0	1	0	3	0	2	0	0	1
	Provincia		Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo		
1. DATOS GENERALES																	
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																	
Fiesta de San Agustín																	
1.2 Categoría				1.3 Tipo				1.4 Subtipo									
MANIFESTACIONES_CULTURALES				ACERVO_CULTURAL_Y_POPULAR				FERIAS Y MERCADOS									
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO																	
2.1 Provincia				2.2 Cantón				2.3 Parroquia									
AZUAY				CUENCA				TURI									
2.4 Barrio, Sector o Comuna				2.5 Calle Principal			2.6 Número		2.7 Transversal								
Punta Corral				Via Punta Corral			S/N		S/N								
2.8 Latitud (grados decimales)				2.9 Longitud (grados decimales)				2.10 Altura (msnm)									
-2.564125				-79.1383				2.771									
2.11 Información del administrador																	
a. Tipo de Administrador: Público				b. Nombre de la Institución: Casa Misionera													
c. Nombre del Administrador: Alfonso Yunga				d. Cargo que ocupa: Cindico													
e. Teléfono / Celular: (+593) 41 00697				f. Correo Electrónico:													
Observaciones:																	
3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO																	
3.1 Características climatológicas <input checked="" type="checkbox"/>																	
a. Clima: Clima ecuatorial mesotérmico húmedo				b. Temperatura(°C): 12-20				c. Precipitación Pluviométrica (mm): 750-1000									
3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>																	
a. Cultura <input checked="" type="checkbox"/>				b. Naturaleza <input checked="" type="checkbox"/>				c. Aventura <input type="checkbox"/>									
3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico <input checked="" type="checkbox"/>																	
a. Prístino <input type="checkbox"/>				b. Primitivo <input type="checkbox"/>				c. Rústico Natural <input type="checkbox"/>				d. Rural <input type="checkbox"/>		e. Urbano <input checked="" type="checkbox"/>			
3.4 Ingreso al atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>																	
a. Tipo de Ingreso		b. Horario de Atención			c. Atención												
		Ingreso	Salida	Todos los días	Fines de semana y feriados	Solo días hábiles	Otro	Especificar									
Libre	<input checked="" type="checkbox"/>	0:00	0:00	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>									
Restringido	<input type="checkbox"/>	0:00	0:00	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto								
Pagado	<input type="checkbox"/>	0:00	0:00	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto								
d. Maneja un sistema de reservas: <input type="checkbox"/>		e. Precio: Desde 0,00 Hasta 0,00		f. Forma de Pago:		Efectivo	<input type="checkbox"/>	Dinero Electrónico	<input type="checkbox"/>	Depósito Bancario	<input type="checkbox"/>	Tarjeta de Débito	<input type="checkbox"/>				
				Tarjeta de Crédito		<input type="checkbox"/>	Transferencia Bancaria		<input type="checkbox"/>	Cheque		<input type="checkbox"/>					
g. Meses recomendables de visita:																	
Observaciones: Es un espacio público cuyos horarios son definidos por la Casa Misionera, mayoritariamente la visitación se incrementa en horarios de eucaristía y fines de semana. El lugar no posee un sistema de cobro o reservas.																	

4. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO										SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	SA	<input type="checkbox"/>		
a. Nombre de la ciudad o poblado más cercano (Que presente condiciones mínimas de servicios):										Ciudad de Cuenca							
b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano:		5	km	c. Tiempo estimado de desplazamiento en auto:		0.15	h/min	d. Coordenadas (grados decimales):		Lat: -2.899019	Long.: -79.0092502						
Observaciones: La distancia y el tiempo son aproximados y se toma como referencia el Mall del Río, siguiendo la ruta Punta Corral - Autopista.																	
4.2 Vías de Acceso (M) <input checked="" type="checkbox"/>																	
a. Terrestre (M) <input checked="" type="checkbox"/>		Tipo de vía		Coordenada de inicio		Coordenada de fin		Distancia (km)		Tipo de material		Estado					
		a. Primer orden		<input type="checkbox"/>													
		b. Segundo orden		<input checked="" type="checkbox"/>		latitud -2.9435588 longitud -79.0195784		latitud -2.899019 longitud -79.0092502		5		Asfalto		Bueno			
		c. Tercer orden		<input type="checkbox"/>													
Observaciones: La cooperativa de transporte público 10 de Agosto S.A. brinda servicio desde la Calle Larga y Tarqui, existe una parada de bus en el atractivo; existe una cooperativa de transporte mixto que brindan el servicio a este sector de la parroquia.																	
b. Acuático (U) <input type="checkbox"/>		Marítimo		<input type="checkbox"/>		Puerto / Muelle de partida		texto		Estado		Puerto / Muelle de Llegada		texto		Estado	
		Lacustre		<input type="checkbox"/>		Puerto / Muelle de partida		texto				Puerto / Muelle de Llegada		texto			
		Fluvial		<input type="checkbox"/>		Puerto / Muelle de partida		texto				Puerto / Muelle de Llegada		texto			
Observaciones: N/A																	
c. Aéreo (U) <input type="checkbox"/>		Nacional:				<input type="checkbox"/>		Internacional:				<input type="checkbox"/>					
Observaciones: N/A																	
4.3 Servicio de transporte (M) <input checked="" type="checkbox"/>																	
a. Bus <input checked="" type="checkbox"/>		b. Buseta <input type="checkbox"/>		c. Transporte 4x4 <input checked="" type="checkbox"/>		d. Taxi <input type="checkbox"/>		e. Moto taxi <input type="checkbox"/>		f. Teleférico <input type="checkbox"/>							
g. Lancha <input type="checkbox"/>		h. Bote <input type="checkbox"/>		i. Barco <input type="checkbox"/>		j. Canoa <input type="checkbox"/>		k. Avión <input type="checkbox"/>		l. Avioneta <input type="checkbox"/>							
m. Helicóptero <input type="checkbox"/>		n. Otro <input type="checkbox"/>		Especifique													
Observaciones:																	
4.3.1 Detalle de transporte hacia el atractivo (M) <input checked="" type="checkbox"/>																	
a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio				b. Estación / terminal		c. Frecuencia				d. Detalle (Traslado origen / destino)							
						Diaria		Semanal		Mensual		Eventual					
Cooperativa de Transporte Mixto San Agustín				Sector Cinco Esquinas		<input checked="" type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>					
Cooperativa de transporte público 10 de Agosto				Mercado 10 de Agosto		<input checked="" type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>					
						<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>					
						<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>					
						<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>					
4.4 Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad (M) <input checked="" type="checkbox"/>																	
General <input type="checkbox"/>		Discapacidad Física <input type="checkbox"/>		Discapacidad Visual <input type="checkbox"/>		Discapacidad Auditiva <input type="checkbox"/>		Discapacidad Intelectual o Psicosocial <input type="checkbox"/>		d. No es accesible <input checked="" type="checkbox"/>							
Observaciones: N/A																	
4.5 Señalización <input checked="" type="checkbox"/>																	
a. Señalización de aproximación al atractivo <input type="checkbox"/>				Estado (U)		Bueno <input type="checkbox"/>		Regular <input checked="" type="checkbox"/>		Malo <input checked="" type="checkbox"/>							
Observaciones: La señalética existente solamente muestra el nombre de la iglesia.																	

5. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS										SI	NO	SA	
5.1 Planta turística (M)										<input checked="" type="checkbox"/>			
a. En el Atractivo					<input type="checkbox"/>	b. En la ciudad o poblado cercano					<input checked="" type="checkbox"/>		
Alojamiento		<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados		Número de Plazas	Alojamiento		<input checked="" type="checkbox"/>	Establecimientos registrados		Número de Habitaciones	Número de Plazas	
Hotel	<input type="checkbox"/>					Hotel	<input checked="" type="checkbox"/>	199					
Hostal	<input type="checkbox"/>					Hostal	<input checked="" type="checkbox"/>	122					
Hostería	<input type="checkbox"/>					Hostería	<input checked="" type="checkbox"/>	6					
Hacienda Turística	<input type="checkbox"/>					Hacienda Turística	<input type="checkbox"/>						
Lodge	<input type="checkbox"/>					Lodge	<input type="checkbox"/>						
Resort	<input type="checkbox"/>					Resort	<input type="checkbox"/>						
Refugio	<input type="checkbox"/>					Refugio	<input type="checkbox"/>						
Campamento Turístico	<input type="checkbox"/>					Campamento Turístico	<input type="checkbox"/>						
Casa de Huéspedes	<input type="checkbox"/>					Casa de Huéspedes	<input checked="" type="checkbox"/>	13					
Observaciones:					Observaciones: En el catastro de la ciudad de Cuenca no se encuentra detallado el número de plazas.								
Alimentos y bebidas		<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados		Número de Mesas	Número de Plazas	Alimentos y bebidas		<input checked="" type="checkbox"/>	Establecimientos registrados		Número de Mesas	Número de Plazas
Restaurantes	<input type="checkbox"/>						Restaurantes	<input checked="" type="checkbox"/>	1037				
Cafeterías	<input type="checkbox"/>						Cafeterías	<input checked="" type="checkbox"/>	176				
Bares	<input type="checkbox"/>						Bares	<input checked="" type="checkbox"/>	270				
Fuentes de soda	<input type="checkbox"/>						Fuentes de soda	<input checked="" type="checkbox"/>	277				
Observaciones:					Observaciones: En el catastro de la ciudad de Cuenca no se encuentra detallado el número de plazas.								
Agencias de Viaje		<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados		Agencias de Viaje		<input checked="" type="checkbox"/>	Establecimientos registrados					
Mayoristas	<input type="checkbox"/>				Mayoristas	<input checked="" type="checkbox"/>			10				
Internacionales	<input type="checkbox"/>				Internacionales	<input checked="" type="checkbox"/>			44				
Operadoras	<input type="checkbox"/>				Operadoras	<input type="checkbox"/>			48				
Observaciones:					Observaciones:								
Guía	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	0	Guía	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	0		
<input type="checkbox"/>	0	0	0	Aventura	0	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Aventura	0		
Observaciones: No existen registros.					Observaciones: No existen registros								

5.2 Facilidades en el entorno al atractivo <input type="checkbox"/>									
Categoría (M)	Tipo (M)	Cantidad	Coordenadas	Administrador	Accesibilidad universal	Estado (U)			
						B	R	M	
a. De apoyo a la gestión turística <input type="checkbox"/>	Punto de Información <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	I-Tur <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Centro de interpretación <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Centro de facilitación turística <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Centro de recepción de visitantes <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
b. De observación y vigilancia <input type="checkbox"/>	Garitas de guardería <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Miradores <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Torres de avistamiento de aves <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Torres de vigilancia para salvavidas <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
c. De recorrido y descanso <input type="checkbox"/>	Senderos <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Estaciones de sombra y descanso <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Áreas de acampar <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Refugio de alta montaña <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
d. De servicio <input checked="" type="checkbox"/>	Baterías sanitarias <input checked="" type="checkbox"/>	1	2	Gobierno Autonomo Descentralizado Turi	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
	Estacionamientos <input checked="" type="checkbox"/>	15	30	Gobierno Autonomo Descentralizado Turi	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
e. Otros <input type="checkbox"/>		0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Observaciones: El uso de las baterías sanitarias es restringido. Disponible solo los fines de semana en horas determinadas.									
5.3 Complementarios a la actividad turística (M) <input type="checkbox"/>									
a. En el Atractivo <input type="checkbox"/>					b. En la ciudad o poblado cercano <input type="checkbox"/>				
Alquiler y venta de equipo especializado <input type="checkbox"/>	Venta de artesanías y merchandising <input type="checkbox"/>				Alquiler y venta de equipo especializado <input checked="" type="checkbox"/>	Venta de artesanías y merchandising <input checked="" type="checkbox"/>			
Casa de cambio <input type="checkbox"/>	Cajero automático <input type="checkbox"/>	Otro <input checked="" type="checkbox"/>			Casa de cambio <input checked="" type="checkbox"/>	Cajero automático <input checked="" type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>		
Especifique:					Especifique: texto				
Observaciones: El punto de referencia es la ciudad de Cuenca.									
6. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO/ENTORNO <input checked="" type="checkbox"/>									
6.1 Atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>									
a. Conservado <input type="checkbox"/>	b. Alterado <input checked="" type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/>	d. Deteriorado <input checked="" type="checkbox"/>						
Observaciones: El interior y exterior se encuentra correctamente iluminado, como producto de la última adecuación del lugar.									
6.1.1 Factores de alteración y deterioro (M)									
6.1.1.1 Naturales (M)					6.1.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)				
a. Erosión <input type="checkbox"/>	b. Humedad <input type="checkbox"/>	c. Desastres naturales <input type="checkbox"/>	d. Flora/Fauna <input checked="" type="checkbox"/>	e. Clima <input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas <input checked="" type="checkbox"/>	b. Actividades forestales <input type="checkbox"/>	c. Actividades extractivas / minería <input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales <input type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono <input checked="" type="checkbox"/>
					f. Huaquearías <input type="checkbox"/>	g. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/>	h. Condiciones de uso y exposición <input type="checkbox"/>	i. Falta de mantenimiento <input type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente <input type="checkbox"/>
					k. Generación de residuos <input checked="" type="checkbox"/>	l. Expansión urbana <input type="checkbox"/>	m. Conflicto político / social <input type="checkbox"/>	n. Desarrollo industrial / comercial <input type="checkbox"/>	o. Vandalismo <input type="checkbox"/>
Otro <input type="checkbox"/>					Especifique: texto				
Observaciones:									

6.2 Entorno (U) <input checked="" type="checkbox"/>			
a. Conservado	<input type="checkbox"/>	b. Alterado	<input checked="" type="checkbox"/>
c. En proceso de deterioro	<input type="checkbox"/>	d. Deteriorado	<input checked="" type="checkbox"/>
Observaciones: El recurso turístico no presenta un entorno conservado producto de la expansión urbanística.			
6.2.1 Factores de alteración y deterioro (M)			
6.2.1.1 Naturales (M)		6.2.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)	
a. Erosión	<input checked="" type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas	<input type="checkbox"/>
b. Humedad	<input type="checkbox"/>	b. Actividades forestales	<input type="checkbox"/>
c. Desastres naturales	<input type="checkbox"/>	c. Actividades extractivas / minería	<input type="checkbox"/>
d. Flora Fauna	<input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales	<input type="checkbox"/>
e. Clima	<input type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono	<input type="checkbox"/>
		f. Huaquearías	<input type="checkbox"/>
		g. Conflicto de tenencia	<input type="checkbox"/>
		h. Condiciones de uso y exposición	<input type="checkbox"/>
		i. Falta de mantenimiento	<input type="checkbox"/>
		j. Contaminación del ambiente	<input type="checkbox"/>
		k. Generación de residuos	<input type="checkbox"/>
		l. Expansión urbana	<input type="checkbox"/>
		m. Conflicto político / social	<input type="checkbox"/>
		n. Desarrollo industrial / comercial	<input checked="" type="checkbox"/>
		o. Vandalismo	<input type="checkbox"/>
Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique: texto	
Observaciones: El recurso turístico no presenta un entorno conservado producto de la expansión urbanística.			
6.3. Declaratoria del espacio turístico asociado al atractivo <input type="checkbox"/>			
a. Declarante	texto	b. Denominación	texto
b. Fecha de declaración:	texto	c. Alcance:	texto
Observaciones: texto			
7. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> SA <input type="checkbox"/>			
7.1 Servicios Básicos <input checked="" type="checkbox"/>			
a. En el atractivo <input checked="" type="checkbox"/>		b. En la ciudad o poblado más cercano <input checked="" type="checkbox"/>	
Agua:	<input checked="" type="checkbox"/> Potable	Agua:	<input checked="" type="checkbox"/> Potable
Especifique: texto		Especifique:	
Energía eléctrica:	<input checked="" type="checkbox"/> Red eléctrica de servicio público	Energía eléctrica:	<input checked="" type="checkbox"/> Red eléctrica de servicio público
Especifique: texto		Especifique:	
Saneamiento:	<input checked="" type="checkbox"/> Red pública	Saneamiento:	<input checked="" type="checkbox"/> Red pública
Especifique: texto		Especifique:	
Disposición de desechos:	<input checked="" type="checkbox"/> Camión Recolector	Disposición de desechos:	<input checked="" type="checkbox"/> Camión Recolector
Especifique: texto		Especifique:	
Observaciones: texto			

7.2 Señalética en el atractivo <input type="checkbox"/>								
7.2.1 Ambiente	7.2.2. Tipo	7.2.3. Materialidad				7.2.4. Estado		
		a. Madera	b. Aluminio	c. Otro	Especifique	B	R	M
En áreas urbanas <input type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	texto	L	L	L
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	texto	L	L	L
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de atractivos turísticos	0	0	0	texto	L	L	L
	Tótems de sitio	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems direccionales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
En áreas naturales <input type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	0	0	0	texto	L	L	L
	Señales turísticas de aproximación	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Paneles de direccionamiento hacia atractivos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de atractivos	0	0	0	texto	L	L	L
	Panel informativo de direccionamiento hacia atractivos, servicios y actividades	0	0	0	texto	L	L	L
	Mesas interpretativas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótem de sitio	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tótem de direccionamiento	0	0	0	texto	L	L	L	
Letreros informativos <input type="checkbox"/>	De información botánica	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Normativos de concienciación	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Señalética interna de seguridad <input type="checkbox"/>	Protección de los elementos del atractivo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otros <input type="checkbox"/>	texto							
Observaciones: El atractivo no posee señalética								
7.3 Salud (más cercano) (M) <input type="checkbox"/>								
a. En el atractivo <input type="checkbox"/>				b. En la ciudad o poblado más cercano <input checked="" type="checkbox"/>				
Hospital o Clínica <input type="checkbox"/>	Cantidad	0	Hospital o Clínica <input checked="" type="checkbox"/>	Cantidad	0			
Puesto / Centro de salud <input type="checkbox"/>		0	Puesto / Centro de salud <input checked="" type="checkbox"/>		0			
Dispensario médico <input checked="" type="checkbox"/>		1	Dispensario médico <input checked="" type="checkbox"/>		0			
Botiquín de primeros auxilios <input type="checkbox"/>		0	Botiquín de primeros auxilios <input checked="" type="checkbox"/>		0			
Otros <input type="checkbox"/>		0	Otros <input type="checkbox"/>		0			
Observaciones: Se toma como referencia a la ciudad de Cuenca por su cercanía al atractivo.								

7.4 Seguridad (M) <input checked="" type="checkbox"/>							
a. Privada	<input type="checkbox"/>	Detalle	texto				
b. Policía nacional	<input checked="" type="checkbox"/>		Se realiza patrullajes continuos programados por parte de la unidad de policia comunitaria de Turi.				
c. Policía metropolitana / Municipal	<input type="checkbox"/>		texto				
d. Otra	<input checked="" type="checkbox"/>		Los moradores del sector se encuentran organizados y vibiigilantes las 24 horas .				
Observaciones: texto							
7.5 Servicio de comunicación de uso público (M) <input type="checkbox"/>							
a. En el atractivo <input type="checkbox"/>				b. En la ciudad o poblado mas cercano <input checked="" type="checkbox"/>			
Telefonía (M) <input type="checkbox"/>		Conexión a internet (M) <input type="checkbox"/>		Telefonía (M) <input checked="" type="checkbox"/>		Conexión a internet (M) <input checked="" type="checkbox"/>	
Fija	<input type="checkbox"/>	Línea telefónica	<input type="checkbox"/>	Fibra óptica	<input type="checkbox"/>	Fija	<input checked="" type="checkbox"/>
Móvil	<input checked="" type="checkbox"/>	Satélite	<input type="checkbox"/>	Redes inalámbricas	<input checked="" type="checkbox"/>	Móvil	<input checked="" type="checkbox"/>
Satélital	<input type="checkbox"/>	Telefonía móvil		<input checked="" type="checkbox"/>	Satélital	<input checked="" type="checkbox"/>	Telefonía móvil
Observaciones: Se toma como referencia la ciudad de Cuenca							
Radio portátil (U) <input type="checkbox"/>							
De uso exclusivo para el visitante		<input type="checkbox"/>	De uso exclusivo para comunicación interna		<input type="checkbox"/>	De uso exclusivo en caso de emergencia	
Observaciones: No se presenta medios de comunicación exclusiva							
7.6 Multiamenazas (M) <input type="checkbox"/>							
Deslaves		<input type="checkbox"/>	Sismos		<input type="checkbox"/>	Erupciones volcánicas	
Sequía		<input type="checkbox"/>	Inundaciones		<input type="checkbox"/>	Aguajes	
¿Existe un plan de contingencia en caso de catástrofes?		<input type="checkbox"/>	Institución que elaboró el documento.		texto	Nombre del documento: texto Año de elaboración: <input type="text" value="0"/>	
Observaciones:							
8. POLÍTICAS Y REGULACIONES SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/>							
a. ¿El GAD cuenta con el Plan de Desarrollo Turístico Territorial?				SI <input type="checkbox"/>	NO <input checked="" type="checkbox"/>	Año de elaboración: <input type="text"/>	
b. ¿El atractivo se encuentra dentro de la planificación turística territorial (GAD'S)?				SI <input type="checkbox"/>	NO <input checked="" type="checkbox"/>	Especifique:	
texto							
c. ¿Existen normativas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?				SI <input type="checkbox"/>	NO <input checked="" type="checkbox"/>	Especifique:	
Actividades turísticas en áreas naturales (Ministerio del Ambiente)							
d. ¿Existen ordenanzas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?				SI <input type="checkbox"/>	NO <input checked="" type="checkbox"/>	Especifique:	
texto							
Observaciones: texto							
9. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U) SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/>							
9.1 ATRACTIVOS NATURALES (M) <input type="checkbox"/>							
9.1.1 En el Agua (M) <input type="checkbox"/>							
a. Buceo	<input type="checkbox"/>	b. Kayak de mar	<input type="checkbox"/>	c. Kayak lacustre	<input type="checkbox"/>	d. Kayak de Río	<input type="checkbox"/>
e. Surf	<input type="checkbox"/>	f. Kite surf	<input type="checkbox"/>	g. Rafting	<input type="checkbox"/>	h. Snorkel	<input type="checkbox"/>
i. Tubing	<input type="checkbox"/>	j. Regata	<input type="checkbox"/>	k. Paseo en panga	<input type="checkbox"/>	l. Paseo en bote	<input type="checkbox"/>
m. Paseo en lancha	<input type="checkbox"/>	n. Paseo en moto acuática	<input type="checkbox"/>	o. Parasailing	<input type="checkbox"/>	p. Esquí acuático	<input type="checkbox"/>
q. Banana flotante	<input type="checkbox"/>	r. Boya	<input type="checkbox"/>	s. Pesca deportiva	<input type="checkbox"/>	Otro	<input type="checkbox"/> texto
Observaciones: texto							

9.1.2 En el Aire (M) <input type="checkbox"/>		
a. Alas Delta <input type="checkbox"/>	b. Canopy <input type="checkbox"/> c. Parapente <input type="checkbox"/> d. Otro <input type="checkbox"/> texto	
Observaciones: texto		
9.1.3 En Superficie Terrestre (M) <input type="checkbox"/>		
a. Montañismo <input type="checkbox"/>	b. Escalada <input type="checkbox"/> c. Senderismo <input type="checkbox"/> d. Cicloturismo <input type="checkbox"/> e. Canyoning <input type="checkbox"/>	
f. Exploración de cuevas	g. Actividades Recreativas <input type="checkbox"/> h. Cabalgata <input type="checkbox"/> i. Caminata <input type="checkbox"/> j. Camping <input type="checkbox"/>	
k. Picnic <input type="checkbox"/>	l. Observación de flora y fauna <input type="checkbox"/> m. Observación de astros <input type="checkbox"/> n. Otro <input type="checkbox"/> texto	
Observaciones:		
9.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U) <input type="checkbox"/>		
9.2.1 Tangibles e intangibles <input type="checkbox"/>		
a. Recorridos guiados <input type="checkbox"/>	b. Recorrido autoguiados <input type="checkbox"/> c. Visita a talleres artísticos <input type="checkbox"/>	
h. Participación en talleres artísticos <input type="checkbox"/>	d. Visita a talleres artesanales <input type="checkbox"/> i. Participación en talleres artesanales <input type="checkbox"/>	
e. Exposiciones temáticas permanentes, temporales y eventuales <input type="checkbox"/>	f. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales. <input type="checkbox"/> i. Actividades vivenciales y/o lúdicas <input type="checkbox"/>	
g. Presentaciones o representaciones en vivo <input type="checkbox"/>	h. Muestras audiovisuales <input type="checkbox"/> g. Fotografía <input type="checkbox"/>	
j. Degustación de platos tradicionales <input type="checkbox"/>	l. Participación de la celebración <input type="checkbox"/> m. Compra de artesanías <input type="checkbox"/>	
n. Convivencia <input type="checkbox"/>	o. Medicina ancestral <input type="checkbox"/> Otro <input type="checkbox"/> texto	
Observaciones: texto		
10. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/>		
10.1. Medios de Promoción del Atractivo (M)		
¿Existe un plan de promoción turística cantonal? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> Especifique: texto		
¿El Atractivo se encuentra incluido en el plan de promoción turístico cantonal? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>		
Medio Promocional	Dirección y nombre de los medios promocionales	Periodicidad de la promoción
a. Página WEB <input type="checkbox"/>	URL: texto	Ninguna
b. Red Social <input type="checkbox"/>	Nombre: texto	Ninguna
c. Revistas Especializadas <input type="checkbox"/>	Nombre: texto	Ninguna
d. Material POP <input type="checkbox"/>	Nombre: texto	Ninguna
e. Oficina de Información Turística <input type="checkbox"/>	Nombre: texto	Ninguna
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa) <input type="checkbox"/>	Nombre: texto	Ninguna
g. Asistencia a ferias turísticas <input type="checkbox"/>	Nombre: texto	Ninguna
h. Otro <input type="checkbox"/>	Nombre: texto	Ninguna
Observaciones: texto		

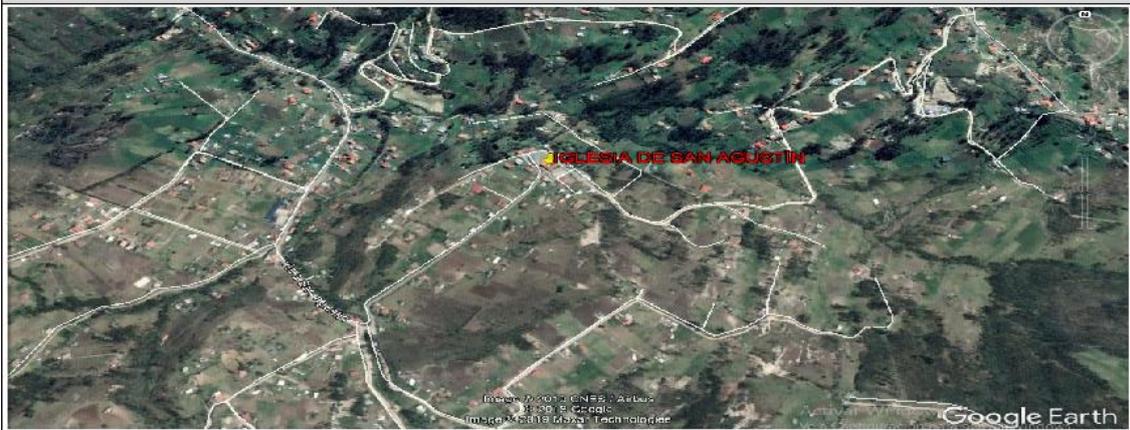
10.2. El atractivo forma parte de una oferta establecida (paquete turístico)		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique: texto							
Observaciones: texto													
11. REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA (M)		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I <input type="checkbox"/>							
11.1. Frecuencia de visita según datos estadísticos <input checked="" type="checkbox"/>													
a. ¿Posee un sistema de registro de visitantes?		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	Tipo: Digital <input type="checkbox"/> Papel <input type="checkbox"/> Años de registro: 0							
b. ¿Se genera reporte de estadísticas de visita al atractivo?		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	Frecuencia de los reportes: Ninguna							
c. Temporalidad de visita al atractivo													
Alta (meses)	<input type="checkbox"/>	Especifique	texto			Número de visitantes	0						
Baja (meses)	<input type="checkbox"/>		texto			Número de visitantes	0						
d. Llegada de turistas													
<input type="checkbox"/>	Turista nacional	Llegadas mensuales	Total anual	<input type="checkbox"/>	Turista extranjero	Llegadas mensuales	Total Anual						
Ciudades de origen	texto	0	0	Países de origen	texto	0	0						
	texto	0	0		texto	0	0						
	texto	0	0		texto	0	0						
Observaciones: texto													
11.2. Frecuencia de visita según informantes clave <input type="checkbox"/>													
Nombre del Informante Clave:		texto			Contactos:	(+593)							
Demanda según días de visita <input type="checkbox"/>				Demanda según frecuencia de visita <input type="checkbox"/>									
Lunes a viernes	0	Fines de semana	0	Días feriados	0	Permanente	<input type="checkbox"/>	Estacional	<input type="checkbox"/>	Esporádica	<input type="checkbox"/>	Inexistente	<input type="checkbox"/>
Observaciones: texto													
12. RECURSO HUMANO		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I <input type="checkbox"/>							
a. Número de personas a cargo de la administración y operación del atractivo		<input checked="" type="checkbox"/>		1	d. Número de personas especializadas en turismo <input type="checkbox"/> 0								
e. Número de personas con nivel de instrucción (M): <input type="checkbox"/>		f. Número de personas capacitadas por temática (M): <input type="checkbox"/>		g. Número de personas que manejan algún de idiomas (M): <input type="checkbox"/>									
Primaria	0	Secundaria	0	Primeros Auxilios	0	Hospitalidad	0	Inglés	0	Alemán	0		
Tercer Nivel	0	Cuarto Nivel	0	Atención al Cliente	0	Guianza	0	Francés	0	Italiano	0		
Otro	texto		Sensibilización de discapacidades	de	0	Otro	texto	Chino	0	Otro	texto		
Observaciones: texto													
13. DESCRIPCION DEL ATRACTIVO (500 caracteres)													
<p>Cada año en la comunidad de Punta Corral se realiza la festividad en honor al Santísimo de San Agustín, evento popularmente conocido como la Fiesta de San Agustín. Para la organización y desarrollo se designa al respectivo prioste, quien será la persona encargada de la organización y financiamiento de la festividad.</p>													

a. Archivo Fotográfico (dos) (HD)



Fuente: Alvaracín, C. y Quinde, S. (2019). Mirador Padre Julio Matavelle. [Fotografía]. Recuperado de: Biblioteca personal

b. Ubicación gráfica del Atractivo



Fuente: [google.com/maps/place/Punta+Corral+Turri/@-2.926941,-79.0811828,17z/data=!3m1!1e3!3m1!1s0x91cd26ffe20651070x:bf49f2e0d6e25f18m2!3d-2.926941!4d-79.028941](https://www.google.com/maps/place/Punta+Corral+Turri/@-2.926941,-79.0811828,17z/data=!3m1!1e3!3m1!1s0x91cd26ffe20651070x:bf49f2e0d6e25f18m2!3d-2.926941!4d-79.028941)

FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)

ELABORADO POR:		VALIDADO POR:		APROBADO POR:	
Apellido y Nombre	Celina Alvaracín y Sandra Quinde	Apellido y Nombre		Apellido y Nombre	
Institución	Universidad de Cuenca	Institución		Institución	
Cargo	Estudiantes	Cargo		Cargo	
Correo Electrónico	sandra.quinde0611@ucuenca.edu.ec	Correo Electrónico		Correo Electrónico	
Teléfono	0979506041	Teléfono		Teléfono	
Firma		Firma		Firma	
Fecha	30/10/2019	Fecha		Fecha	

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																	
Código del atractivo:	0	3	0	2	5	0	A	N	0	1	0	3	0	2	0	0	1
	Provincia		Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo		
1. DATOS GENERALES																	
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																	
Iglesia de San Agustín																	
1.2 Categoría					1.3 Tipo					1.4 Subtipo							
MANIFESTACIONES_CULTURALES					ARQUITECTURA					HISTÓRICA /VERNÁCULA							
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO																	
2.1 Provincia					2.2 Cantón					2.3 Parroquia							
AZUAY					CUENCA					TURI							
2.4 Barrio, Sector o Comuna					2.5 Calle Principal			2.6 Número		2.7 Transversal							
Punta Corral					Via Punta Corral			S/N		S/N							
2.8 Latitud (grados decimales)					2.9 Longitud (grados decimales) Click					2.10 Altura (msnm)							
-2.564125					-79.1383					2.771							
2.11 Información del administrador																	
a. Tipo de Administrador: Público					b. Nombre de la Institución: Casa Misionera												
c. Nombre del Administrador: Alfonso Yunga					d. Cargo que ocupa: Cindico												
e. Teléfono /Celular: (+593) 41 00697					f. Correo Electrónico:												
Observaciones:																	
3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO																	
3.1 Características climatólogicas <input checked="" type="checkbox"/>																	
a. Clima: Clima ecuatorial mesotérmico húmedo					b. Temperatura(°C): 12-20					c. Precipitación Pluviométrica (mm): 750-1000							
3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>																	
a. Cultura <input checked="" type="checkbox"/>					b. Naturaleza <input checked="" type="checkbox"/>					c. Aventura <input type="checkbox"/>							
3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico <input checked="" type="checkbox"/>																	
a. Prístino <input type="checkbox"/>			b. Primitivo <input type="checkbox"/>			c. Rústico Natural <input type="checkbox"/>			d. Rural <input type="checkbox"/>			e. Urbano <input checked="" type="checkbox"/>					
3.4 Ingreso al atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>																	
a. Tipo de Ingreso		b. Horario de Atención			c. Atención												
		Ingreso	Salida	Todos los días	Fines de semana y feriados	Solo días hábiles	Otro	Especificar									
Libre	<input checked="" type="checkbox"/>	0:00	0:00	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>									
Restringido	<input type="checkbox"/>	0:00	0:00	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto								
Pagado	<input type="checkbox"/>	0:00	0:00	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto								
d. Maneja un sistema de reservas: <input type="checkbox"/>		f. Forma de Pago:			Efectivo	<input type="checkbox"/>	Dinero Electrónico	<input type="checkbox"/>	Depósito Bancario	<input type="checkbox"/>	Tarjeta de Débito	<input type="checkbox"/>					
e. Precio: Desde 0,00 Hasta 0,00					Tarjeta de Crédito	<input type="checkbox"/>	Transferencia Bancaria	<input type="checkbox"/>	Cheque	<input type="checkbox"/>							
g. Meses recomendables de visita:																	
Observaciones: Es un espacio público cuyos horarios son definidos por la Casa Misionera, mayoritariamente la visitación se incrementa en horarios de eucaristía y fines de semana. El lugar no posee un sistema de cobro o reservas.																	

4. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO										SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	SA	<input type="checkbox"/>								
a. Nombre de la ciudad o poblado más cercano (Que presente condiciones mínimas de servicios):										Ciudad de Cuenca													
b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano:		5	km	c. Tiempo estimado de desplazamiento en auto:		0:15	h:min	d. Coordenadas (grados decimales):		Lat: -2.899019	Long.: -79.0092502												
Observaciones:										La distancia y el tiempo son aproximados y se toma como referencia el Mall del Río, siguiendo la ruta Punta Corral - Autopista.													
4.2 Vías de Acceso (M)										<input checked="" type="checkbox"/>													
a. Terrestre (M)		<input checked="" type="checkbox"/>		Tipo de vía		Coordenada de inicio		Coordenada de fin		Distancia (km)		Tipo de material		Estado									
		a. Primer orden		<input type="checkbox"/>																			
		b. Segundo orden		<input checked="" type="checkbox"/>		latitud -2.9435588 longitud -79.0195784		latitud -2.899019 longitud -79.0092502		5		Asfalto		Bueno									
		c. Tercer orden		<input type="checkbox"/>																			
Observaciones:										La cooperativa de transporte público 10 de Agosto S.A. brinda servicio desde la Calle Larga y Tarqui, existe una parada de bus en el atractivo; existe una cooperativa de transporte mixto que brindan el servicio a este sector de la parroquia.													
b. Acuático (U)		<input type="checkbox"/>		Marítimo		<input type="checkbox"/>		Puerto / Muelle de partida		texto		Estado		Puerto / Muelle de Llegada		texto		Estado					
		Lacustre		<input type="checkbox"/>		Puerto / Muelle de partida		texto		Puerto / Muelle de Llegada				texto									
		Fluvial		<input type="checkbox"/>		Puerto / Muelle de partida		texto		Puerto / Muelle de Llegada				texto									
Observaciones:										N/A													
c. Aéreo (U)		<input type="checkbox"/>		Nacional:		<input type="checkbox"/>		Internacional:		<input type="checkbox"/>													
Observaciones:										N/A													
4.3 Servicio de transporte (M)										<input checked="" type="checkbox"/>													
a. Bus		<input checked="" type="checkbox"/>		b. Buseta		<input type="checkbox"/>		c. Transporte 4x4		<input checked="" type="checkbox"/>		d. Taxi		<input type="checkbox"/>		e. Moto taxi		<input type="checkbox"/>		f. Teleférico		<input type="checkbox"/>	
g. Lancha		<input type="checkbox"/>		h. Bote		<input type="checkbox"/>		i. Barco		<input type="checkbox"/>		j. Canoa		<input type="checkbox"/>		k. Avión		<input type="checkbox"/>		l. Avioneta		<input type="checkbox"/>	
m. Helicóptero		<input type="checkbox"/>		n. Otro		<input type="checkbox"/>		Especifique															
Observaciones:																							
4.3.1 Detalle de transporte hacia el atractivo (M)										<input checked="" type="checkbox"/>													
a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio				b. Estación / terminal				c. Frecuencia				d. Detalle (Traslado origen / destino)											
								Diaria Semanal Mensual Eventual															
Cooperativa de Transporte Mixto San Agustín				Sector Cinco Esquinas				<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>				Se brinda servicio a toda la ciudad de Cuenca.											
Cooperativa de transporte público 10 de Agosto				Mercado 10 de Agosto				<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>				Mercado 10 de Agosto - Parroquia Turi											
								<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>															
								<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>															
								<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>															
4.4 Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad (M)										<input checked="" type="checkbox"/>													
General		<input type="checkbox"/>		Discapacidad Física		<input type="checkbox"/>		Discapacidad Visual		<input type="checkbox"/>		Discapacidad Auditiva		<input type="checkbox"/>		Discapacidad Intelectual o Psicosocial		<input type="checkbox"/>		d. No es accesible		<input checked="" type="checkbox"/>	
Observaciones:										N/A													
4.5 Señalización										<input checked="" type="checkbox"/>													
a. Señalización de aproximación al atractivo				<input type="checkbox"/>		Estado (U)		Bueno		<input type="checkbox"/>		Regular		<input checked="" type="checkbox"/>		Malo		<input checked="" type="checkbox"/>					
Observaciones:										La señalética existente solamente muestra el nombre de la iglesia.													

5. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS										SI	NO	SA	
5.1 Planta turística (M)										<input checked="" type="checkbox"/>			
a. En el Atractivo					<input type="checkbox"/>	b. En la ciudad o poblado cercano					<input checked="" type="checkbox"/>		
Alojamiento		<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados		Número de Plazas	Alojamiento		<input checked="" type="checkbox"/>	Establecimientos registrados		Número de Habitaciones	Número de Plazas	
Hotel	<input type="checkbox"/>					Hotel	<input checked="" type="checkbox"/>	199					
Hostal	<input type="checkbox"/>					Hostal	<input checked="" type="checkbox"/>	122					
Hostería	<input type="checkbox"/>					Hostería	<input checked="" type="checkbox"/>	6					
Hacienda Turística	<input type="checkbox"/>					Hacienda Turística	<input type="checkbox"/>						
Lodge	<input type="checkbox"/>					Lodge	<input type="checkbox"/>						
Resort	<input type="checkbox"/>					Resort	<input type="checkbox"/>						
Refugio	<input type="checkbox"/>					Refugio	<input type="checkbox"/>						
Campamento Turístico	<input type="checkbox"/>					Campamento Turístico	<input type="checkbox"/>						
Casa de Huéspedes	<input type="checkbox"/>					Casa de Huéspedes	<input checked="" type="checkbox"/>	13					
Observaciones:					Observaciones: En el catastro de la ciudad de Cuenca no se encuentra detallado el número de plazas.								
Alimentos y bebidas		<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados		Número de Mesas	Número de Plazas	Alimentos y bebidas		<input checked="" type="checkbox"/>	Establecimientos registrados		Número de Mesas	Número de Plazas
Restaurantes	<input type="checkbox"/>						Restaurantes	<input checked="" type="checkbox"/>	1037				
Cafeterías	<input type="checkbox"/>						Cafeterías	<input checked="" type="checkbox"/>	176				
Bares	<input type="checkbox"/>						Bares	<input checked="" type="checkbox"/>	270				
Fuentes de soda	<input type="checkbox"/>						Fuentes de soda	<input checked="" type="checkbox"/>	277				
Observaciones:					Observaciones: En el catastro de la ciudad de Cuenca no se encuentra detallado el número de plazas.								
Agencias de Viaje		<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados		Agencias de Viaje		<input checked="" type="checkbox"/>	Establecimientos registrados					
Mayoristas	<input type="checkbox"/>				Mayoristas	<input checked="" type="checkbox"/>			10				
Internacionales	<input type="checkbox"/>				Internacionales	<input checked="" type="checkbox"/>			44				
Operadoras	<input type="checkbox"/>				Operadoras	<input type="checkbox"/>			48				
Observaciones:					Observaciones:								
Guía	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	0	Guía	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	0		
<input type="checkbox"/>	0	0	0	Aventura	0	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Aventura	0		
Observaciones: No existen registros.					Observaciones: No existen registros								

5.2 Facilidades en el entorno al atractivo <input type="checkbox"/>										
Categoría (M)	Tipo (M)	Cantidad	Coordenadas	Administrador	Accesibilidad universal	Estado (U)				
						B	R	M		
a. De apoyo a la gestión turística <input type="checkbox"/>	Punto de Información <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	I-Tur <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Centro de interpretación <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Centro de facilitación turística <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Centro de recepción de visitantes <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
b. De observación y vigilancia <input type="checkbox"/>	Garitas de guardería <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Miradores <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Torres de avistamiento de aves <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Torres de vigilancia para salvavidas <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
c. De recorrido y descanso <input type="checkbox"/>	Senderos <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Estaciones de sombra y descanso <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Áreas de acampar <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Refugio de alta montaña <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
d. De servicio <input checked="" type="checkbox"/>	Baterías sanitarias <input checked="" type="checkbox"/>	1	2	Gobierno Autonomo Descentralizado Turi	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		
	Estacionamientos <input checked="" type="checkbox"/>	15	30	Gobierno Autonomo Descentralizado Turi	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
e. Otros <input type="checkbox"/>		0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
Observaciones: El uso de las baterías sanitarias es restringido. Disponible solo los fines de semana en horas determinadas.										
5.3 Complementarios a la actividad turística (M) <input type="checkbox"/>										
a. En el Atractivo <input type="checkbox"/>					b. En la ciudad o poblado cercano <input type="checkbox"/>					
Alquiler y venta de equipo especializado <input type="checkbox"/>	Venta de artesanías y merchandising <input type="checkbox"/>				Alquiler y venta de equipo especializado <input checked="" type="checkbox"/>	Venta de artesanías y merchandising <input checked="" type="checkbox"/>				
Casa de cambio <input type="checkbox"/>	Cajero automático <input type="checkbox"/>	Otro <input checked="" type="checkbox"/>			Casa de cambio <input checked="" type="checkbox"/>	Cajero automático <input checked="" type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>			
Especifique:					Especifique: texto					
Observaciones: El punto de referencia es la ciudad de Cuenca.										
6. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO/ENTORNO <input checked="" type="checkbox"/>										
6.1 Atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>										
a. Conservado <input type="checkbox"/>	b. Alterado <input checked="" type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/>	d. Deteriorado <input checked="" type="checkbox"/>							
Observaciones: El interior y exterior se encuentra correctamente iluminado, como producto de la última adecuación del lugar.										
6.1.1 Factores de alteración y deterioro (M)										
6.1.1.1 Naturales (M)					6.1.1.2 Antrópicos / Antrópogénicos (M)					
a. Erosión <input type="checkbox"/>	b. Humedad <input type="checkbox"/>	c. Desastres naturales <input type="checkbox"/>	d. Flora/Fauna <input checked="" type="checkbox"/>	e. Clima <input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas <input checked="" type="checkbox"/>	b. Actividades forestales <input type="checkbox"/>	c. Actividades extractivas / minería <input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales <input type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono <input checked="" type="checkbox"/>	f. Huaquearías <input type="checkbox"/>
					g. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/>	h. Condiciones de uso y exposición <input type="checkbox"/>	i. Falta de mantenimiento <input type="checkbox"/>			
					j. Contaminación del ambiente <input type="checkbox"/>	k. Generación de residuos <input checked="" type="checkbox"/>	l. Expansión urbana <input type="checkbox"/>			
					m. Conflicto político / social <input type="checkbox"/>	n. Desarrollo industrial / comercial <input type="checkbox"/>	o. Vandalismo <input type="checkbox"/>			
Otro <input type="checkbox"/>					Especifique: texto					
Observaciones:										

6.2 Entorno (U) <input checked="" type="checkbox"/>			
a. Conservado	<input type="checkbox"/>	b. Alterado	<input checked="" type="checkbox"/>
c. En proceso de deterioro	<input type="checkbox"/>	d. Deteriorado	<input checked="" type="checkbox"/>
Observaciones: El recurso turístico no presenta un entorno conservado producto de la expansión urbanística.			
6.2.1 Factores de alteración y deterioro (M)			
6.2.1.1 Naturales (M)		6.2.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)	
a. Erosión	<input checked="" type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas	<input type="checkbox"/>
b. Humedad	<input type="checkbox"/>	b. Actividades forestales	<input type="checkbox"/>
c. Desastres naturales	<input type="checkbox"/>	c. Actividades extractivas / minería	<input type="checkbox"/>
d. Flora Fauna	<input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales	<input type="checkbox"/>
e. Clima	<input type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono	<input type="checkbox"/>
		f. Huaquearías	<input type="checkbox"/>
		g. Conflicto de tenencia	<input type="checkbox"/>
		h. Condiciones de uso y exposición	<input type="checkbox"/>
		i. Falta de mantenimiento	<input type="checkbox"/>
		j. Contaminación del ambiente	<input type="checkbox"/>
		k. Generación de residuos	<input type="checkbox"/>
		l. Expansión urbana	<input type="checkbox"/>
		m. Conflicto político / social	<input type="checkbox"/>
		n. Desarrollo industrial / comercial	<input checked="" type="checkbox"/>
		o. Vandalismo	<input type="checkbox"/>
Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique: texto	
Observaciones: El recurso turístico no presenta un entorno conservado producto de la expansión urbanística.			
6.3. Declaratoria del espacio turístico asociado al atractivo <input type="checkbox"/>			
a. Declarante	texto	b. Denominación	texto
b. Fecha de declaración:	texto	c. Alcance:	texto
Observaciones: texto			
7. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>			
7.1 Servicios Básicos <input checked="" type="checkbox"/>			
a. En el atractivo <input checked="" type="checkbox"/>		b. En la ciudad o poblado más cercano <input checked="" type="checkbox"/>	
Agua:	<input checked="" type="checkbox"/> Potable	Agua:	<input checked="" type="checkbox"/> Potable
Especifique: texto		Especifique:	
Energía eléctrica:	<input checked="" type="checkbox"/> Red eléctrica de servicio público	Energía eléctrica:	<input checked="" type="checkbox"/> Red eléctrica de servicio público
Especifique: texto		Especifique:	
Saneamiento:	<input checked="" type="checkbox"/> Red pública	Saneamiento:	<input checked="" type="checkbox"/> Red pública
Especifique: texto		Especifique:	
Disposición de desechos:	<input checked="" type="checkbox"/> Carro Reclector	Disposición de desechos:	<input checked="" type="checkbox"/> Carro Reclector
Especifique: texto		Especifique:	
Observaciones: texto			

7.2 Señalética en el atractivo <input type="checkbox"/>								
7.2.1 Ambiente	7.2.2. Tipo	7.2.3. Materialidad				7.2.4. Estado		
		a. Madera	b. Aluminio	c. Otro	Especifique	B	R	M
En áreas urbanas <input type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	texto	L	L	L
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	texto	L	L	L
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de atractivos turísticos	0	0	0	texto	L	L	L
	Tótems de sitio	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems direccionales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
En áreas naturales <input type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	0	0	0	texto	L	L	L
	Señales turísticas de aproximación	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Paneles de direccionamiento hacia atractivos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de atractivos	0	0	0	texto	L	L	L
	Panel informativo de direccionamiento hacia atractivos, servicios y actividades	0	0	0	texto	L	L	L
	Mesas interpretativas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótem de sitio	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tótem de direccionamiento	0	0	0	texto	L	L	L	
Letreros informativos <input type="checkbox"/>	De información botánica	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Normativos de concienciación	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Señalética interna de seguridad <input type="checkbox"/>	Protección de los elementos del atractivo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otros <input type="checkbox"/>	texto							
Observaciones: El atractivo no posee señalética								
7.3 Salud (más cercano) (M) <input type="checkbox"/>								
a. En el atractivo <input type="checkbox"/>				b. En la ciudad o poblado más cercano <input checked="" type="checkbox"/>				
Hospital o Clínica <input type="checkbox"/>	Cantidad	0	Hospital o Clínica <input checked="" type="checkbox"/>	Cantidad	0			
Puesto / Centro de salud <input type="checkbox"/>		0	Puesto / Centro de salud <input checked="" type="checkbox"/>		0			
Dispensario médico <input checked="" type="checkbox"/>		1	Dispensario médico <input checked="" type="checkbox"/>		0			
Botiquín de primeros auxilios <input type="checkbox"/>		0	Botiquín de primeros auxilios <input checked="" type="checkbox"/>		0			
Otros <input type="checkbox"/>		0	Otros <input type="checkbox"/>		0			
Observaciones: Se toma como referencia a la ciudad de Cuenca por su cercanía al atractivo.								

7.4 Seguridad (M) <input checked="" type="checkbox"/>							
a. Privada	<input type="checkbox"/>	Detalle	texto				
b. Policía nacional	<input checked="" type="checkbox"/>		Se realiza patrullajes continuos programados por parte de la unidad de policia comunitaria de Turi.				
c. Policía metropolitana / Municipal	<input type="checkbox"/>		texto				
d. Otra	<input checked="" type="checkbox"/>		Los moradores del sector se encuentran organizados y vibiigilantes las 24 horas .				
Observaciones: texto							
7.5 Servicio de comunicación de uso público (M) <input type="checkbox"/>							
a. En el atractivo <input type="checkbox"/>				b. En la ciudad o poblado mas cercano <input checked="" type="checkbox"/>			
Telefonía (M) <input type="checkbox"/>		Conexión a internet (M) <input type="checkbox"/>		Telefonía (M) <input checked="" type="checkbox"/>		Conexión a internet (M) <input checked="" type="checkbox"/>	
Fija	<input type="checkbox"/>	Línea telefónica	<input type="checkbox"/>	Fibra óptica	<input type="checkbox"/>	Fija	<input checked="" type="checkbox"/>
Móvil	<input checked="" type="checkbox"/>	Satélite	<input type="checkbox"/>	Redes inalámbricas	<input checked="" type="checkbox"/>	Móvil	<input checked="" type="checkbox"/>
Satélital	<input type="checkbox"/>	Telefonía móvil		<input checked="" type="checkbox"/>	Satélital	<input checked="" type="checkbox"/>	Telefonía móvil
Observaciones: Se toma como referencia la ciudad de Cuenca							
Radio portátil (U) <input type="checkbox"/>							
De uso exclusivo para el visitante		<input type="checkbox"/>	De uso exclusivo para comunicación interna		<input type="checkbox"/>	De uso exclusivo en caso de emergencia	
Observaciones: No se presenta medios de comunicación exclusiva							
7.6 Multiamenazas (M) <input type="checkbox"/>							
Deslaves		<input type="checkbox"/>	Sismos		<input type="checkbox"/>	Erupciones volcánicas	
Sequía		<input type="checkbox"/>	Inundaciones		<input type="checkbox"/>	Aguajes	
¿Existe un plan de contingencia en caso de catástrofes?		<input type="checkbox"/>	Institución que elaboró el documento.		texto	Nombre del documento: texto Año de elaboración: <input type="text" value="0"/>	
Observaciones:							
8. POLÍTICAS Y REGULACIONES SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/>							
a. ¿El GAD cuenta con el Plan de Desarrollo Turístico Territorial?				SI <input type="checkbox"/>	NO <input checked="" type="checkbox"/>	Año de elaboración: <input type="text"/>	
b. ¿El atractivo se encuentra dentro de la planificación turística territorial (GAD 'S)?				SI <input type="checkbox"/>	NO <input checked="" type="checkbox"/>	Especifique:	
texto							
c. ¿Existen normativas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?				SI <input type="checkbox"/>	NO <input checked="" type="checkbox"/>	Especifique:	
Actividades turísticas en áreas naturales (Ministerio del Ambiente)							
d. ¿Existen ordenanzas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?				SI <input type="checkbox"/>	NO <input checked="" type="checkbox"/>	Especifique:	
texto							
Observaciones: texto							
9. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U) SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/>							
9.1 ATRACTIVOS NATURALES (M) <input type="checkbox"/>							
9.1.1 En el Agua (M) <input type="checkbox"/>							
a. Buceo	<input type="checkbox"/>	b. Kayak de mar	<input type="checkbox"/>	c. Kayak lacustre	<input type="checkbox"/>	d. Kayak de Río	<input type="checkbox"/>
e. Surf	<input type="checkbox"/>	f. Kite surf	<input type="checkbox"/>	g. Rafting	<input type="checkbox"/>	h. Snorkel	<input type="checkbox"/>
i. Tubing	<input type="checkbox"/>	j. Regata	<input type="checkbox"/>	k. Paseo en panga	<input type="checkbox"/>	l. Paseo en bote	<input type="checkbox"/>
m. Paseo en lancha	<input type="checkbox"/>	n. Paseo en moto acuática	<input type="checkbox"/>	o. Parasailing	<input type="checkbox"/>	p. Esquí acuático	<input type="checkbox"/>
q. Banana flotante	<input type="checkbox"/>	r. Boya	<input type="checkbox"/>	s. Pesca deportiva	<input type="checkbox"/>	Otro	<input type="checkbox"/> texto
Observaciones: texto							

9.1.2 En el Aire (M) <input type="checkbox"/>		
a. Alas Delta <input type="checkbox"/>	b. Canopy <input type="checkbox"/>	
c. Parapente <input type="checkbox"/>	d. Otro <input type="checkbox"/>	
Observaciones: texto		
9.1.3 En Superficie Terrestre (M) <input type="checkbox"/>		
a. Montañismo <input type="checkbox"/>	b. Escalada <input type="checkbox"/>	
c. Senderismo <input type="checkbox"/>	d. Cicloturismo <input type="checkbox"/>	
e. Canyoning <input type="checkbox"/>	f. Exploración de cuevas <input type="checkbox"/>	
g. Actividades Recreativas <input type="checkbox"/>	h. Cabalgata <input type="checkbox"/>	
i. Caminata <input type="checkbox"/>	j. Camping <input type="checkbox"/>	
k. Picnic <input type="checkbox"/>	l. Observación de flora y fauna <input type="checkbox"/>	
m. Observación de astros <input type="checkbox"/>	n. Otro <input type="checkbox"/>	
Observaciones: texto		
9.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U) <input type="checkbox"/>		
9.2.1 Tangibles e intangibles <input type="checkbox"/>		
a. Recorridos guiados <input type="checkbox"/>	b. Recorrido autoguiados <input type="checkbox"/>	
c. Visita a talleres artísticos <input type="checkbox"/>	d. Participación en talleres artísticos <input type="checkbox"/>	
e. Exposiciones temáticas permanentes, temporales y eventuales <input type="checkbox"/>	f. Visita a talleres artesanales <input type="checkbox"/>	
g. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales. <input type="checkbox"/>	i. Participación en talleres artesanales <input type="checkbox"/>	
h. Actividades vivenciales y/o lúdicas <input type="checkbox"/>	j. Presentaciones o representaciones en vivo <input type="checkbox"/>	
k. Muestras audiovisuales <input type="checkbox"/>	l. Fotografía <input type="checkbox"/>	
m. Degustación de platos tradicionales <input type="checkbox"/>	n. Participación de la celebración <input type="checkbox"/>	
o. Compra de artesanías <input type="checkbox"/>	p. Convivencia <input type="checkbox"/>	
q. Medicina ancestral <input type="checkbox"/>	r. Otro <input type="checkbox"/>	
Observaciones: texto		
10. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/>		
10.1. Medios de Promoción del Atractivo (M)		
¿Existe un plan de promoción turística cantonal? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> Especifique: texto		
¿El Atractivo se encuentra incluido en el plan de promoción turístico cantonal? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>		
Medio Promocional	Dirección y nombre de los medios promocionales	Periodicidad de la promoción
a. Página WEB <input type="checkbox"/>	URL: texto	Ninguna
b. Red Social <input type="checkbox"/>	Nombre: texto	Ninguna
c. Revistas Especializadas <input type="checkbox"/>	Nombre: texto	Ninguna
d. Material POP <input type="checkbox"/>	Nombre: texto	Ninguna
e. Oficina de Información Turística <input type="checkbox"/>	Nombre: texto	Ninguna
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa) <input type="checkbox"/>	Nombre: texto	Ninguna
g. Asistencia a ferias turísticas <input type="checkbox"/>	Nombre: texto	Ninguna
h. Otro <input type="checkbox"/>	Nombre: texto	Ninguna
Observaciones: texto		

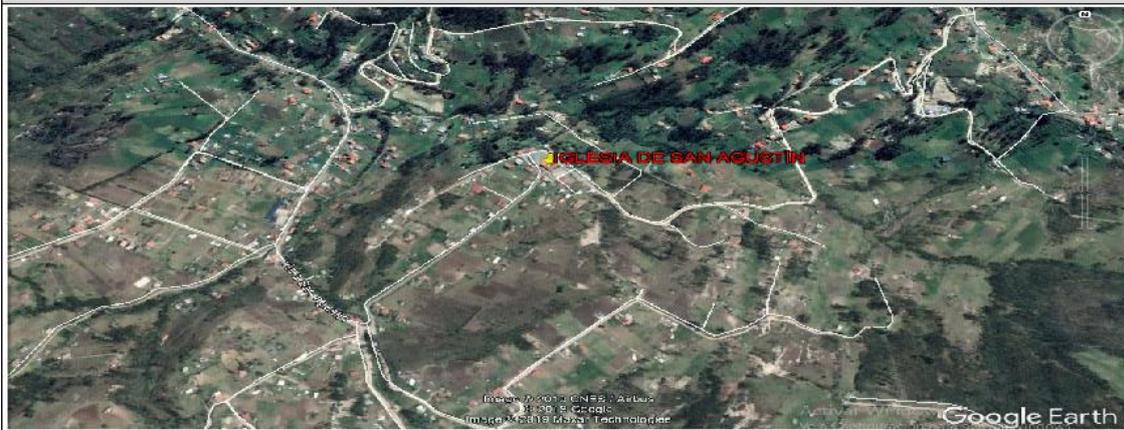
10.2. El atractivo forma parte de una oferta establecida (paquete turístico)		SI <input type="checkbox"/>	NO <input checked="" type="checkbox"/>	Especifique: <input type="text" value="texto"/>
Observaciones: <input type="text" value="texto"/>				
11. REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA (M)		SI <input type="checkbox"/>	NO <input checked="" type="checkbox"/>	S/I <input type="checkbox"/>
11.1. Frecuencia de visita según datos estadísticos <input checked="" type="checkbox"/>				
a. ¿Posee un sistema de registro de visitantes? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> Tipo: Digital <input type="checkbox"/> Papel <input type="checkbox"/> Años de registro: <input type="text" value="0"/>				
b. ¿Se genera reporte de estadísticas de visita al atractivo? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> Frecuencia de los reportes: <input type="text" value="Ninguna"/>				
c. Temporalidad de visita al atractivo				
Alta (meses) <input type="checkbox"/>	Especifique	<input type="text" value="texto"/>		Número de visitantes: <input type="text" value="0"/>
Baja (meses) <input type="checkbox"/>		<input type="text" value="texto"/>		Número de visitantes: <input type="text" value="0"/>
d. Llegada de turistas				
<input type="checkbox"/> Turista nacional	Llegadas mensuales	Total anual	<input type="checkbox"/> Turista extranjero	Llegadas mensuales
				Total Anual
Ciudades de origen	<input type="text" value="texto"/>	<input type="text" value="0"/>	<input type="text" value="0"/>	Países de origen
	<input type="text" value="texto"/>	<input type="text" value="0"/>	<input type="text" value="0"/>	
	<input type="text" value="texto"/>	<input type="text" value="0"/>	<input type="text" value="0"/>	
Observaciones: <input type="text" value="texto"/>				
11.2. Frecuencia de visita según informantes clave <input type="checkbox"/>				
Nombre del Informante Clave: <input type="text" value="texto"/>		Contactos: <input type="text" value="(+593)"/>		
Demanda según días de visita <input type="checkbox"/>		Demanda según frecuencia de visita <input type="checkbox"/>		
Lunes a viernes <input type="text" value="0"/>	Fines de semana <input type="text" value="0"/>	Días feriados <input type="text" value="0"/>	Permanente <input type="checkbox"/>	Estacional <input type="checkbox"/>
			Esporádica <input type="checkbox"/>	Inexistente <input type="checkbox"/>
Observaciones: <input type="text" value="texto"/>				
12. RECURSO HUMANO		SI <input type="checkbox"/>	NO <input checked="" type="checkbox"/>	S/I <input type="checkbox"/>
a. Número de personas a cargo de la administración y operación del atractivo <input checked="" type="checkbox"/>		<input type="text" value="1"/>	d. Número de personas especializadas en turismo <input type="checkbox"/>	
e. Número de personas con nivel de instrucción (M): <input type="checkbox"/>		f. Número de personas capacitadas por temática (M): <input type="checkbox"/>		g. Número de personas que manejan algún de idiomas (M): <input type="checkbox"/>
Primaria <input type="text" value="0"/>	Secundaria <input type="text" value="0"/>	Primeros Auxilios <input type="text" value="0"/>	Hospitalidad <input type="text" value="0"/>	Inglés <input type="text" value="0"/>
Tercer Nivel <input type="text" value="0"/>	Cuarto Nivel <input type="text" value="0"/>	Atención al Cliente <input type="text" value="0"/>	Guianza <input type="text" value="0"/>	Alemán <input type="text" value="0"/>
Otro <input type="text" value="texto"/>	Sensibilización de discapacidades <input type="text" value="0"/>	Otro <input type="text" value="texto"/>	Chino <input type="text" value="0"/>	Italiano <input type="text" value="0"/>
			Otro <input type="text" value="texto"/>	Otro <input type="text" value="texto"/>
Observaciones: <input type="text" value="texto"/>				
13. DESCRIPCION DEL ATRACTIVO (500 caracteres)				
<p>La Iglesia de San Agustín posee una construcción de estilo contemporáneo, con cimientos de piedras, paredes de bloque y ladrillo, y un techo de teja. La iglesia representa un símbolo muy importante para la idiosincrasia de la comunidad, además de unión y organización. Junto a la Iglesia de San Agustín se encuentra la casa comunal, lugar de reuniones y escuela de catequesis.</p>				

a. Archivo Fotográfico (dos) (HD)



Fuente: Alvaracín, C. y Quinde, S. (2019). Mirador Padre Julio Matovelle. [Fotografía]. Recuperado de: Biblioteca personal

b. Ubicación gráfica del Atractivo



Fuente: [google.com/maps/place/Punta+Corral+Turri/@-2.926941,-79.0811828,17z/data=!3m1!1e3!3m1!1s0x91cd26ffe20651070x:bf49f2e0d6e25f18m2!3d-2.926941!4d-79.028941](https://www.google.com/maps/place/Punta+Corral+Turri/@-2.926941,-79.0811828,17z/data=!3m1!1e3!3m1!1s0x91cd26ffe20651070x:bf49f2e0d6e25f18m2!3d-2.926941!4d-79.028941)

FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)

ELABORADO POR:		VALIDADO POR:		APROBADO POR:	
Apellido y Nombre	Celina Alvaracín y Sandra Quinde	Apellido y Nombre		Apellido y Nombre	
Institución	Universidad de Cuenca	Institución		Institución	
Cargo	Estudiantes	Cargo		Cargo	
Correo Electrónico	sandra.quinde0611@ucuenca.edu.ec	Correo Electrónico		Correo Electrónico	
Teléfono	0979506041	Teléfono		Teléfono	
Firma		Firma		Firma	
Fecha	30/10/2019	Fecha		Fecha	

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																									
Código del atractivo:	0	3	0	2	5	0	A	N	0	1	0	3	0	2	0	0	1								
	Provincia		Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo										
1. DATOS GENERALES																									
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																									
Iglesia de Nuestra Señora de la Merced de Turi																									
1.2 Categoría				1.3 Tipo				1.4 Subtipo																	
MANIFESTACIONES_CULTURALES				ARQUITECTURA				HISTÓRICA /VERNÁCULA																	
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO																									
2.1 Provincia				2.2 Cantón				2.3 Parroquia																	
AZUAY				CUENCA				TURI																	
2.4 Barrio, Sector o Comuna				2.5 Calle Principal				2.6 Número		2.7 Transversal															
Turi Centro				Carrizo aTuri				S/N		Avenida MiradorTuri															
2.8 Latitud (grados decimales)				2.9 Longitud (grados decimales)				2.10 Altura (msnm)																	
-2.93237				-79.02302				2.771																	
2.11 Información del administrador																									
a. Tipo de Administrador:				Publico				b. Nombre de la Institución:				Casa Misionera													
c. Nombre del Administrador:				texto				d. Cargo que ocupa:				Parroco													
e. Teléfono /Celular:				(+593)				f. Correo Electrónico:				texto													
Observaciones:																									
3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO																									
3.1 Características climatológicas																									
<input checked="" type="checkbox"/>																									
a. Clima:				Clima ecuatorial mesotérmico húmedo				b. Temperatura(°C):				12-20		c. Precipitación Pluviométrica (mm):											
750-1000																									
3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U)																									
<input checked="" type="checkbox"/>																									
a. Cultura				<input checked="" type="checkbox"/>				b. Naturaleza				<input checked="" type="checkbox"/>		c. Aventura											
<input type="checkbox"/>																									
3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico																									
<input checked="" type="checkbox"/>																									
a. Prístino				<input type="checkbox"/>		b. Primitivo				<input type="checkbox"/>		c. Rústico Natural				<input type="checkbox"/>		d. Rural		<input type="checkbox"/>		e. Urbano		<input checked="" type="checkbox"/>	
3.4 Ingreso al atractivo (U)																									
<input checked="" type="checkbox"/>																									
a. Tipo de Ingreso		b. Horario de Atención				c. Atención																			
		Ingreso	Salida	Todos los días	Fines de semana y feriados	Solo días hábiles	Otro	Especificar																	
Libre	<input checked="" type="checkbox"/>	0:00	0:00	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																	
Restringido	<input type="checkbox"/>	0:00	0:00	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto																	
Pagado	<input type="checkbox"/>	0:00	0:00	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto																	
d. Maneja un sistema de reservas:		<input type="checkbox"/>		f. Forma de Pago:		Efectivo	<input type="checkbox"/>	Dinero Electrónico	<input type="checkbox"/>	Depósito Bancario	<input type="checkbox"/>	Tarjeta de Débito	<input type="checkbox"/>												
e. Precio:		Desde	0,00			Hasta	0,00	Tarjeta de Crédito	<input type="checkbox"/>	Transferencia Bancaria	<input type="checkbox"/>	Cheque	<input type="checkbox"/>												
g. Meses recomendables de visita:																									
Observaciones: Es un espacio publico cuyos horarios son definidos por la Casa Misionera, mayoritariamente la visitasion se incrementa en horarios de eucaristia y fines de semana. El lugar no posee un sistema de cobro o reservas.																									

4. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO										SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	SA	<input type="checkbox"/>		
a. Nombre de la ciudad o poblado más cercano (Que presente condiciones mínimas de servicios):										Centro de Turi							
b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano:		3	km	c. Tiempo estimado de desplazamiento en auto:		0:15	h:min	d. Coordenadas (grados decimales):		Lat:	07:20097	Long.:	9675256				
Observaciones: La distancia y el tiempo son aproximados y se toma como referencia el Mall del Rio, siguiendo la ruta Turi																	
4.2 Vías de Acceso (M) <input checked="" type="checkbox"/>																	
a. Terrestre (M) <input checked="" type="checkbox"/>		Tipo de vía		Coordenada de inicio		Coordenada de fin		Distancia (km)		Tipo de material		Estado					
		a. Primer orden		<input type="checkbox"/>													
		b. Segundo orden		<input checked="" type="checkbox"/>		lat -2.922586, long -79.009812		lat -2.940444 long -79.010114		2		Asfalto		Bueno			
		c. Tercer orden		<input type="checkbox"/>													
Observaciones: La cooperativa de transporte publico Tombebamba S.A. brinda servicio desde la Av. Fray Vicente Solano, existe una parada de bus en el atractivo, ademas existe una cooperativa de taxis y una de transporte mixto que brindan el servicio a este sector de la parroquia.																	
b. Acuático (U) <input type="checkbox"/>		Marítimo		<input type="checkbox"/>		Puerto /Muelle de partida		texto		Estado		Puerto /Muelle de Llegada		texto		Estado	
		Lacustre		<input type="checkbox"/>		Puerto /Muelle de partida		texto				Puerto /Muelle de Llegada		texto			
		Fluvial		<input type="checkbox"/>		Puerto /Muelle de partida		texto				Puerto /Muelle de Llegada		texto			
Observaciones: N/A																	
c. Aéreo (U) <input type="checkbox"/>		Nacional: <input type="checkbox"/>										Internacional: <input type="checkbox"/>					
Observaciones: N/A																	
4.3 Servicio de transporte (M) <input checked="" type="checkbox"/>																	
a. Bus <input checked="" type="checkbox"/>		b. Buseta <input type="checkbox"/>		c. Transporte 4x4 <input checked="" type="checkbox"/>		d. Taxi <input type="checkbox"/>		e. Moto taxi <input type="checkbox"/>		f. Teleférico <input type="checkbox"/>							
g. Lancha <input type="checkbox"/>		h. Bote <input type="checkbox"/>		i. Barco <input type="checkbox"/>		j. Canoa <input type="checkbox"/>		k. Avión <input type="checkbox"/>		l. Avioneta <input type="checkbox"/>							
m. Helicóptero <input type="checkbox"/>		n. Otro <input type="checkbox"/>		Especifique													
Observaciones:																	
4.3.1 Detalle de transporte hacia el atractivo (M) <input checked="" type="checkbox"/>																	
a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio				b. Estación / terminal				c. Frecuencia				d. Detalle (Traslado origen / destino)					
								Diana Semana Mensual Eventual									
Cooperativa de Transporte Mixto Balcon Cuencano				Centro de Rehabilitacion Social Turi				<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>				Se brinda servicio a toda la ciudad de Cuenca.					
Cooperativa de transporte publico Tombebamba				Avenida Fray Vicente Solano				<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>				Avenida Fray Vicente Solano - Parroquia Turi					
								<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>									
								<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>									
4.4 Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad (M) <input checked="" type="checkbox"/>																	
General <input type="checkbox"/>		Discapacidad Física <input type="checkbox"/>		Discapacidad Visual <input type="checkbox"/>		Discapacidad Auditiva <input type="checkbox"/>		Discapacidad Intelectual o Psicosocial <input type="checkbox"/>		d. No es accesible <input checked="" type="checkbox"/>							
Observaciones: N/A																	
4.5 Señalización <input checked="" type="checkbox"/>																	
a. Señalización de aproximación al atractivo <input type="checkbox"/>				Estado (U)		Bueno <input type="checkbox"/>		Regular <input checked="" type="checkbox"/>		Malo <input checked="" type="checkbox"/>							
Observaciones: La señaletica existente solamente muestra el nombre de la iglesia.																	

5. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS										SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	SA	<input type="checkbox"/>
5.1 Planta turística (M)										<input checked="" type="checkbox"/>					
a. En el Atractivo					b. En la ciudad o poblado cercano										
<input type="checkbox"/>					<input checked="" type="checkbox"/>										
Alojamiento	<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas	Alojamiento	<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas						
Hotel	<input type="checkbox"/>				Hotel	<input checked="" type="checkbox"/>	199								
Hostal	<input type="checkbox"/>				Hostal	<input checked="" type="checkbox"/>	122								
Hostería	<input type="checkbox"/>				Hostería	<input checked="" type="checkbox"/>	6								
Hacienda Turística	<input type="checkbox"/>				Hacienda Turística	<input type="checkbox"/>									
Lodge	<input type="checkbox"/>				Lodge	<input type="checkbox"/>									
Resort	<input type="checkbox"/>				Resort	<input type="checkbox"/>									
Refugio	<input type="checkbox"/>				Refugio	<input type="checkbox"/>									
Campamento Turístico	<input type="checkbox"/>				Campamento Turístico	<input type="checkbox"/>									
Casa de Huéspedes	<input type="checkbox"/>				Casa de Huéspedes	<input checked="" type="checkbox"/>	13								
Observaciones:					Observaciones: En el catastro de la ciudad de Cuenca no se encuentra detallado el número de plazas.										
Alimentos y bebidas	<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas	Alimentos y bebidas	<input checked="" type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas						
Restaurantes	<input type="checkbox"/>				Restaurantes	<input checked="" type="checkbox"/>	1037								
Cafeterías	<input type="checkbox"/>				Cafeterías	<input checked="" type="checkbox"/>	176								
Bares	<input type="checkbox"/>				Bares	<input checked="" type="checkbox"/>	270								
Fuentes de soda	<input type="checkbox"/>				Fuentes de soda	<input checked="" type="checkbox"/>	277								
Observaciones: Existen 11 establecimientos no registrados.					Observaciones: En el catastro de la ciudad de Cuenca no se encuentra detallado el número de plazas.										
Agencias de Viaje	<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas	Agencias de Viaje	<input checked="" type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas						
Mayoristas	<input type="checkbox"/>				Mayoristas	<input checked="" type="checkbox"/>	10								
Internacionales	<input type="checkbox"/>				Internacionales	<input checked="" type="checkbox"/>	44								
Operadoras	<input type="checkbox"/>				Operadoras	<input checked="" type="checkbox"/>	48								
Observaciones:					Observaciones:										
Guía	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	0	Guía	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	0				
<input type="checkbox"/>	0	0	0	Aventura	0	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Aventura	0				
Observaciones: No existen registros.					Observaciones: No existen registros										

5.2 Facilidades en el entorno al atractivo <input type="checkbox"/>								
Categoría (M)	Tipo (M)	Cantidad	Coordenadas	Administrador	Accesibilidad universal	Estado (U)		
						B	R	M
a. De apoyo a la gestión turística <input type="checkbox"/>	Punto de Información <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	I-Tur <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de interpretación <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de facilitación turística <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de recepción de visitantes <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. De observación y vigilancia <input type="checkbox"/>	Garitas de guardería <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Miradores <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Torres de avistamiento de aves <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Torres de vigilancia para salvavidas <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. De recorrido y descanso <input type="checkbox"/>	Senderos <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Estaciones de sombra y descanso <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Áreas de acampar <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Refugio de alta montaña <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. De servicio <input checked="" type="checkbox"/>	Baterías sanitarias <input checked="" type="checkbox"/>	1	-2.93237, -79.02302	Gobierno Autonomo Descentralizado Turi	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
	Estacionamientos <input checked="" type="checkbox"/>	15	-2.93237, -79.02303	Gobierno Autonomo Descentralizado Turi	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. Otros <input type="checkbox"/>		0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Observaciones:

5.3 Complementarios a la actividad turística (M) <input type="checkbox"/>								
a. En el Atractivo <input type="checkbox"/>					b. En la ciudad o poblado cercano <input type="checkbox"/>			
Alquiler y venta de equipo especializado <input type="checkbox"/>	Venta de artesanías y merchandising <input type="checkbox"/>				Alquiler y venta de equipo especializado <input checked="" type="checkbox"/>	Venta de artesanías y merchandising <input checked="" type="checkbox"/>		
Casa de cambio <input type="checkbox"/>	Cajero automático <input type="checkbox"/>	Otro <input checked="" type="checkbox"/>			Casa de cambio <input checked="" type="checkbox"/>	Cajero automático <input checked="" type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>	
Especifique: Alrededor de la iglesia se realiza la venta de artesanías y vegetales orgánicos.					Especifique: texto			

Observaciones: El punto de referencia es la ciudad de Cuenca.

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

6.1 Atractivo (U)

a. Conservado <input type="checkbox"/>	b. Alterado <input checked="" type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/>	d. Deteriorado <input checked="" type="checkbox"/>
--	---	---	--

Observaciones: El interior y exterior se encuentra correctamente iluminado, como producto de la última adecuación del lugar.

6.1.1 Factores de alteración y deterioro (M)

6.1.1.1 Naturales (M)		6.1.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)		
a. Erosión <input checked="" type="checkbox"/>		a. Actividades agrícolas y ganaderas <input checked="" type="checkbox"/>	b. Actividades forestales <input type="checkbox"/>	c. Actividades extractivas / minería <input type="checkbox"/>
b. Humedad <input type="checkbox"/>		d. Actividades industriales <input type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono <input checked="" type="checkbox"/>	f. Huaquearías <input type="checkbox"/>
c. Desastres naturales <input type="checkbox"/>		g. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/>	h. Condiciones de uso y exposición <input type="checkbox"/>	i. Falta de mantenimiento <input type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna <input checked="" type="checkbox"/>		j. Contaminación del ambiente <input type="checkbox"/>	k. Generación de residuos <input checked="" type="checkbox"/>	l. Expansión urbana <input type="checkbox"/>
e. Clima <input type="checkbox"/>		m. Conflicto político / social <input type="checkbox"/>	n. Desarrollo industrial / comercial <input type="checkbox"/>	o. Vandalismo <input type="checkbox"/>
Otro <input type="checkbox"/>	Especifique: texto			

Observaciones: Los propietarios no generan inversión de conservación

6.2 Entorno (U) <input checked="" type="checkbox"/>			
a. Conservado	<input type="checkbox"/>	b. Alterado	<input checked="" type="checkbox"/>
c. En proceso de deterioro	<input type="checkbox"/>	d. Deteriorado	<input checked="" type="checkbox"/>
Observaciones: El recurso turístico no presenta un entorno conservado producto de la expansión urbanística.			
6.2.1 Factores de alteración y deterioro (M)			
6.2.1.1 Naturales (M)		6.2.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)	
a. Erosión	<input checked="" type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas	<input type="checkbox"/>
b. Humedad	<input type="checkbox"/>	b. Actividades forestales	<input type="checkbox"/>
c. Desastres naturales	<input type="checkbox"/>	c. Actividades extractivas / minería	<input type="checkbox"/>
d. Flora Fauna	<input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales	<input type="checkbox"/>
e. Clima	<input type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono	<input type="checkbox"/>
Otro	<input type="checkbox"/>	f. Huaquearías	<input type="checkbox"/>
Especifique: texto		g. Conflicto de tenencia	<input type="checkbox"/>
Observaciones: El recurso turístico no presenta un entorno conservado producto de la expansión urbanística.		h. Condiciones de uso y exposición	<input type="checkbox"/>
		i. Falta de mantenimiento	<input type="checkbox"/>
		j. Contaminación del ambiente	<input type="checkbox"/>
		k. Generación de residuos	<input type="checkbox"/>
		l. Expansión urbana	<input type="checkbox"/>
		m. Conflicto político / social	<input type="checkbox"/>
		n. Desarrollo industrial / comercial	<input checked="" type="checkbox"/>
		o. Vandalismo	<input type="checkbox"/>
6.3. Declaratoria del espacio turístico asociado al atractivo <input type="checkbox"/>			
a. Declarante	texto	b. Denominación	texto
b. Fecha de declaración:	texto	c. Alcance:	texto
Observaciones: texto			
7. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> SA <input type="checkbox"/>			
7.1 Servicios Básicos <input checked="" type="checkbox"/>			
a. En el atractivo <input checked="" type="checkbox"/>		b. En la ciudad o poblado más cercano <input checked="" type="checkbox"/>	
Agua:	<input checked="" type="checkbox"/> Potable	Agua:	<input checked="" type="checkbox"/> Potable
Especifique: texto		Especifique:	
Energía eléctrica:	<input checked="" type="checkbox"/> Red eléctrica de servicio público	Energía eléctrica:	<input checked="" type="checkbox"/> Red eléctrica de servicio público
Especifique: texto		Especifique:	
Saneamiento:	<input checked="" type="checkbox"/> Red pública	Saneamiento:	<input checked="" type="checkbox"/> Red pública
Especifique: texto		Especifique:	
Disposición de desechos:	<input checked="" type="checkbox"/> Camión Recolector	Disposición de desechos:	<input checked="" type="checkbox"/> Camión Recolector
Especifique: texto		Especifique:	
Observaciones: texto			

7.2 Señalética en el atractivo <input type="checkbox"/>								
7.2.1 Ambiente	7.2.2. Tipo	7.2.3. Materialidad				7.2.4. Estado		
		a. Madera	b. Aluminio	c. Otro	Especifique	B	R	M
En áreas urbanas <input type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	texto	L	L	L
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	texto	L	L	L
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de atractivos turísticos	0	0	0	texto	L	L	L
	Tótems de sitio	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems direccionales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
En áreas naturales <input type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	0	0	0	texto	L	L	L
	Señales turísticas de aproximación	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Paneles de direccionamiento hacia atractivos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de atractivos	0	0	0	texto	L	L	L
	Panel informativo de direccionamiento hacia atractivos, servicios y actividades	0	0	0	texto	L	L	L
	Mesas interpretativas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótem de sitio	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tótem de direccionamiento	0	0	0	texto	L	L	L	
Letreros informativos <input type="checkbox"/>	De información botánica	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Normativos de concienciación	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Señalética interna de seguridad <input type="checkbox"/>	Protección de los elementos del atractivo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otros <input type="checkbox"/>	texto							
Observaciones: El atractivo no posee señalética								
7.3 Salud (más cercano) (M) <input type="checkbox"/>								
a. En el atractivo <input type="checkbox"/>				b. En la ciudad o poblado más cercano <input checked="" type="checkbox"/>				
Hospital o Clínica <input type="checkbox"/>	Cantidad	0	Hospital o Clínica <input checked="" type="checkbox"/>	Cantidad	0			
Puesto / Centro de salud <input type="checkbox"/>		0	Puesto / Centro de salud <input checked="" type="checkbox"/>		0			
Dispensario médico <input type="checkbox"/>		0	Dispensario médico <input checked="" type="checkbox"/>		0			
Botiquín de primeros auxilios <input type="checkbox"/>		0	Botiquín de primeros auxilios <input checked="" type="checkbox"/>		0			
Otros <input checked="" type="checkbox"/>		1	Otros <input type="checkbox"/>		0			
Observaciones: Se toma como referencia a la ciudad de Cuenca por su cercanía al atractivo.								

7.4 Seguridad (M) <input checked="" type="checkbox"/>							
a. Privada	<input type="checkbox"/>	Detalle	texto				
b. Policía nacional	<input checked="" type="checkbox"/>		Se realiza patrullajes continuos programados por parte de la unidad de policia comunitaria de Turi.				
c. Policía metropolitana / Municipal	<input type="checkbox"/>		texto				
d. Otra	<input checked="" type="checkbox"/>		Los moradores del sector se encuentran organizados y vibiigilantes las 24 horas .				
Observaciones: texto							
7.5 Servicio de comunicación de uso público (M) <input type="checkbox"/>							
a. En el atractivo <input type="checkbox"/>				b. En la ciudad o poblado mas cercano <input checked="" type="checkbox"/>			
Telefonía (M) <input type="checkbox"/>		Conexión a internet (M) <input type="checkbox"/>		Telefonía (M) <input checked="" type="checkbox"/>		Conexión a internet (M) <input checked="" type="checkbox"/>	
Fija	<input type="checkbox"/>	Línea telefónica	<input type="checkbox"/>	Fibra óptica	<input type="checkbox"/>	Fija	<input checked="" type="checkbox"/>
Móvil	<input checked="" type="checkbox"/>	Satélite	<input type="checkbox"/>	Redes inalámbricas	<input checked="" type="checkbox"/>	Móvil	<input checked="" type="checkbox"/>
Satélital	<input type="checkbox"/>	Telefonía móvil		<input checked="" type="checkbox"/>	Satélital	<input checked="" type="checkbox"/>	Telefonía móvil
Observaciones: Se toma como referencia la ciudad de Cuenca							
Radio portátil (U) <input type="checkbox"/>							
De uso exclusivo para el visitante		<input type="checkbox"/>	De uso exclusivo para comunicación interna		<input type="checkbox"/>	De uso exclusivo en caso de emergencia	
Observaciones: No se presenta medios de comunicación exclusiva							
7.6 Multiamenazas (M) <input type="checkbox"/>							
Deslaves		<input type="checkbox"/>	Sismos		<input type="checkbox"/>	Erupciones volcánicas	
Sequía		<input type="checkbox"/>	Inundaciones		<input type="checkbox"/>	Aguajes	
¿Existe un plan de contingencia en caso de catástrofes?		<input type="checkbox"/>	Institución que elaboró el documento.		texto	Nombre del documento: texto Año de elaboración: <input type="text" value="0"/>	
Observaciones:							
8. POLÍTICAS Y REGULACIONES SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/>							
a. ¿El GAD cuenta con el Plan de Desarrollo Turístico Territorial?				SI <input type="checkbox"/>	NO <input checked="" type="checkbox"/>	Año de elaboración: <input type="text"/>	
b. ¿El atractivo se encuentra dentro de la planificación turística territorial (GAD 'S)?				SI <input type="checkbox"/>	NO <input checked="" type="checkbox"/>	Especifique:	
texto							
c. ¿Existen normativas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?				SI <input type="checkbox"/>	NO <input checked="" type="checkbox"/>	Especifique:	
Actividades turísticas en áreas naturales (Ministerio del Ambiente)							
d. ¿Existen ordenanzas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?				SI <input type="checkbox"/>	NO <input checked="" type="checkbox"/>	Especifique:	
texto							
Observaciones: texto							
9. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U) SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/>							
9.1 ATRACTIVOS NATURALES (M) <input type="checkbox"/>							
9.1.1 En el Agua (M) <input type="checkbox"/>							
a. Buceo	<input type="checkbox"/>	b. Kayak de mar	<input type="checkbox"/>	c. Kayak lacustre	<input type="checkbox"/>	d. Kayak de Río	<input type="checkbox"/>
e. Surf	<input type="checkbox"/>	f. Kite surf	<input type="checkbox"/>	g. Rafting	<input type="checkbox"/>	h. Snorkel	<input type="checkbox"/>
i. Tubing	<input type="checkbox"/>	j. Regata	<input type="checkbox"/>	k. Paseo en panga	<input type="checkbox"/>	l. Paseo en bote	<input type="checkbox"/>
m. Paseo en lancha	<input type="checkbox"/>	n. Paseo en moto acuática	<input type="checkbox"/>	o. Parasailing	<input type="checkbox"/>	p. Esquí acuático	<input type="checkbox"/>
q. Banana flotante	<input type="checkbox"/>	r. Boya	<input type="checkbox"/>	s. Pesca deportiva	<input type="checkbox"/>	Otro	<input type="checkbox"/> texto
Observaciones: texto							

9.1.2 En el Aire (M) <input type="checkbox"/>		
a. Alas Delta <input type="checkbox"/>	b. Canopy <input type="checkbox"/>	
c. Parapente <input type="checkbox"/>	d. Otro <input type="checkbox"/>	
Observaciones: texto		
9.1.3 En Superficie Terrestre (M) <input type="checkbox"/>		
a. Montañismo <input type="checkbox"/>	b. Escalada <input type="checkbox"/>	
c. Senderismo <input checked="" type="checkbox"/>	d. Cicloturismo <input checked="" type="checkbox"/>	
e. Canyoning <input type="checkbox"/>	f. Exploración de cuevas <input type="checkbox"/>	
g. Actividades Recreativas <input checked="" type="checkbox"/>	h. Cabalgata <input type="checkbox"/>	
i. Caminata <input checked="" type="checkbox"/>	j. Camping <input type="checkbox"/>	
k. Picnic <input type="checkbox"/>	l. Observación de flora y fauna <input type="checkbox"/>	
m. Observación de astros <input type="checkbox"/>	n. Otro <input type="checkbox"/>	
Observaciones: texto		
9.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U) <input type="checkbox"/>		
9.2.1 Tangibles e intangibles <input checked="" type="checkbox"/>		
a. Recorridos guiados <input type="checkbox"/>	b. Recorrido autoguiados <input type="checkbox"/>	
c. Visita a talleres artísticos <input type="checkbox"/>	d. Participación en talleres artísticos <input type="checkbox"/>	
e. Participación en talleres artesanales <input type="checkbox"/>	f. Exposiciones temáticas permanentes, temporales y eventuales <input type="checkbox"/>	
g. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales. <input checked="" type="checkbox"/>	h. Actividades vivenciales y/o lúdicas <input type="checkbox"/>	
i. Presentaciones o representaciones en vivo <input type="checkbox"/>	j. Muestras audiovisuales <input type="checkbox"/>	
k. Fotografía <input type="checkbox"/>	l. Degustación de platos tradicionales <input type="checkbox"/>	
m. Participación de la celebración <input checked="" type="checkbox"/>	n. Compra de artesanías <input type="checkbox"/>	
o. Convivencia <input type="checkbox"/>	p. Medicina ancestral <input type="checkbox"/>	
q. Otro <input type="checkbox"/>	texto	
Observaciones: texto		
10. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/>		
10.1. Medios de Promoción del Atractivo (M)		
¿Existe un plan de promoción turística cantonal? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> Especifique: texto		
¿El Atractivo se encuentra incluido en el plan de promoción turístico cantonal? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>		
Medio Promocional	Dirección y nombre de los medios promocionales	Periodicidad de la promoción
a. Página WEB <input type="checkbox"/>	URL: texto	Ninguna
b. Red Social <input type="checkbox"/>	Nombre: texto	Ninguna
c. Revistas Especializadas <input type="checkbox"/>	Nombre: texto	Ninguna
d. Material POP <input type="checkbox"/>	Nombre: texto	Ninguna
e. Oficina de Información Turística <input type="checkbox"/>	Nombre: texto	Ninguna
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa) <input type="checkbox"/>	Nombre: texto	Ninguna
g. Asistencia a ferias turísticas <input type="checkbox"/>	Nombre: texto	Ninguna
h. Otro <input type="checkbox"/>	Nombre: texto	Ninguna
Observaciones: texto		

10.2. El atractivo forma parte de una oferta establecida (paquete turístico)		SI <input type="checkbox"/>	NO <input checked="" type="checkbox"/>	Especifique: texto			
Observaciones: texto							
11. REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA (M)		SI <input type="checkbox"/>	NO <input checked="" type="checkbox"/>	S/I <input type="checkbox"/>			
11.1. Frecuencia de visita según datos estadísticos <input checked="" type="checkbox"/>							
a. ¿Posee un sistema de registro de visitantes? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> Tipo: Digital <input type="checkbox"/> Papel <input type="checkbox"/> Años de registro: 0							
b. ¿Se genera reporte de estadísticas de visita al atractivo? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> Frecuencia de los reportes: Ninguna							
c. Temporalidad de visita al atractivo							
Alta (meses) <input type="checkbox"/>	Especifique	texto		Número de visitantes: 0			
Baja (meses) <input type="checkbox"/>		texto		Número de visitantes: 0			
d. Llegada de turistas							
<input type="checkbox"/> Turista nacional	Llegadas mensuales	Total anual	<input type="checkbox"/> Turista extranjero	Llegadas mensuales	Total Anual		
Ciudades de origen	texto	0	0	Países de origen	texto	0	0
	texto	0	0		texto	0	0
	texto	0	0		texto	0	0
Observaciones: texto							
11.2. Frecuencia de visita según informantes clave <input type="checkbox"/>							
Nombre del Informante Clave: texto			Contactos: (+593)				
Demanda según días de visita <input type="checkbox"/>			Demanda según frecuencia de visita <input type="checkbox"/>				
Lunes a viernes: 0	Fines de semana: 0	Días feriados: 0	Permanente <input type="checkbox"/>	Estacional <input type="checkbox"/>	Esporádica <input type="checkbox"/>	Inexistente <input type="checkbox"/>	
Observaciones: texto							
12. RECURSO HUMANO		SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	S/I <input type="checkbox"/>			
a. Número de personas a cargo de la administración y operación del atractivo <input checked="" type="checkbox"/>			d. Número de personas especializadas en turismo <input type="checkbox"/>				
e. Número de personas con nivel de instrucción (M): <input type="checkbox"/>			f. Número de personas capacitadas por temática (M): <input type="checkbox"/>		g. Número de personas que manejan algún de idiomas (M): <input type="checkbox"/>		
Primaria: 0	Secundaria: 0	Primeros Auxilios: 0	Hospitalidad: 0	Inglés: 0	Alemán: 0		
Tercer Nivel: 0	Cuarto Nivel: 0	Atención al Cliente: 0	Guianza: 0	Francés: 0	Italiano: 0		
Otro: texto	Sensibilización de discapacidades: 0	Otro: texto	Chino: 0	Otro: texto			
Observaciones: texto							
13. DESCRIPCION DEL ATRACTIVO (500 caracteres)							
<p>La Iglesia de Turi posee una construcción de estilo colonial, con cimientos de piedras, paredes de adobe y bareque, y un techo de teja y carrizo. La iglesia representa un símbolo muy importante para la idiosincrasia de los turisenses, además de un símbolo turístico que caracteriza al Mirador de Turi.</p>							

Anexo 5. Guía general de medidas de bioseguridad para destinos turísticos al momento de su reactivación, en el contexto de la emergencia sanitaria por covid-19

GUÍA GENERAL DE MEDIDAS DE BIOSEGURIDAD PARA DESTINOS TURÍSTICOS AL MOMENTOS DE SU REACTIVACIÓN, EN EL CONTEXTO DE LA EMERGENCIA SANITARIA POR COVID-19

MTT6-PRT-014

[Versión 1.0]

AÑO 2020

MINISTERIO DE TURISMO

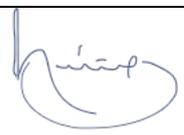
**MINISTERIO DE PRODUCCIÓN, COMERCIO EXTERIOR,
INVERSIONES Y PESCA**

MINISTERIO DE SALUD PÚBLICA

MINISTERIO DE GOBIERNO

MINISTERIO DEL AMBIENTE Y AGUA

REGISTRO DE REVISIÓN Y APROBACIÓN DEL DOCUMENTO

Acción	Nombre / Cargo	Institución	Firma
Elaborado por:	Gabriela Rojas Garcés Directora de Protección al Usuario de Servicios Turísticos	MINTUR	 GABRIELA ANDREA ROJAS GARCÉS
	Paúl León Peñafiel Especialista de la Dirección de Protección al Usuario de Servicios Turísticos	MINTUR	
	Diego Torres Valencia Director de Productos y Destinos	MINTUR	 DIEGO FELIPE TORRES VALENCIA
Revisado por:	Mesa Técnica de Trabajo 6 Medios de Vida y Productividad	MTT6	 ALTAMIRANO BARRIGA
	Mesa Técnica de Trabajo 2 Salud y Atención Prehospitalaria	MTT2	
	Mesa Técnica de Trabajo 1 Agua segura, saneamiento y gestión de residuos	MTT1	
	Grupo de Trabajo -2 Seguridad y Control	GT2	
	Carlos Orozco Director Zonal 1	MINTUR	
	Francisco López Director de Normativa	MINTUR	JORGE FRANCISCO LOPEZ MURILLO <small>Firmado digitalmente por JORGE FRANCISCO LOPEZ MURILLO Fecha: 2020.07.07 17:39:49 -05'00'</small> O LOPEZ MURILLO
	Tania Sarmiento Tamayo Directora Zonal 6	MINTUR	 SARMIENTO TAMAYO

	Ursula Troya Niza Directora Zonal 8	MINTUR	 URSULA
	Mónica Páez Directora Zonal Insular	MINTUR	 MONICA ESPINOSA
	Patricio Cargua Subsecretario de Regulación y Control	MINTUR	 PATRICIO VILLALVA
	Sebastián Melendrez Subsecretario de Competitividad y Fomento Turístico	MINTUR	
Aprobado por:	Ricardo Zambrano Viceministro de Turismo	MINTUR	

por:

CONTROL E HISTORIAL DE CAMBIOS

Versión	Descripción del cambio	Fecha de Actualización
<i>0.1</i>	<i>Emisión inicial</i>	04/06/2020
<i>0.2</i>	<i>Aportes Dirección de Productos- MINTUR</i>	12/06/2020
<i>0.3</i>	<i>Revisión DPUST</i>	15/06/2020
<i>0.4</i>	<i>Revisión Direcciones Zonales</i>	17/06/2020
<i>0.5</i>	<i>Revisión MTT2</i>	25/06/2020

	Guía General de medidas de bioseguridad para destinos turísticos al momento de su reactivación, en el contexto de la Emergencia Sanitaria por COVID-314	MTT6-PRT-014
		Página 300 de 314
0.6	Revisión MTT6	25/06/2020
0.7	Revisión MTT1	29/06/2020
0.8	Revisión GT2	29/06/2020
0.9	Emisión final	30/06/2020

CONTENIDO

OBJETIVO GENERAL.....	300
ALCANCE	301
MARCO LEGAL	301
DEFINICIONES Y/O ABREVIATURAS	301
LINEAMIENTOS GENERALES.....	303
LINEAMIENTOS ESPECÍFICOS.....	306
Tipología de Visita.....	308
a) Visita a lugares cerrados (museos, parques temáticos, centros de interpretación, iglesias, monumentos).....	309
b) Visita a lugares abiertos (Playa, montañas, bosque, áreas protegidas, ríos, lagos, lagunas, sitios arqueológicos)	310
h) En el caso de playas, los GAD Municipales deberán elaborar un plan de las zonificación, definiendo capacidad de carga, zonas de baño, puntos de sombra, la ubicación de las diferentes áreas de arena para colocación de sombrillas, carpas, sillas	310
Tipología de Actividades	311
1. Actividades al aire libre	311
2. Actividades en lugares cerrados	311
ANEXOS	311

5. OBJETIVO GENERAL

Determinar los lineamientos de bioseguridad para turistas que visiten los destinos turísticos del Ecuador, con la finalidad de fortalecer las prácticas existentes de prevención para el personal y el usuario de éstos servicios turísticos ofertados por el prestador.

	Guía General de medidas de bioseguridad para destinos turísticos al momento de su reactivación, en el contexto de la Emergencia Sanitaria por COVID-314	MTT6-PRT-014 Página 301 de 314
--	--	--

6. ALCANCE

A nivel nacional, en todos los destinos turísticos.

7. MARCO LEGAL

- x Constitución de la República del Ecuador. x Ley de Seguridad Pública y del Estado. x Ley Orgánica de Salud. x Ley Orgánica de Régimen Especial de la provincia de Galápagos. x Ley de Turismo. x Reglamento General a la Ley de Turismo.
- x Reglamento General de Actividades Turísticas.
- x Reglamento de Alojamiento Turístico.
 - x Reglamento de Alojamiento Turístico para el Régimen Especial de la Provincia de Galápagos.
- x Reglamento de Intermediación y Operación Turística. x Reglamento de Operación Turística de Aventura. x Reglamento de Transporte Terrestre Turístico. x Reglamento de Centros Turísticos Comunitarios x Reglamento Turístico de Alimentos y Bebidas. x Reglamento Especial de Turismo en Áreas Naturales Protegidas. x Manual del Comité de Operaciones de Emergencias ' COE.
 - x Decreto Ejecutivo No. 2393 Reglamento de Seguridad y Salud de los Trabajadores y Mejoramiento del Medio Ambiente de Trabajo.
 - x Decreto Ejecutivo No. 1074 de 15 de junio de 2020 que declara el Estado de Excepción en todo el territorio a nivel nacional.
 - x Acuerdo Ministerial Nro. 00024-2020 de 16 de junio de 2020 que declara el Estado de Emergencia Sanitaria.
 - x Acuerdo Ministerial AM-MDT-2020-093 de 3 de mayo de 2020 ' Directrices para la reactivación económica a través del retorno progresivo al trabajo del sector privado.
- x Resoluciones COE
 - Nacional x Resoluciones COE Cantonal

8. DEFINICIONES Y/O ABREVIATURAS

Bioseguridad: La bioseguridad es la aplicación de conocimientos, técnicas y equipamientos para prevenir a personas, laboratorios, áreas hospitalarias y medio ambiente de la exposición a agentes potencialmente infecciosos o considerados de riesgo biológico.

Caso sospechoso:

	<p align="center">Guía General de medidas de bioseguridad para destinos turísticos al momento de su reactivación, en el contexto de la Emergencia Sanitaria por COVID-314</p>	<p align="center">MTT6-PRT-014</p>
		<p align="center">Página 302 de 314</p>

- Un paciente con enfermedad respiratoria aguda (fiebre y al menos un signo / síntoma de enfermedad respiratoria, por ejemplo, tos, dificultad para respirar), y un historial de viaje o residencia en un país o una localidad del Ecuador, que informa transmisión comunitaria de la enfermedad COVID-19, durante los 14 días antes del inicio de los síntomas;
- Un paciente con alguna enfermedad respiratoria aguda y que haya estado en contacto con un caso COVID-19 confirmado o probable en los últimos 14 días antes del inicio de los síntomas;
- Un paciente con enfermedad respiratoria aguda grave (fiebre y al menos un signo / síntoma de enfermedad respiratoria, por ejemplo, tos, dificultad para respirar; y que requiere hospitalización) y en ausencia de un diagnóstico etiológico confirmado que explique completamente la presentación clínica.

Caso probable:

- Un caso sospechoso para quien las pruebas de laboratorio (RT-PCR) para el virus COVID19, no son concluyentes o dudoso, y no se pudo concluir con la investigación (2da muestra que solicita laboratorio) o fallece.
- Un caso sospechoso para quien las pruebas de laboratorio (RT-PCR) no pudieron realizarse por algún motivo. (Estos podrían ser fallecidos que no se logró tomar muestra).

Caso confirmado:

- Los casos confirmados son personas con confirmación de laboratorio de COVID-19 .
- Una persona con prueba de laboratorio (RT-PCR) COVID-19 positiva para infección, independientemente de los signos y síntomas clínicos.

Contaminación cruzada: La contaminación cruzada es el proceso mediante el cual los alimentos entran en contacto con otros que están cocinados o no y que terminan por contaminarse como resultado del intercambio de sustancias ajenas.

Distanciamiento Social: Mantener al menos 2 metros (6 pies) de distancia entre usted y las demás personas, particularmente aquellas que tosan, estornuden y tengan fiebre (OMS, 2020).

Empresas Turísticas/ Prestadores de servicios turísticos: Toda persona natural o jurídica que se encuentre legamente registrada en el Ministerio de Turismo y tenga su LUAF otorgada por el GAD Municipal o Metropolitano donde se encuentre ubicado, de acuerdo a la normativa nacional y local vigente.

EPP: Siglas para Equipo de Protección Personal. Constituye implementos que protegen a la persona ante un peligro. Incluye pero no se limita a: guantes, mascarilla, gafas, mandil, casco, etc. El uso de estos implementos depende de los riesgos evaluados en cada actividad.

Espacio público: Se llama espacio público, al espacio de propiedad pública (estatal), dominio y uso público. Es el lugar donde cualquier

	<p align="center">Guía General de medidas de bioseguridad para destinos turísticos al momento de su reactivación, en el contexto de la Emergencia Sanitaria por COVID-314</p>	<p align="center">MTT6-PRT-014</p> <p align="center">Página 303 de 314</p>
--	--	---

persona tiene el derecho a circular en paz y armonía, donde el paso no puede ser restringido por criterios de propiedad privada, y excepcionalmente por reserva gubernamental.

Establecimiento Turístico: Se consideran establecimientos turísticos a las instalaciones abiertas al público en general, que prestan servicios y actividades turísticas y están acondicionados de conformidad con la normativa según el caso que corresponda, ofreciendo diversos servicios al turista.

Servicio Turístico: Consiste en la prestación de un servicio que se contrata para satisfacer las necesidades de clientes en el marco del respeto y las leyes como resultado de una actividad turística. Surgen por la necesidad de atender las demandas de los usuarios y conlleva a la satisfacción de las mismas.

Turismo: Es el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual, sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos, en períodos de tiempo inferiores a un año, cuya motivación es el esparcimiento, ocio, recreación y otras similares a éstas, diferentes a la de ejercer una actividad remunerada en el lugar visitado.

9. LINEAMIENTOS GENERALES

- x Dar cumplimiento a todas las medidas de prevención estipuladas por las autoridades y por el COE nacional.
 - x Uso obligatorio de mascarilla
 - x Mantener la distancia interpersonal al menos 2 metros.
- x Lavarse frecuentemente las manos con agua y jabón líquido (durante 40 a 60 segundos), luego aplicarse gel antibacterial o alcohol antiséptico al 70% que cuente con Registro Sanitario o Notificación Sanitaria Obligatoria emitida por la Agencia Nacional de Regulación Control y Vigilancia Sanitaria, ARCSA. Es especialmente importante lavarse después de toser o estornudar o después de tocar superficies de alto contacto.
- x Cubrirse la nariz y boca con un pañuelo desechable al toser o estornudar, luego deséchelo en un basurero que cuente con tapa. Sino cuenta con un pañuelo cubra su boca y nariz usando la parte interna de su codo.
- x Posterior a toser, estornudar (incluso si esta utilizando mascarilla) o después de tocar superficies potencialmente contaminadas deberá realizar el lavado de manos con jabón líquido y desinfección de manos con gel antibacterial o alcohol antiséptico al 70%, los desinfectantes utilizados deberán tener Registro Sanitario o Notificación Sanitaria Obligatoria emitido por la Agencia Nacional de Regulación Control y Vigilancia Sanitaria, ARCSA.
- x Evitar tocarse el rostro.
- x Si es necesario escupir, puede hacerlo en pañuelo desechable y depositarlo en un basurero que cuente con tapa y accionado con pedal.
- x En los desplazamientos realizados por medio de transporte público, bus de la empresa u otro medio de transporte (taxi), se deberá guardar la distancia interpersonal con las otras personas; y utilizar mascarilla.

	<p align="center">Guía General de medidas de bioseguridad para destinos turísticos al momento de su reactivación, en el contexto de la Emergencia Sanitaria por COVID-314</p>	<p align="center">MTT6-PRT-014</p> <hr/> <p align="center">Página 304 de 314</p>
--	--	---

- x Limpieza y desinfección de manos antes y después de hacer uso de los medios de transporte.
- x Evitar compartir alimentos y bebidas con otras personas.
- x Evitar ingerir alimentos crudos y productos animales poco cocidos. Así como manipular productos alimenticios sin una adecuada higiene de manos. Prevenir la contaminación cruzada de alimentos.
- x En caso de presentar síntomas respiratorios dirigirse al centro médico más cerca del lugar turístico. En caso de no contar con uno dirigirse al establecimiento de salud más cercano privado o público.
- x Al usar cajeros automáticos coloque gel antiséptico o alcohol desinfectante al 70 % en sus manos después de retirar dinero, los desinfectantes deberán contar con Registro Sanitario o Notificación Sanitaria Obligatoria emitida por la Agencia Nacional de Regulación Control y Vigilancia Sanitaria, ARCSA.
- x Al realizar la cancelación de un servicio o compras con dinero en efectivo (billetes, monedas), luego de su manipulación, evitar tocarse el rostro (boca, nariz y ojos); enseguida lavarse las manos con jabón líquido y agua y luego aplicar gel antiséptico o alcohol desinfectante al 70 %, los desinfectantes deberán contar con Registro Sanitario o Notificación Sanitaria Obligatoria emitida por la Agencia Nacional de Regulación Control y Vigilancia Sanitaria, ARCSA.
- x En el caso de realizar un viaje aéreo realizar el check in para vuelos nacionales o internacionales de manera digital antes de llegar al aeropuerto. El boarding pass debe traerse impreso desde casa o visible en el teléfono celular. Mantener el distanciamiento social con el personal del counter, kioscos de auto servicio así como con otros pasajeros de la aerolínea. Observar los lineamientos para la reactivación de vuelos internacionales y domésticos y protocolo de ingreso al país.
- x Recomendar al turista que haga uso de servicios turísticos que si presenta síntomas dentro de los 14 días posteriores a la salida del Ecuador se compromete a informar de su situación a los prestadores de servicios turísticos con los que tuvo contacto para el respectivo cerco epidemiológico en el destino. x Se recomienda el uso de uniformes para los trabajadores con dos fines importantes: primero, el de poder controlar el acceso a áreas restringidas y evidenciar la imagen e higiene personal. En segundo lugar, asegurarse que la vestimenta es utilizada únicamente en el lugar de trabajo, reduciendo posible contaminación foránea. Es importante tener uniformes suficientes para cambio; permitiendo la limpieza de las prendas utilizadas; una vez terminada la jornada de trabajo. Se recomienda incluir como parte de los uniformes, mascarillas lavables con el fin de reducir contaminación por desechos.

Por parte del GAD:

1. Limpieza y desinfección de las facilidades en espacio público.

- x Con base en la realidad de cada facilidad, se deberá levantar procedimientos de limpieza y desinfección, y llevar los registros relacionados como garantía del cumplimiento.
- x Cada facilidad deberá crear una frecuencia de limpieza que se ajuste a la realidad de su operación. Es recomendable que se establezcan

	<p align="center">Guía General de medidas de bioseguridad para destinos turísticos al momento de su reactivación, en el contexto de la Emergencia Sanitaria por COVID-314</p>	<p align="center">MTT6-PRT-014</p> <p align="center">Página 305 de 314</p>
--	--	---

horarios de limpieza y desinfección tanto de todas las instalaciones, como, por ejemplo baños públicos.

x Las superficies del baño y el sanitario deben limpiarse y desinfectarse al menos cuatro veces al día y según la frecuencia del uso, se deberá llevar el registro diario de limpieza y desinfección. Se deberá observar lo establecido en el Reglamento Sustitutivo para el control del funcionamiento de los servicios y baterías sanitarias en los establecimientos turísticos.

x Colocar un mecanismo de desinfección de calzado para el personal del establecimiento y para visitantes.

x Se recomienda utilizar desinfectantes como el hipoclorito de sodio al 0.1% o alcohol al 70% para la limpieza de los objetos, superficies de alto contacto; así como las superficies del baño (o cualquier otro objeto sobre el que se estornude o tosa). Los productos desinfectantes que se utilicen deben contar con Registro Sanitario o Notificación Sanitaria Obligatoria emitida por la Agencia Nacional de Regulación Control y Vigilancia Sanitaria, ARCSA.

x Cada instalación deberá definir los químicos a utilizar, las concentraciones y tiempos de retención para garantizar la limpieza y desinfección de cada área. Como guía se podrá utilizar la información contenida en el siguiente link: <https://www.epa.gov/pesticide-registration/list-n-disinfectants-use-against-sarscov-2>.

Todos los productos higiénicos de uso doméstico o industrial deben tener la respectiva Notificación Sanitaria Obligatoria emitida por la ARCSA y para su preparación se debe seguir las recomendaciones realizadas por el fabricante las mismas que se encuentran en la etiqueta del producto.

x Los paños utilizados para realizar la limpieza y desinfección deben ser lavados con abundante agua y jabón para asegurar su limpieza, los mismos deben estar limpios y desinfectados cada vez que se utilicen. Se podrá utilizar también material desechable para realizar la limpieza. x Observar el Protocolo de Limpieza y Desinfección de Espacios Públicos y Vías. https://www.gestionderiesgos.gob.ec/wp-content/uploads/2020/04/2._protocolo_para_el_procedimiento_de_limpieza_y_desinfeccion_de_espacio_publico_y_vias.pdf

2. Se recomienda reforzar la limpieza y desinfección de:

x Pisos y áreas comunes. x

Computadores, pantallas, mouse, teclado. x Puertas, manubrios, interruptores de luz.

x Llaves de agua, dispensadoras de jabón y desinfectante, dispensadoras de papel, secadores de manos. x Superficies de trabajo. x Menús, esferos.

x Counters, mesas, sillas. x Trampas de grasa, lavabos, mesones, equipos de cocina. x Baños públicos y vestidores.

x Sistema de aire (ductos o equipos de enfriamiento) x Otras que se consideren de riesgo.

	<p align="center">Guía General de medidas de bioseguridad para destinos turísticos al momento de su reactivación, en el contexto de la Emergencia Sanitaria por COVID-314</p>	<p align="center">MTT6-PRT-014</p> <hr/> <p align="center">Página 306 de 314</p>
--	--	---

x Se deberá realizar limpieza y desinfección constante de superficies, máquinas dispensadoras, picaportes de puertas, etc, y en general, cualquier superficie que esté expuesta a los clientes como empleados.

x Cada instalación deberá definir los químicos a utilizar, las concentraciones y tiempos de retención para garantizar la limpieza y desinfección de cada área.

Como guía se podrá utilizar la información contenida en el siguiente link:

<https://www.epa.gov/pesticide-registration/list-n-disinfectants-use-against-sars-cov-2>

x Para las actividades de limpieza y desinfección se recomienda el uso de paños desechables, cuando esto no sea posible, se puede usar paños de colores con distintivo por áreas, los mismos deberán ser lavados y sanitizados después de cada uso.

x Realizar la desinfección diaria de los vehículos utilizados para el transporte y distribución de alimentos y quien lo realiza deberá utilizar la vestimenta que cumpla con las medidas de bioseguridad. Antes de la desinfección del vehículo, la persona designada para la limpieza deberá utilizar guantes y mascarilla.

x El personal de limpieza debe lavar sus manos antes y después de realizar las tareas de limpieza y desinfección, así mismo se deben utilizar guantes de pvc, mascarilla, delantal de caucho y seguir las recomendaciones del fabricante de los insumos a utilizar, acorde a lo descrito en el Anexo 1 y Anexo 2.

x La mascarilla quirúrgica o reutilizable debe cubrir boca y nariz y se debe desechar una vez que esté mojada sucia, depositándola en el recipiente dispuesto para el manejo de residuos sólidos. (Anexo 3)

Recomendación importante: Teniendo en cuenta que el uso de mascarillas y otros implementos de cuidado e higiene personal generan desperdicios; se recomienda a los gobiernos seccionales; la implementación de basureros acordes a la recomendación de las autoridades sanitarias; para evitar que mascarillas u otros implementos utilizados por ciudadanos y turistas; sean desechadas en la vía pública; de tal manera que mejore el control sobre material contaminado y a su vez, la imagen del destino.

El GAD Municipal correspondiente deberá establecer en el destino turístico de su jurisdicción el proceso de recolección de basura para los desechos como mascarillas, guantes y/o pañuelos de uso de las personas

10. LINEAMIENTOS ESPECÍFICOS

Es necesario poner en evidencia cuáles son las actividades que le permiten a un destino; consolidarlo y posicionarlo turísticamente. Por tal motivo, los lineamientos específicos; se desarrollarán a través del análisis de la cadena de valor turística.

Estos actores de la cadena de valor turístico deberán cumplir con los lineamientos específicos establecidos a través de los protocolos de bioseguridad generados por el Ministerio de Turismo para su reapertura en el contexto de la emergencia sanitaria por COVID 19 de acuerdo al siguiente detalle: **Alojamiento turístico:**

<https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2020/05/PROTOCOLO-ALOJAMIENTOSV2.pdf>

Establecimientos turísticos en zonas rurales:

	<p align="center">Guía General de medidas de bioseguridad para destinos turísticos al momento de su reactivación, en el contexto de la Emergencia Sanitaria por COVID-314</p>	<p align="center">MTT6-PRT-014</p> <p align="center">Página 307 de 314</p>
--	--	---

https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2020/06/GUI%CC%81AGENERAL_BIOSEGURIDAD-HACIENDAS-TURISTICAS-FINAL-firmVCM.pdf

Alimentos y bebidas:

<https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2020/05/PROTOCOLO-ALIMENTOS-YBEBIDAS-V2.pdf>

Transporte terrestre turístico:

https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2020/05/Protocolo_de_reactivacio%CC%81n_y_operacio%CC%81n_de_servicio_de_transporte_terrestre_turi%CC%81stico_durante_la_semaforizacio%CC%81n1.pdf

Operación turística:

<https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2020/06/Protocolo-Bioseguridad-AgenciasServicios-Turisticos.pdf>

Actividades turísticas:

Las actividades turísticas deben garantizar el cumplimiento de lineamientos específicos en cada una de sus tipologías. Contar con un plan preventivo para evitar contagio de enfermedades es indispensable para ofrecer al turista cualquier tipo de actividad, garantizándole a su vez medidas de seguridad durante la realización de recorridos.

Si la actividad se realiza en instalaciones ajenas a la empresa; con antelación a la actividad se deben solicitar los protocolos de bioseguridad pertinentes con la finalidad de prevenir el contagio del SARS-Cov-2 a dichas instalaciones o lugares de visita.

Se debería incluir a los guías de turismo locales que viven en comunidades y que trabajan en Áreas Protegidas, la empresa turística que realizará actividades en estos sitios deberá capacitarlos para que puedan manejar grupos y tengan los conocimientos y protocolos de bioseguridad que deberá implementar durante sus interacción con los turistas.

NOTA:

Tanto las empresas turísticas, guías de turismo locales y los turistas deberán respetar los horarios de visita conforme lo disponga el COE Nacional para el toque de queda y los horarios establecidos por cada establecimiento a visitar, como también cumplir con las restricciones para la circulación vehicular, de acuerdo a la semaforización cantonal.

Las empresas turísticas que ofrecen actividades dentro de un destino deberán:

Antes de iniciar las actividades:

- a. Las empresas turísticas deben coordinarse con las autoridades locales así como con otras empresas de turismo de la zona para evitar aglomeración de personas, para un uso ordenado y seguro de los espacios públicos considerando los aforos permitidos de acuerdo a las disposiciones del COE Nacional y Cantonales.

	<p align="center">Guía General de medidas de bioseguridad para destinos turísticos al momento de su reactivación, en el contexto de la Emergencia Sanitaria por COVID-314</p>	<p align="center">MTT6-PRT-014</p> <hr/> <p align="center">Página 308 de 314</p>
--	--	---

- b. Las empresas turísticas deberán fomentar el uso de mecanismos digitales para reserva, pago y atención al cliente.
- c. Las empresas turísticas deberán considerar dentro de su dotación de elementos de asistencia un stock de mascarillas por si algún visitante requiera cambiarla por algún motivo.
- d. Previo a la reserva se deberá facilitar al cliente la declaración de conformidad, solicitar su aceptación recalando la importancia de respetar en todo momento las indicaciones para garantizar la aplicación de los mecanismos de bioseguridad de las instalaciones en las que se realicen las actividades previstas (Ej. áreas recreativas, museos, instalaciones municipales, etc.).

Durante las actividades:

- a) Se recomienda dar cumplimiento del procedimiento para la utilización del equipamiento, de forma que se reduzca el riesgo de contagio. Los equipos no podrán ser compartidos entre clientes o entre trabajadores y clientes; si no ha sido debidamente desinfectado entre uso y uso (Ej. cascos, textiles, bastones, trajes de neopreno, etc.). Llevar un registro de desinfección de equipos para el uso de cada persona.
- b) Mascarillas no deberán ser compartidas. En caso de que la empresa realice transporte turístico o en sus vehículos (Ej. 4x4, safari fotográfico, desplazamiento al inicio y retorno de la actividad) deben cumplirse las medidas dictadas por las autoridades competentes en lo concerniente a capacidad de ocupación de los vehículos utilizados para tal efecto, siempre observando el distanciamiento social.
- c) Se deberá respetar en todo momento las indicaciones de los trabajadores de la empresa (guías, personal de asistencia) y cumplimiento estricto de todas las medidas necesarias para el correcto desarrollo de la actividad y de acuerdo al protocolo de bioseguridad establecido para la realización de actividades.
- d) Se deberá respetar el procedimiento establecido durante la utilización de las instalaciones (Ej. vestuarios, aseos, áreas de descanso).

Al finalizar las actividades:

- a) Se recomienda limpiar y desinfectar el lugar (especialmente si el lugar donde se desarrolló la actividad es cerrado) para atención a nuevos grupos de visita.
- b) Se recomienda que tanto el guía, como los responsables del lugar que ofrece las actividades; realicen un análisis para comprobar si las medidas preventivas son las correctas o si se requiere modificar sus procesos de desinfección y prevención.

1. [Tipología de Visita.](#)

	<p align="center">Guía General de medidas de bioseguridad para destinos turísticos al momento de su reactivación, en el contexto de la Emergencia Sanitaria por COVID-314</p>	<p align="center">MTT6-PRT-014</p> <p align="center">Página 309 de 314</p>
--	--	---

2. a) Visita a lugares cerrados (museos, parques temáticos, centros de interpretación, iglesias, monumentos)

Preferentemente se recomienda antes de permitir el acceso a grupos de turistas:

- a) Definir el aforo máximo permitido, respetando las consideraciones de distanciamiento social al menos de 2 metros, acorde a las medidas establecidas por las autoridades del COE Nacional y considerando la semaforización establecida por cada Cantón.
- b) Definir un proceso de desinfección continuo y bajo estricto control que estará a cargo de los responsables de la administración del sitio.
- c) Evaluar y monitorear el estado de salud de sus trabajadores del lugar con frecuencia diaria. Se debe realizar la lectura de temperatura (termómetro infrarrojo) al personal al inicio y fin de la jornada de trabajo, y llevar el registro correspondiente. Se recomienda medir niveles de oxígeno con un oxímetro. Si la temperatura de la persona está por encima de los treinta y ocho (38) grados deberán observarse los Lineamientos establecidos en el cumplir con el aislamiento preventivo acorde al Protocolo de aislamiento preventivo obligatorio para personas con sospecha o positivo de la COVID19 emitido por la Mesa Técnica de Trabajo 2 Salud y Atención Prehospitalaria. (Anexo 04). De igual manera el visitante deberá someterse al proceso de toma de temperatura, antes del ingreso al establecimiento.
- d) En museos e iglesias respetar los recorridos establecidos. Si estos lugares cuenta con pantallas táctiles y otros implementos que requieran de su manipulación, realizar e lavado y desinfección de manos antes y después de su utilización.
- e) Brindar información básica sobre las medidas y normas de seguridad con relación a la emergencia sanitaria por COVID-19, con una frecuencia definida. La información deberá contener la siguiente temática:
 - a. Acciones a seguir frente a cada caso;
 - b. Protección para la atención al público;
 - c. Medidas personales y colectivas de protección y prevención;
 - d. Disponer de dispensador/es de solución desinfectante al ingreso y/o en áreas estratégicas dentro del establecimiento;
 - e. Colocar un mecanismo de desinfección de calzado para el personal y personas usuarias;
 - f. Y demás información actualizada que considere necesaria;
- f) Establecer un mecanismo de reservas de visita para evitar aglomeraciones de personas y tener un registro de visitas programadas.
- g) Se deberán promover los pagos con medios electrónicos con tarjetas de crédito o en línea. Cuando estas no sean posibles se deberá generar procedimientos de pago y firma de vouchers para evitar los contagios.

	<p align="center">Guía General de medidas de bioseguridad para destinos turísticos al momento de su reactivación, en el contexto de la Emergencia Sanitaria por COVID-314</p>	<p align="center">MTT6-PRT-014</p>
		<p align="center">Página 310 de 314</p>

- h) Crear páginas web con información de las características del lugar y con la información sobre las acciones implementadas para evitar contagios.
- i) Los responsables de la administración del sitio deberán mantener comunicación constante con guías y empresas turísticas que usualmente visitan estos lugares; para coordinación de actividades, tamaño de grupos; y establecer acuerdos de colaboración conjunta para prevenir contagios.

3. **b) Visita a lugares abiertos (Playa, montañas, bosque, áreas protegidas, ríos, lagos, lagunas, sitios arqueológicos)**

Preferentemente se recomienda lo siguiente antes de permitir el acceso a grupos de turistas:

- a) De acuerdo a las disposiciones emitidas por el COE Nacional se deberá respetar el aforo o capacidad de grupos, así mismo se deberá considerar conforme la semaforización del cantón donde se encuentra el lugar de visita, esto con la finalidad de evitar aglomeración de personas.
 - b) La administración del sitio preferentemente promoverá la reserva de cupos para entrar; vía internet; así mismo como modalidades de pago en línea.
 - c) Considerar el traslado en vehículos de transporte turístico hasta el sitio de visita, y que los mismos cumplan con los debidos protocolos de bioseguridad.
 - d) Mantener comunicación constante con guías locales y empresas turísticas que usualmente visitan éstos lugares; para coordinación de actividades, tamaño de grupos; y establecer acuerdos de colaboración conjunta para prevenir contagios.
 - e) Incorporar en sus sitios web la información de las características del lugar y con la información sobre las acciones de bioseguridad implementadas con la finalidad de evitar contagios por COVID 19.
 - f) Mantener comunicación y reporte constante con autoridades locales de salud y otras instituciones de emergencia y control.
 - g) Utilizar mascarilla durante el desarrollo de la actividad, siempre observando las disposiciones de cada lugar de visita.
4. **h) En el caso de playas, los GAD Municipales deberán elaborar un plan de las zonificación, definiendo capacidad de carga, zonas de baño, puntos de sombra, la ubicación de las diferentes áreas de arena para colocación de sombrillas, carpas, sillas.**
- i) No permitir actividades colectivas que pueden conducir a reuniones, respetar el distanciamiento social.

	Guía General de medidas de bioseguridad para destinos turísticos al momento de su reactivación, en el contexto de la Emergencia Sanitaria por COVID-314	MTT6-PRT-014
		Página 311 de 314

- j) No permitir juegos de pelota, entre otras, que pueden hacer que la gente se mueva de un lugar a otro, para reducir la distancia interpersonal.

5. Tipología de Actividades.

6. 1. Actividades al aire libre

- a) Deben ser realizadas bajo la supervisión de un guía que pueda estar pendiente de la seguridad de los turistas y revisar que se cumplen las políticas y disposiciones en base al protocolo de bioseguridad determinado para tal efecto.
- b) Se recomienda que se realicen en grupos pequeños; siempre respetar las medidas de distanciamiento social e intercalados para evitar conglomeraciones de gente.

7. 2. Actividades en lugares cerrados

De acuerdo al tamaño del lugar se deberá contemplar lo siguiente:

- a) Cumplir con el aforo máximo permitido de acuerdo a la semaforización del Cantón donde se encuentra el lugar, se deberá respetar las normas de distanciamiento social de mínimo 2 metros.
- b) Establecer las medidas de desinfección del lugar así como el uso de equipos y establecer horarios de limpieza que no genere molestias a los visitantes del lugar.
- c) Implementar sistemas para desinfección de calzado y pertenencias de visitantes.

Ejemplos de soluciones para desinfección de calzado son: x Solución de amonio cuaternario: 400ppm o de acuerdo a lo establecido en la hoja de seguridad e indicaciones del fabricante.

x Se deberá seguir las recomendaciones del proveedor de químicos y desinfectantes.

x Se deberá definir una frecuencia de cambio de la solución, en base al tráfico de cada establecimiento. Mínimo dos veces al día.

- d) Con carácter general, la administración del sitio deberá mantener un aprovisionamiento e inventario adecuado de jabón líquido, pañuelos desechables y alcohol en gel, mismos que deben contar con Registro Sanitario o Notificación Sanitaria Obligatoria emitida por la Agencia de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA), Doctor Leopoldo Izquieta Pérez; así como también, deben contar con bolsas para el manejo de desechos y la gestión de los mismos.

8. ANEXOS

Anexo 01 Lavado de manos

¿Cómo lavarse las manos?

¡Lávese las manos solo cuando estén visiblemente sucias! Si no, utilice la solución alcohólica

 Duración de todo el procedimiento: 40-60 segundos



0 Mójese las manos con agua;



1 Deposite en la palma de la mano una cantidad de jabón suficiente para cubrir todas las superficies de las manos;



2 Frótese las palmas de las manos entre sí;



3 Frótese la palma de la mano derecha contra el dorso de la mano izquierda entrelazando los dedos y viceversa;



4 Frótese las palmas de las manos entre sí, con los dedos entrelazados;



5 Frótese el dorso de los dedos de una mano con la palma de la mano opuesta, agarrándose los dedos;



6 Frótese con un movimiento de rotación el pulgar izquierdo, atrapándolo con la palma de la mano derecha y viceversa;



7 Frótese la punta de los dedos de la mano derecha contra la palma de la mano izquierda, haciendo un movimiento de rotación y viceversa;



8 Enjuáguese las manos con agua;



9 Séquese con una toalla desechable;



10 Sírvese de la toalla para cerrar el grifo;



11 Sus manos son seguras.



Organización Mundial de la Salud

Seguridad del Paciente

UNA ALIANZA MUNDIAL PARA UNA ATENCIÓN MÁS SEGURA

SAVE LIVES

Clean Your Hands

La Organización Mundial de la Salud ha tomado todas las precauciones necesarias para asegurar la fiabilidad del contenido de este documento. Sin embargo, el usuario asume toda la responsabilidad por el uso de la información contenida en los textos que pudieran ocasionar su aplicación. La OMS respalda a las iniciativas lideradas por el Ginebra Health Centre, en particular a los miembros del Programa de Control de Infecciones, en particular a los miembros de la Red de la Salud.

Organización Mundial de la Salud, Octubre 2010

MINISTERIO DE SALUD PÚBLICA



¿Cómo desinfectarse las manos?

¡Desinfectese las manos por higiene! Lávese las manos solo cuando estén visiblemente sucias

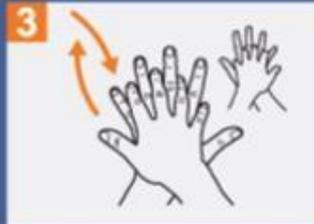
⌚ Duración de todo el procedimiento: 20-30 segundos



1a Deposite en la palma de la mano una dosis de producto suficiente para cubrir todas las superficies;



2 Frótese las palmas de las manos entre sí;



3 Frótese la palma de la mano derecha contra el dorso de la mano izquierda entrelazando los dedos y viceversa;



4 Frótese las palmas de las manos entre sí, con los dedos entrelazados;



5 Frótese el dorso de los dedos de una mano con la palma de la mano opuesta, agarrándose los dedos;



6 Frótese con un movimiento de rotación el pulgar izquierdo, atrapándolo con la palma de la mano derecha y viceversa;



7 Frótese la punta de los dedos de la mano derecha contra la palma de la mano izquierda, haciendo un movimiento de rotación y viceversa;



8 Una vez secas, sus manos son seguras.



Organización Mundial de la Salud

Seguridad del Paciente

UNA ALIANZA MUNDIAL PARA UNA ATENCIÓN MÁS SEGURA

SAVE LIVES

Clean Your Hands

La Organización Mundial de la Salud ha tomado todas las precauciones necesarias para garantizar la fiabilidad de esta información. Sin embargo, el lector público no debe basarse en ningún tipo de asesoramiento médico. Consulte al médico la responsabilidad de la interpretación y del uso del material. La Organización Mundial de la Salud no puede ser responsable de los daños que pudieran ocasionar los errores. La OMS respalda a los miembros o asociados de OMSA, en particular a los miembros de Programa de Control de Infecciones, en particular sobre el uso de la información de esta página.

Organización Mundial de la Salud, Octubre 2010

MINISTERIO DE SALUD PÚBLICA

Latina

Redes para todos

EL GOBIERNO DE TODOS

CORRECTA COLOCACIÓN DE LA MASCARILLA

- Previo a realizar higiene de manos.
- Colocarse la mascarilla cubriendo la nariz y la boca, luego amarrarla tomando solamente las tiras.
- Moldear a la altura de la nariz para que quede cómoda y segura.
- Realizar higiene de manos



- Desamarrar las tiras.
- Eliminar la mascarilla en depósito de desechos, manteniéndola siempre de las amarras
- Realizar higiene de manos.



Anexo 04 Protocolo de aislamiento preventivo obligatorio para personas con sospecha o positivo de la COVID-19

Emitido por la Mesa Técnica de Trabajo 2 Salud y Atención Prehospitalaria. Se encuentra en el siguiente link: