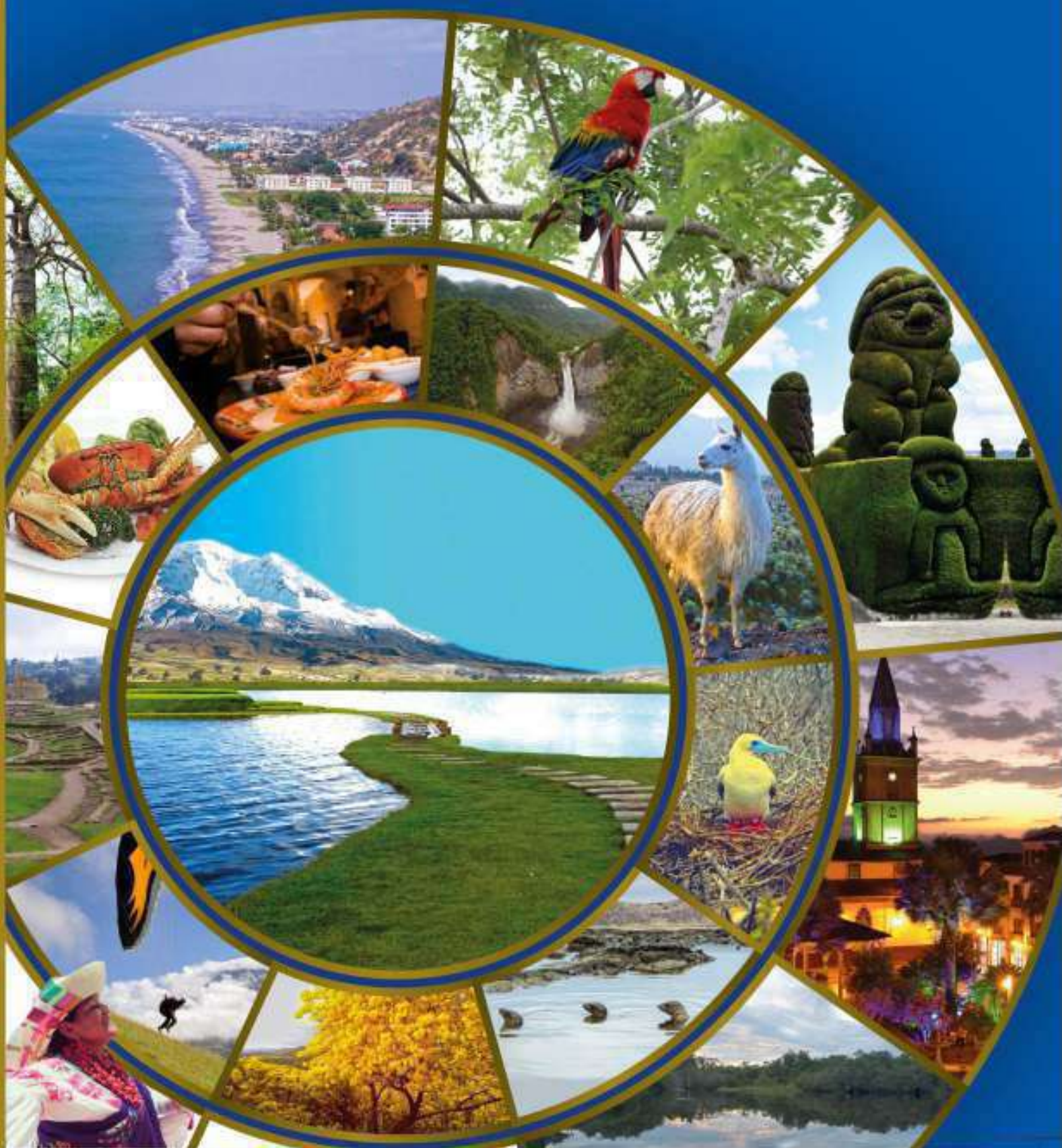


GUÍA METODOLÓGICA PARA LA ELABORACIÓN DE PLANES DE DESARROLLO TURÍSTICO CANTONAL





GUÍA METODOLÓGICA PARA LA
ELABORACIÓN DE PLANES DE
DESARROLLO TURÍSTICO CANTONAL

Autoría del documento:

Asociación de Municipalidades Ecuatorianas

Documento elaborado por:

Coordinación de Promoción de las Ciudades
Dirección Nacional de Cooperación

Aportes al texto:

Mg. Gabriela Flores

Revisión técnica del texto:

Arq. Magdalena Álvarez
Ing. Analee Montaña
MBA. Gabriela Villacrés

Fotografías:

Gobiernos Autónomos Descentralizados
Municipales

Diseño, diagramación portada e impresión:

IMPRENTA A TODO COLOR
E-mail: geo19902011@hotmail.com
Telf.: 022543923 / 099 0772 439

Hecho en Ecuador
Primera Edición, Diciembre 2016

El presente documento debe citarse de la
siguiente manera:

Asociación de Municipalidades Ecuatorianas.
(2016). Guía Metodológica para la Elaboración
de Planes de Desarrollo Turístico Cantonal.
Quito - Ecuador

** Para su reproducción total o parcial
se requiere autorización de la AME.*

Presentación

El país ha emprendido un proceso de reorganización del Estado, con énfasis en una visión territorial que conlleva el reconocimiento de la autonomía, el impulso a la descentralización y desconcentración, la democratización de los GAD y la construcción de un Estado plurinacional. En esta dirección, la Constitución otorga mayor poder a los GAD y, paralelamente, requiere de ellos, en particular de los gobiernos municipales, mayores capacidades de gestión y planificación de sus territorios y de sus valiosos recursos.

El Ecuador ha reconocido la importancia del turismo y se muestra claramente en el Plan Nacional del Buen Vivir en el Objetivo 10: Impulsar la transformación de la matriz productiva; Política 10.3 “Diversificar y generar mayor valor agregado en los sectores prioritarios que proveen servicios”; literales g y h: “Impulsar al turismo como uno de los sectores prioritarios para la atracción de la inversión nacional y extranjera”, “Posicionar el turismo consciente como concepto de vanguardia a nivel nacional e internacional, para asegurar la articulación de la intervención estatal con el sector privado y popular, y desarrollar un turismo ético, responsable, sostenible e incluyente”.

Es evidente que la actividad turística se ha convertido en una herramienta de gestión importante para el desarrollo de los territorios la misma que debe asumirse desde las competencias de las autoridades municipales, con un enfoque integral que incorpore las estrategias de turismo a nivel nacional. Bajo este contexto, es importante que los Gobiernos Autónomos Descentralizados Municipales apuesten por el turismo como un eje para desarrollar e impulsar económicamente sus territorios. En este sentido la Asociación de Municipalidades Ecuatorianas - AME, ha considerado importante generar una herramienta que sirva de ayuda para la gestión turística y que permita levantar la información turística municipal con la finalidad de apoyar el desarrollo del plan turístico en cada territorio.



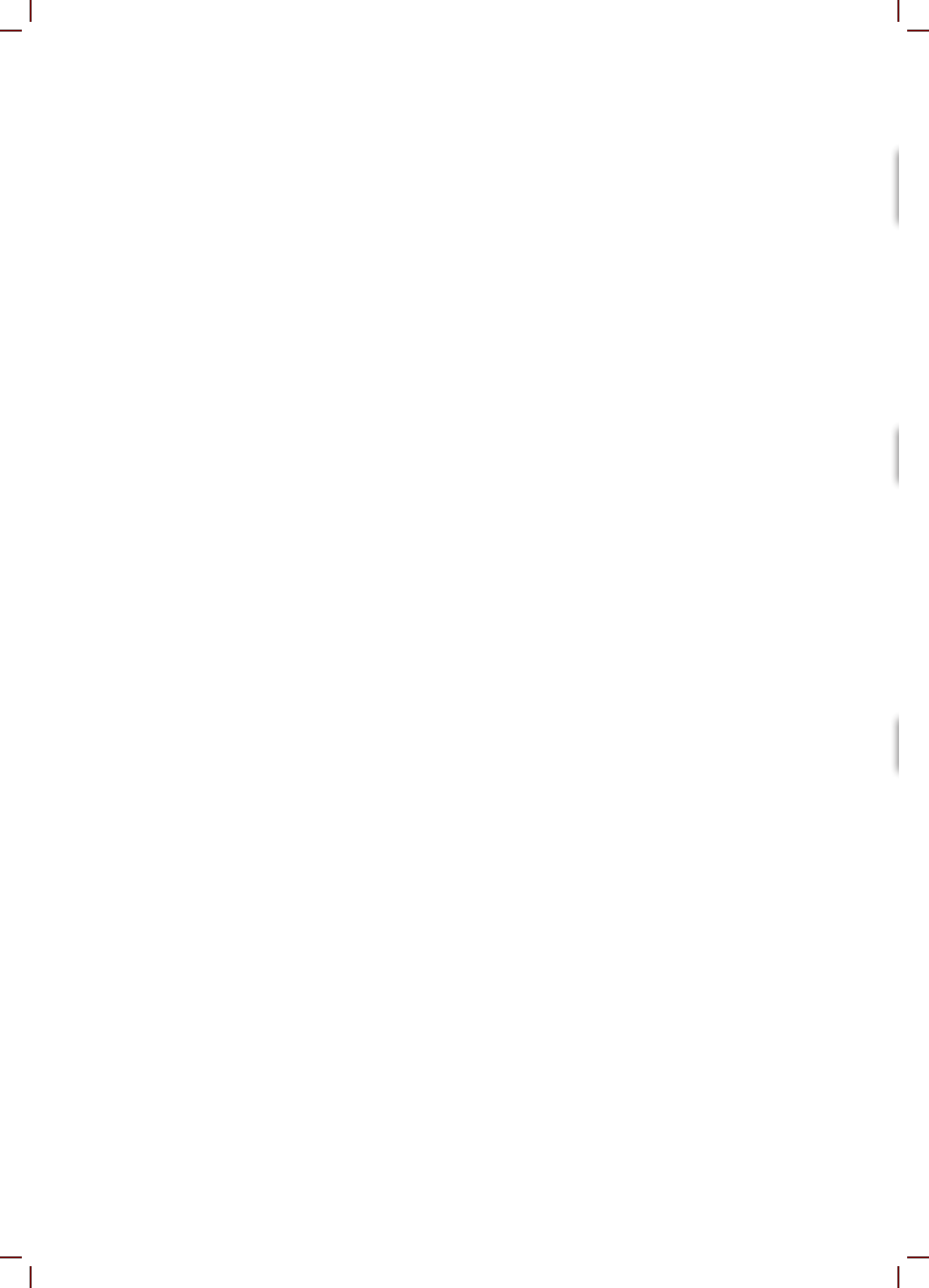
Introducción

Ecuator es uno de los países más ricos en biodiversidad probablemente uno de los más biodiversos en el planeta, pues gracias a sus grandes contrastes, en su pequeño territorio conjuga cuatro regiones naturales que ofrecen una gama de suelos, climas, montañas, páramos, playas, islas y selva, que a la vez constituyen el hogar de miles de especies de flora y fauna; posee 52 áreas naturales protegidas, además de un buen número de zonas y áreas naturales privadas.

Pero el Ecuador no sólo es rico en naturaleza sino también es en su gente, pues su territorio es padre de 14 nacionalidades y 18 pueblos indígenas con costumbres, idiomas, tradiciones múltiples y únicas, todas estas características hacen que el país sea un lugar digno de ser visitado y reconocido como destino turístico mundial.

El turismo ocupa el tercer renglón de divisas del Ecuador, luego de las exportaciones de petróleo y banano. La mayor cantidad de turistas provienen de Estados Unidos, Europa (en especial de Alemania) y América Latina (mayoritariamente colombianos). También hay turismo interno, el cual viaja por vacaciones, por negocios o trabajo.

Es importante conocer también que el turismo ha sido reconocido como prioridad nacional y ha sido considerado como política de Estado dentro de la transformación de la matriz productiva del Ecuador, siendo pieza clave en la reactivación económica y fomento de la competitividad en los territorios.



CONTENIDOS

Presentación / Introducción

CAPÍTULO I MARCO GENERAL SOBRE TURISMO

1. Historia del Turismo
2. El turismo en el mundo y en el Ecuador
3. Modalidades de gestión para el turismo
4. Municipios Turísticos Descentralizados
5. La accesibilidad en el Turismo



CAPÍTULO II MARCO LEGAL

- Constitución
- Plan Nacional del Desarrollo del Buen Vivir
- Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomías y Descentralización
- Ley de Turismo
- Resolución del Consejo Nacional de Competencias 001-CNC 2016 de Turismo



CAPÍTULO III TIPOS DE TURISMO

- Agroturismo
- Ecoturismo o Turismo Ecológico
- Etnoturismo
- Turismo Comunitario
- Turismo Cultural
- Turismo Arqueológico
- Turismo Científico
- Turismo Gastronómico
- Turismo Patrimonial
- Turismo Religioso
- Turismo Urbano
- Turismo de Convenciones y Congresos
- Turismo de Cruceros
- Turismo de Aventura
- Turismo de Bienestar
- Turismo de Sol y playa



CAPÍTULO IV METODOLOGÍA

1. Declaración de misión, visión y valores
2. Levantamiento de línea base
3. Conformación y Funcionamiento de Instancias de Participación
4. Plan de trabajo o análisis del diagnóstico del territorio
5. Plan de Acción



ANEXOS

- Metodología para el levantamiento de servicios de atractivos turísticos municipales
- Ficha descriptiva del Cantón
- Instructivo ficha descriptiva del Cantón
- Ficha inventario de atractivos turísticos
- Instructivo ficha inventario del Cantón
- Ficha jerarquización de atractivos turísticos
- Clasificación de atractivos turísticos



BIBLIOGRAFÍA

- Bibliografía
- Fuentes en Línea





CAPÍTULO I MARCO GENERAL SOBRE EL TURISMO





1. HISTORIA DEL TURISMO

1.1 EDAD ANTIGUA

Los primeros movimientos turísticos organizados se dieron durante la época Greco-Romana. En la Grecia clásica se daba gran importancia al ocio, y el tiempo libre lo dedicaban a la cultura, diversiones, religión y deporte. Los desplazamientos más notables eran para participar de los Juegos Olímpicos de la Edad Antigua, la historia afirma que acudían miles y miles de personas a estos eventos.

Si se habla de la época romana el turismo estaba destinado únicamente para las clases más ricas y se practicaba durante el veraneo. Es conocido que los romanos tenían construcciones para aguas termales, mismas que eran utilizadas para la relajación de los guerreros que venían de batalla. Eran asiduos de grandes espectáculos, como los teatros, y realizaban desplazamientos habituales hacia la costa¹.

1.2 EDAD MEDIA

Durante esta época el desarrollo del turismo fue incipiente debido a diferentes crisis económicas que sufría el mundo en ese entonces. Sin embargo surge otro tipo de turismo que se mantiene hasta estos días “*El turismo religioso*”, en ese tiempo lo denominaban “*Peregrinaciones*”.

Eran grandes cantidades de personas movidas por dos religiones: la Católica y la Islámica, que sus adeptos visitaban sus templos: la Catedral de San Pedro y La Meca, respectivamente.

1.3 EDAD MODERNA

En el siglo XVI, surge la costumbre de mandar a los jóvenes aristócratas ingleses a hacer el Grand Tour al finalizar sus estudios; esto con la finalidad de conocer el “mundo” y adquirir experiencias e instrucción ya que en el futuro gobernarían su país y debieran aprender cómo administrar su Imperio.

¹ www.almas.tv/viajes/viajes2.html

Entre los siglos XVIII y XIX, la revolución industrial en Europa trajo consigo una capa social elitista con tiempo y recursos para hacer algo nuevo: viajar por puro placer y no por necesidad. En buena parte debido a las redes de transporte, que contribuía a facilitar el viaje. A principios del siglo XIX los balnearios y las playas eran ya destinos turísticos por excelencia. Aristócratas y burgueses acudían a diversos balnearios europeos en busca de aire puro para sanar sus enfermedades.

1.4 EDAD CONTEMPORÁNEA

Con la Revolución Industrial se consolida la burguesía que volverá a disponer de recursos económicos y tiempo libre para viajar. Con el invento de la máquina de vapor para trenes y navegación se reduce el tiempo de los desplazamientos. Las líneas férreas se extienden con gran rapidez por toda Europa y Norteamérica.

En 1841 Thomas Cook sienta las bases del turismo tal como lo conocemos hoy, vendiendo el primer paquete de viaje, con lo que se percató de lo rentable que podría ser ese negocio. En 1851, crea la primera Agencia de Viajes “Thomas Cook & Son”. En 1867 inventa el bono o voucher, documento que permite la utilización en hoteles de ciertos servicios contratados y pre pagados a través de una agencia de viajes.

Al estallar la Primera Guerra Mundial en el verano de 1914 se considera que había aproximadamente 150.000 turistas americanos en Europa y tras la Segunda Guerra Mundial, al recuperarse Europa, Norteamérica y Japón, comenzó el boom turístico, caracterizado por el turismo en masas. El poder adquisitivo, la mejora de las comunicaciones y los medios de transporte, junto con el derecho laboral a vacaciones, dan lugar a que surja una cultura de ocio basada en el viaje. El tipo de vacaciones se convierte además en un símbolo de status.

Entre 1950 y 1973 se comienza a hablar del boom turístico. El turismo internacional crece a gran ritmo, esto como consecuencia de la estabilidad social, desarrollo del ocio, y la estabilidad económica a nivel mundial. El avión, utilizado por minorías en largas distancias, se va desarrollando tímidamente para acabar imponiéndose sobre las compañías navieras.

Posteriormente, los grandes tour operadores lanzan al mercado millones de paquetes turísticos idénticos. En la mayoría de los casos se utiliza el vuelo chárter, que abarata el producto y lo populariza. Al principio de este período (1950) había 25 millones de turistas, y al finalizar (1973) había 190 millones. Ya en los años 80's se produce una internacionalización muy marcada de las grandes empresas hoteleras y de los tour operadores, que buscan nuevas formas de utilización del tiempo libre y ofrecen nueva oferta entre la que se encuentran los parques, y tours temáticos (deporte, riesgo, salud,...). Aplican nuevas técnicas de marketing, porque al pasar el tiempo las motivaciones y necesidades del turista cambian.

La década de los 90 incluye grandes acontecimientos como la caída de los regímenes comunistas europeos, la Guerra del Golfo, la reunificación alemana, la guerra yugoslava, etc., que inciden de forma directa en la historia del turismo.

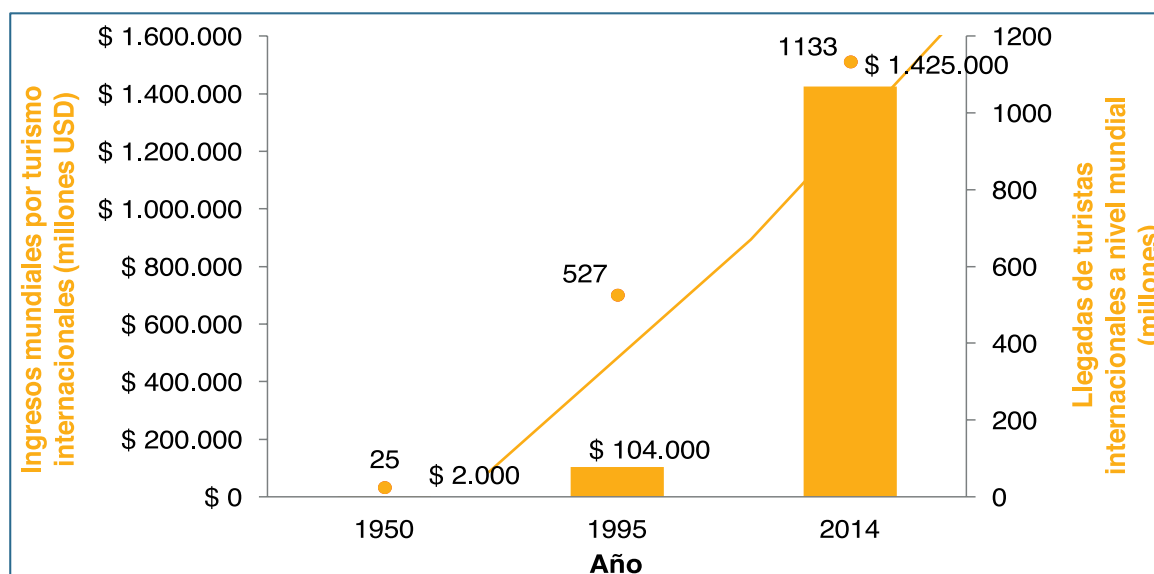
Se trata de una etapa de madurez del sector que sigue creciendo aunque de una manera más moderada y controlada. Se limita la capacidad receptiva (adecuación de la oferta a la demanda, se empieza a controlar la capacidad de aforo de monumentos, etc.), se diversifica la oferta (nuevos productos y destinos), se diversifica la demanda (aparecen nuevos tipos diferentes de turistas) y se mejora la calidad (al turista no le importa gastar más si la calidad es mejor).

2. EL TURISMO EN EL MUNDO Y EN EL ECUADOR

2.1 TURISMO EN EL MUNDO

La OMT, en el folleto Panorama OMT del Turismo Internacional (2015), determina que el turismo es clave para el desarrollo, la prosperidad y el bienestar que ha experimentado una continua expansión y diversificación, convirtiéndose en uno de los sectores económicos de mayor envergadura y crecimiento con 1.184 millones de turistas viajando alrededor del mundo durante el 2015.²

El comportamiento histórico del turismo a nivel mundial ha crecido exponencialmente, las llegadas de turistas internacionales han pasado de 25 millones en 1950 a 527 millones en 1995 y 1.133 millones en 2014. Los ingresos



2 http://cf.cdn.umwto.org/sites/all/files/pdf/annual_report_2015_lr.pdf

Fuente: OMT - 2015
Elaborado por: Gabriela Villacrés

por turismo internacional han pasado de USD \$2.000 millones en 1950 a USD \$104.000 millones en 1995 y USD \$1.425.000 millones en 2014.

2.2 TURISMO EN ECUADOR

El turismo nació en Ecuador en la década de los cincuenta cuando personas visionarias decidieron organizar el primer paquete turístico con extranjeros hacia las Islas Galápagos,

desde ese entonces hasta la actualidad han sido mayores los grupos de turistas que han encontrado en Ecuador insular y continental importantes motivos para recorrerlo. A partir de esta primera visita cada vez es mayor el flujo de turistas que llegan a Ecuador; siendo sus mayores motivaciones: Galápagos, Centros históricos (Quito y Cuenca), Otavalo, la Avenida de los volcanes, Baños, y las varias rutas que ofrece el Ferrocarril.

Llegadas de extranjeros al Ecuador

Mes	2010	2011	2012	2013	2014	Var % '14/'13
Enero	96109	105548	127116	130843	152576	16,6
Febrero	89924	86421	99521	103761	124584	20,1
Marzo	82452	87495	96948	113359	114007	0,6
Abril	70540	87507	92627	87486	118614	35,6
Mayo	77618	82870	92644	98414	111177	13
Junio	91602	99949	118292	121742	129062	6
Julio	110545	117966	130779	138138	154229	11,6
Agosto	95219	98962	106375	112569	131694	17
Septiembre	71776	80090	85990	97374	112767	15,8
Octubre	83701	88357	99145	111517	124456	11,6
Noviembre	81253	92573	99674	112056	127562	13,8
Diciembre	96359	113299	122790	136798	156278	14,2
Total	1047098	1141037	1271901	1364057	1557006	14,2

Fuente: Anuario de Entradas y Salidas Internacionales, INEC. Información provisional 2014, Dirección Nacional de Migración

En lo que se refiere a la contribución del turismo al desarrollo del país, se conoce que la actividad turística está en el tercer lugar de generación de divisas en el Ecuador si se compara con los ingresos provenientes de los principales productos de exportación, convirtiéndose en uno de los rubros que atrae mayor inversión nacional y extranjera.

Es importante también anotar que existe mayor dinamismo del turismo interno que del que viene de otros países.

Se calcula que más de 58 mil personas están directamente empleadas en la actividad turística, lo que equivale al 1.5% de la población económicamente activa del Ecuador.

³ Estadísticas, MINTUR

A esta cifra hay que añadir los tres puestos de trabajo indirectos que se crean por cada plaza directa en el sector lo que significa que alrededor de 174.000 personas dependen directa o indirectamente de esta actividad.

Los mayores generadores de empleo directo para el turismo ecuatoriano son:

- establecimientos de comidas y bebidas (50%)
- alojamientos (30%)
- agencias de viajes (20%)

Cabe destacar que el 75% de las empresas clasificadas como turísticas son administradas por mujeres.³

Es evidente que la actividad turística se ha convertido en una herramienta de gestión importante para el desarrollo de los territorios la misma que debe asumirse desde las competencias de las autoridades municipales, con un enfoque integral que incorpore las estrategias de turismo a nivel nacional.

El 1 de abril de 2014 el Ministerio de Turismo mostró al mundo la campaña de promoción turística *"All you need is Ecuador"* con la que se pretende promocionar al país como uno de los destinos turísticos más completos a nivel mundial en mercados como Estados Unidos, Canadá, México, Colombia, Perú, Chile, Alemania, Francia, Holanda, España, Inglaterra e Italia, sin dejar de lado los mercados de oportunidad como Brasil, China y Rusia al igual que Japón y Australia.

Para el efecto se han utilizado estrategias como: crecimiento y entrada de turistas, presencia en ferias internacionales, eventos deportivos relevantes.

Adicionalmente la campaña se enfoca fuertemente en el trade internacional llegando a 25.000 agentes de turismo a través de cinco herramientas de promoción y capacitación que son las siguientes:

- Publicaciones en la revista travel planner
- Webinars capacitación online
- Newsletter las noticias del Ecuador
- La web y los canales digitales
- Contenido especializado, relaciones públicas y monitoreo

3. MODALIDADES DE GESTIÓN PARA EL TURISMO

Las municipalidades han venido impulsando al turismo como un factor que incide en el desarrollo económico, cultural y patrimonial de la gestión territorial, existen 76 municipios que a partir de 1999 al 2006 iniciaron un proceso

de descentralización de la competencia en turismo lo que ha conjugado en una dinámica de despunte turístico que ha sido articulada a los procesos de planificación y ordenamiento territorial de los cantones, trayendo grandes beneficios al territorio.

3.1 MANCOMUNIDADES Y CONSORCIOS

Dentro de la Constitución del Ecuador 2008 se establece la creación de mancomunidades por parte de los municipios, con el fin de que las afinidades que puedan tener entre cantones, impulsen el alcance del desarrollo económico y social de las poblaciones que las compongan.

Una mancomunidad es una corporación o entidad legalmente constituida por agrupaciones de municipios o provincias, (RAE 2009), formando un órgano distinto a estos.

Las mancomunidades son modelos de gestión desde lo local-territorial, con ámbitos territoriales diversos y amplios; no reemplazan a otras entidades de Gobierno, ni tampoco se limitan al ámbito de una Municipalidad, en cuya voluntad asociativa reposan.

El consorcio es el mancomunamiento de dos o más gobiernos autónomos descentralizados del mismo nivel de gobierno que no fueran contiguos o entre gobiernos autónomos descentralizados de distintos niveles.

Las mancomunidades y consorcios que se constituyan podrán recibir financiamiento del presupuesto general del Estado para la obra o proyecto objeto del mancomunamiento, en función de la importancia de la obra o proyecto, previa aprobación por parte del gobierno central.

Para la conformación de mancomunidades y consorcios existen varios apoyos legales, entre ellos el más importante es el fundamento constitucional que está en el artículo 243 que menciona:

“*Dos o más regiones, provincias, o parroquias contiguas podrán agruparse y formar mancomunidades, con la finalidad de mejorar la gestión de sus competencias y favorecer sus procesos*”.

Asimismo el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización COOTAD determina en su artículo 286 que:

“*Las mancomunidades y consorcios son entidades de derecho público con personalidad jurídica para el cumplimiento de los fines específicos determinados de manera expresa en el convenio de creación*”.

Adicionalmente el artículo 285 menciona que:

“*Los gobiernos autónomos descentralizados regionales, provinciales, distritales, cantonales o parroquiales rurales y los de las circunscripciones territoriales indígenas, afroecuatorianas y montubias podrán formar mancomunidades entre sí, con la finalidad de mejorar la gestión de sus competencias y favorecer sus procesos de integración, en los términos establecidos en la Constitución y de conformidad con los procedimientos y requisitos establecidos en este Código*”.

3.1.1 PROCEDIMIENTO PARA CONFORMACIÓN DE MANCOMUNIDADES Y CONSORCIOS.

Para la conformación de una mancomunidad se deberá cumplir el siguiente procedimiento:

1. La resolución de cada uno de los órganos legislativos de los gobiernos autónomos descentralizados integrantes, mediante la cual se aprueba la creación de la mancomunidad / consorcio.
2. La suscripción del convenio de mancomunidad / consorcio acordado por los gobiernos autónomos descentralizados, por parte de los representantes legales de cada uno.

El convenio de la mancomunidad / consorcio deberá contener por lo menos los siguientes elementos: denominación de la mancomunidad / consorcio, identificación de los gobiernos autónomos descentralizados que la integran, su objeto o finalidad específica, el plazo de la misma y los recursos que aporte cada miembro y que constituirán su patrimonio;

3. La publicación del convenio y de las resoluciones habilitantes de cada gobierno autónomo descentralizado en el Registro Oficial; y,
4. La inscripción de la conformación de la mancomunidad / consorcio en el Consejo Nacional de Competencias, quien será responsable de evaluar la ejecución del cumplimiento de las competencias mancomunadas.

En el caso que se requiera reformar el convenio de mancomunidad el artículo 288 del COOTAD dice que:

“*Deberá realizarse cumpliendo el mismo procedimiento y requisitos que los exigidos para su conformación, requiriendo la resolución de cada uno de los órganos legislativos, debiéndose establecer un adenda al convenio de creación*”.

Adicionalmente si se desean conformar empresas en mancomunidad o consorcios el artículo 289 del COOTAD dice:

“*Los gobiernos autónomos descentralizados mancomunados o que conformaren consorcios, podrán crear empresas públicas de acuerdo con la ley que regula las empresas públicas, para dar cumplimiento a las finalidades de la mancomunidad o consorcio. Los estatutos sociales de la empresa determinarán la forma de integración del directorio y los aportes que realizará cada gobierno autónomo descentralizado*”.

Los gobiernos autónomos descentralizados mancomunados o que constituyan consorcios, podrán crear empresas públicas a través del acto normativo legalmente expedido por los gobiernos autónomos descentralizados que deseen conformar la empresa en comunidad, de acuerdo con la ley que regula las empresas públicas.

3.1.2 IMPORTANCIA DE LAS MANCOMUNIDADES Y CONSORCIOS

La importancia que poseen las mancomunidades y consorcios ecuatorianos es ser reconocidas por la constitución y su objetivo es fomentar la participación entre distintos cantones que posean características afines y problemas en común que quieran resolver, realizando una gestión común de proyectos, programas y servicios.

En los países que existen normas de apoyo, las mancomunidades logran mejores resultados para los territorios donde se encuentran, ya que pueden trabajar conjuntamente y superar problemas económicos, sociales e impulsar programas de ayuda social o creación de infraestructuras que conecten lugares ajenos, es el caso de las mancomunidades en España. Cabe resaltar la importancia que tienen las Mancomunidades y consorcios en Ecuador

como modelo de gestión, ya que el estado les reconoce, y les brinda ayuda y apoyo para poder desarrollarse según las características y recursos en común que posean se agruparán para enfrentar diversos problemas y fomentar el desarrollo local.

3.1.3 PRINCIPIOS QUE FOMENTAN LA CREACIÓN DE MANCOMUNIDADES Y CONSORCIOS

- Voluntad: para obtener desarrollo de las comunidades
- Solidaridad: apoyo entre los cantones
- Igualdad jurídica
- Equidad entre las municipalidades que lo conforman
- Beneficio mutuo

3.1.4 OBJETIVOS DE LA MANCOMUNIDAD Y CONSORCIO

- Que sea un instrumento de integración inter-municipal.
- Que apoye el fortalecimiento institucional municipal.
- Que constituya un instrumento que permita la articulación de planificación, y el ordenamiento del territorio
- Que construya una gestión ambiental municipal eficiente

3.1.5 FACTORES QUE ORIENTAN EL PROCESO DE MANCOMUNIDAD

Financiera

Los aportes de las municipalidades de acuerdo al convenio mancomunitario, son una cuestión esencial para establecer una administración mínima que gestione la mancomunidad y que principalmente aborde dos ámbitos de la gestión: la planificación y fortalecimiento intermunicipal, y el apoyo a emprendimientos de desarrollo económico local y , incorporando a los diferentes actores de la mancomunidad en estos procesos para tener eficiencia en cuanto a los servicios de sus competencias participación y acceso a la universalidad de los servicios públicos como a la sostenibilidad financiera de la región mancomunada.

Socio-cultural

Este es otro factor importante además de ser otra forma de dar sostenibilidad a la mancomunidad la cual debe o donde se involucraran a las comunidades, a las organizaciones sociales y sectoriales en los procesos, para que se identifiquen y apropien de ellos, particularmente si se toma en cuenta las necesidades de las mujeres, niños, jóvenes y la población indígena presente en el territorio, de modo que se contribuya a eliminar condiciones previas de inequidad y discriminación. Las formas de participación deben reflejar un equilibrio entre las costumbres locales y los mecanismos establecidos en la ley.

Política

El factor político no sólo es un factor clave de una mancomunidad, también lo es para garantizar la toma de las decisiones que la acompañaran en el día a día de su gestión, esto ayudará a mantener relaciones donde contribuirá a superar la fragmentación social y económica teniendo así objetivos claros y concretos, concentrándose en pocos temas de trabajo, pero que son prioritarios, viables, de interés común y con resultados previsibles comunes.

3.2 MANCOMUNIDADES Y CONSORCIOS TURÍSTICOS EN EL ECUADOR

En el caso específico del turismo las mancomunidades y los consorcios se han conformado para desarrollar e impulsar proyectos turísticos de desarrollo económico, de protección de áreas naturales, de promoción y difusión. A continuación se muestra un listado de mancomunidades y consorcios turísticos existentes en el país hasta el año 2016.

- Mancomunidad del Pueblo Cañari:**
Participan 3 municipios: Cañar, El Tambo y Suscal, para mediante la consecución de los fines propuestos como Gestión Integrada de Recursos Hídricos con énfasis en Agua para la Vida, Desarrollo Turístico de los cantones Mancomunados y el acceso a la alimentación, mejorar las actuales condiciones nutricionales de la población.
- Mancomunidad Corredor Turístico Centro Amazónico "Atillo" MCTAA:**
Participan 5 parroquias: San Luis, Punín, Licito, Flores y Cebada, para generar propuestas en áreas relacionadas al agroturismo, ecoturismo, turismo de aventura, turismo comunitario, rescate de valores culturales - tradicionales y conservación ambiental.
- Mancomunidad de la Ruta del Agua:**
Participan 6 cantones de la Amazonía ecuatoriana: Quijos, El Chaco, Gonzalo Pizarro, Cascales, Lago Agrio y Cuyabeno, con la finalidad de fomentar el turismo.
- Consortio Público de Gobiernos Autónomos Descentralizados de la cuenca del Río Jubones**
Participan 12 GAD Municipales (Nabón, San Fernando, Zaruma, Girón, Saraguro, Camilo Ponce Enríquez, Oña, Chilla, Pucará, Pasaje, Machala y El Guabo) y 22 Juntas Parroquiales (San Antonio de Cumbe, Paraíso de Celén, Selva Alegre, San Pablo de Tenta, Tablón, Urdaneta, Sumaypamba, Manú, Cochapata, Las Nieves, Chumblin,

Susudel, Shaglli, El Progreso, San Rafael de Zharug, San Sebastián de Yuluc, Guanazan, Lluzhpa, La Asunción, Abdón Calderón, Carmen de Pijili y Abañin y 3 Consejos Provinciales (Azuay, El Oro y Loja), con la finalidad de apoyar la gestión de proyectos comunes en la cuenca del río Jubones y sus áreas de influencia para la gestión concurrente.

4. MUNICIPIOS TURÍSTICOS DESCENTRALIZADOS

Son aquellos municipios que manejan las facultades y atribuciones del Sector Turístico; declarados así por tener una gran riqueza natural y cultural; además poseen afluencia de visitantes y presupuesto dedicados al turismo.

La categoría de municipio descentralizado en el sector turístico implica, para el municipio que la ostenta más responsabilidades y la capacidad de obtener fondos específicos como el cobro de la Tasa Única Anual de Funcionamiento - LUAF, destinados a financiar dichas atribuciones.

En el Ecuador desde el año 1998 al 2006, 76 municipios firmaron convenios de descentralización en turismo bajo las directrices del Ministerio de Turismo y son los siguientes:



Guayaquil

Manta

Esmeraldas

Puerto López

Atacames

Salinas

Sucre (Bahía)

Santa Elena

San Vicente

Huaquillas

Zaruma	Pasaje
Portoviejo	Arenillas
Babahoyo	Muisne
Quevedo	Milagro
Samborondón	Naranjal
Durán	Gral. Elizalde (Bucay)
Playas	Vinces
La Libertad	Jipijapa
Machala	Pedernales
Santa Rosa	



Quito	Colta
Tulcán	Guamote
Ibarra	Alausí
Cotacachi	Guaranda
Otavalo	Cañar
Antonio Ante	Cuenca
Latacunga	Chordeleg
Pujilí	Gualaceo
Ambato	Loja
Baños	Snto. Domingo
Riobamba	Cayambe

Rumiñahui	Saquisilí
Espejo	Chunchi
Guano	Pallatanga
Azogues	Pelileo
Saraguro	



Zamora	Morona
Tena	Mera
Pastaza	Archidona
Sucúa	El Chaco
Gualaquiza	Quijos
Lago Agrio	Palora
Orellana	



Santa Cruz	
Isabela	
San Cristóbal	

Desde el año 2007, el proceso de descentralización en el sector turismo no avanzó, debido a diversos factores tales como la debilidad en este proceso por parte del órgano rector frente al fortalecimiento de capacidades para la gestión en los municipios, así como por parte de la Municipalidades.

En el año 2010, a partir de la entrada en vigencia del Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización – COOTAD, en el artículo 135, último inciso, señala que:

“*El turismo es una actividad productiva que puede ser gestionada concurrentemente por todos los niveles de gobierno*”.

Remarcando que este cuerpo normativo no establece la titularidad de competencia exclusiva a ningún nivel de gobierno.

Por su parte, la regulación de la competencia de fomento de las actividades productivas y agropecuarias cuya titularidad corresponde a los Gobiernos Autónomos Descentralizados Provinciales y Parroquiales Rurales, reguladas mediante Resolución del 008-CNC-2015 publicada el 10 de enero de 2015 en el registro oficial 413, identifica a las actividades turísticas dentro del sector de la producción, misma que señala de manera general en su *Capítulo II, sección II, Art 10* referente a las facultades de los gobiernos autónomos descentralizados provinciales.

“*En el marco de las competencias de fomento de las actividades productivas y agropecuarias, corresponde a los gobiernos autónomos descentralizados provinciales el ejercicio de las facultades de rectoría local, planificación local, regulación local, control local y gestión local en el sector agropecuario; industrial; turístico; ciencia; tecnología e innovación; y demás ámbitos afines a la producción, dentro de sus respectivas circunscripciones territoriales, en los términos establecidos en esta resolución y la normativa vigente*”.

Sin embargo, en el Art. 15. Gestión Local del mismo documento se menciona que:

“*En el marco de la competencia de fomento de las actividades productivas y agropecuarias corresponde, a los gobiernos autónomos descentralizados provinciales, en el ámbito de su competencia y de su respectiva circunscripción territorial, sin perjuicio de la capacidad de delegación de una o varias de estas actividades a los gobiernos autónomos descentralizados metropolitanos y municipales*”

Ejercer las siguientes actividades de gestión:

- **Numeral 2.**
Elaborar y acompañar en la formulación de proyectos productivos en el sector agropecuario; industrial; turístico, ciencia: tecnología e innovación y demás ámbitos afines a la producción, a pequeños y medianos productores a nivel provincial.
- **Numeral 4.**
Brindar servicios de asistencias técnica y capacitación teórica y práctica no profesional sobre temas relacionados a la producción en el sector agropecuario; industrial, turístico, ciencia, tecnología e innovación y demás ámbitos afines a la producción en el ámbito provincial.
- **Numeral 5.**
Ejecutar programas y proyectos de fomento de las actividades productivas en el sector agropecuario, industrial, turístico, ciencia, tecnología e innovación y demás ámbitos afines a la producción a nivel provincial.
- **Numeral 8.**
Gestionar recursos a través de la cooperación internacional para incentivar e implementar actividades productivas en el sector agropecuario, industrial, turístico, ciencia, tecnología e innovación y demás ámbitos afines a la producción a nivel provincial.

- **Numeral 9.**
Gestionar recursos con el Gobierno Central para incentivar e implementar actividades productivas en el sector agropecuario, industrial, turístico, ciencia, tecnología e innovación y demás ámbitos afines a la producción a nivel provincial.
- **Numeral 16.**
Implementar programas y proyectos para incentivar la conformación de redes de emprendimiento en el sector agropecuario, industrial, turístico, ciencia, tecnología e innovación y demás ámbitos afines a la producción a nivel provincial.

5. LA ACCESIBILIDAD EN EL TURISMO



El turismo es de todos y para todos pero es necesario empezar a incluir y fomentar un turismo que incluya a grupos específicos como son: las personas con capacidades disminuidas, adultos mayores, entre otros; fruto de ésta necesidad nace el denominado: **turismo accesible**.



⁴ Tomado de: <http://www.lavozdigital.es>

5.1 CONCEPTO DE ACCESIBILIDAD

En una sociedad avanzada y en una economía moderna, la importancia de los turistas con capacidades disminuidas es tal que en la última década se ha creado una verdadera disciplina de estudio denominada Turismo Accesible, entendida como aquella que persigue la supresión de las barreras al turismo realizado por estas personas.

No obstante, en los últimos años este concepto ha evolucionado hacia lo que se ha dado en llamar **Turismo para Todos**.

El Turismo para todos, a diferencia del anterior, no se limita a la eliminación de barreras físicas sino que tiene por finalidad lograr que los entornos turísticos puedan ser disfrutados en igualdad de condiciones por cualquier persona, discapacitada o no.

Actualmente, ambos términos, turismo accesible y turismo para todos, se utilizan de manera indiferente, persiguiéndose en ambos casos que el turista que acude a un destino pueda moverse en él de manera autónoma.⁴

5.2 VENTAJAS DEL TURISMO ACCESIBLE

El turismo accesible (turismo para todos) no se trata de una simple innovación académica, la relevancia que ha alcanzado en las dos últimas décadas está creando una nueva forma de gestión en todas las empresas del sector turístico, dirigida a mejorar la accesibilidad para las personas con movilidad reducida,

planteada no sólo con intereses lucrativos sino también con fines sociales, y estructurada por cinco contenidos fundamentales:

1. En primer lugar, desde el punto de vista social, la mejora de la accesibilidad contribuiría a eliminar las desigualdades en el acceso al turismo, permitiendo a las personas con movilidad reducida el disfrute y acceso a los servicios turísticos, lo que supondría un incremento en la calidad de vida de estas personas, quienes tendrían que realizar un menor esfuerzo para realizar sus actividades de traslado, hospedaje, restauración y ocio en el destino turístico elegido.
2. Como consecuencia de lo anterior, el destino turístico accesible gozaría de una mejor imagen social al no limitar a ningún tipo de cliente el acceso a sus productos y servicios turísticos.
3. Desde un punto de vista económico, ofertar un destino turístico sin barreras, esto es accesible, permitiría atraer a un segmento de mercado el de las personas con movilidad reducida debido al número de ciudadanos que lo integran.
4. En cuarto lugar, no debemos olvidar que cuando los turistas con alguna capacidad reducida acuden a un destino turístico suelen viajar acompañados por otros clientes, razón por la cual son considerados como multivalentes. Con lo cual atraer este tipo de turistas atraería a otros clientes.
5. Y, en quinto lugar, dado que la mayor parte de las personas con alguna capacidad reducida prefieren realizar sus viajes en las épocas de menos afluencia turística, la presencia de los turistas en un destino turístico contribuiría a reducir el efecto de la estacionalidad del mismo.⁵

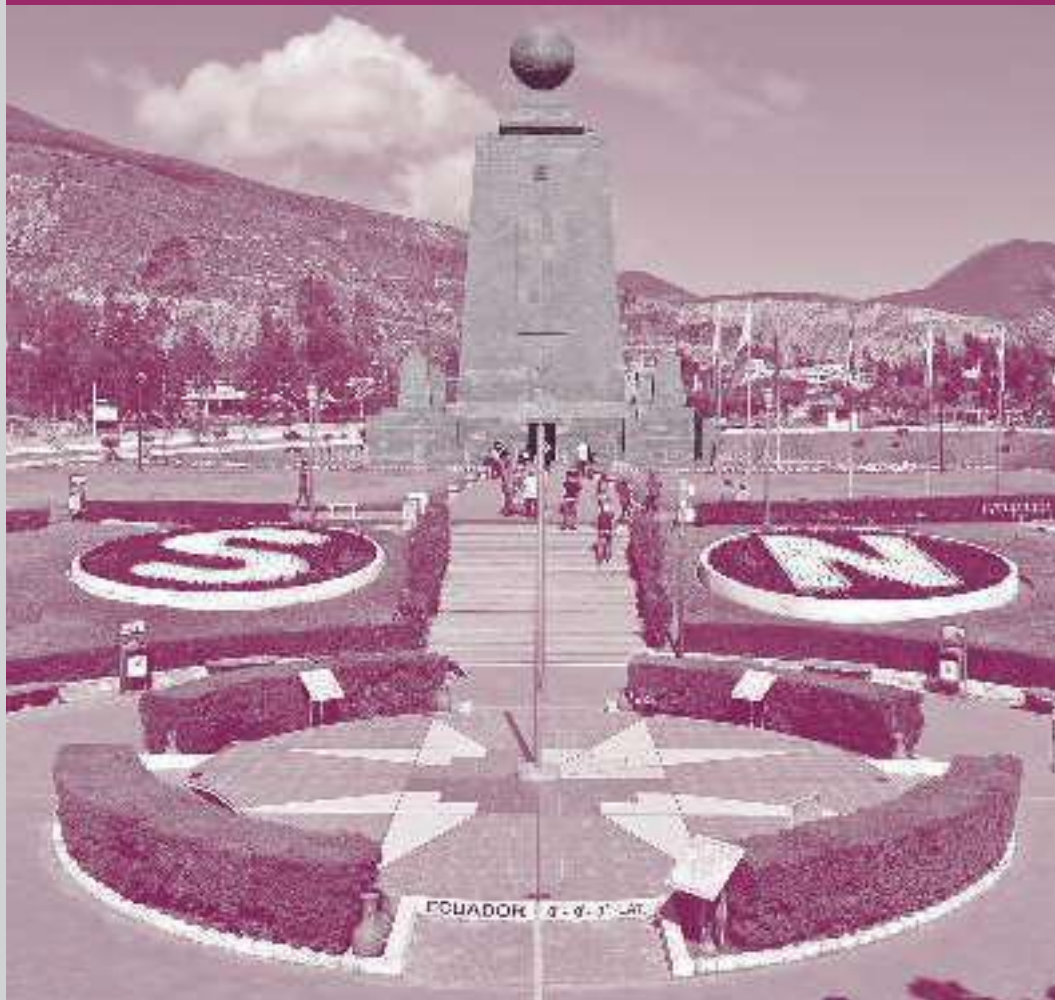
⁵ Tomado de: <http://www.eumed.net/entelequia/pdf/2009/e09a11.pdf>







CAPÍTULO II MARCO LEGAL





MARCO LEGAL

Con la finalidad de lograr un mejor manejo del turismo en los cantones es necesario conocer el Marco Normativa que ampara el desarrollo de las actividades turísticas dentro del territorio. A continuación, se identifica el marco regulatorio del turismo a nivel nacional:

CONSTITUCIÓN

●●● CONSTITUCIÓN 2008
Dejemos el pasado atrás.



Publicación oficial de la Asamblea Nacional

La Constitución de la República establece las normas fundamentales que amparan los derechos y libertades, organizan el Estado y las instituciones democráticas e impulsan el desarrollo económico y social.

Art. 24.

Determina que las personas tienen derecho a la recreación y al esparcimiento, a la práctica del deporte y al tiempo libre.

Art. 238.

Establece que los GAD gozan de autonomía política, administrativa y financiera.

Art. 276.

Numeral 7.

Determina que se debe proteger y promover la diversidad cultural y respetar sus espacios de reproducción e intercambio; recuperar, preservar y acrecentar la memoria social y el patrimonio cultural.

Art. 277.

Numeral 5.

Determina que para la consecución del buen vivir el Estado debe impulsar el desarrollo de las actividades económicas mediante orden jurídico e instituciones que las promuevan, fomenten y defiendan mediante el cumplimiento de la Constitución y la ley.

Numeral 6.

Indica que es deber del Estado promover e impulsar la ciencia, las artes, los saberes ancestrales y en general las actividades de la iniciativa creativa comunitaria, asociativa, cooperativa y privada.

Art. 278.

Numeral 2.

Establece para la consecución del buen vivir que se debe producir, intercambiar y consumir bienes y servicios con responsabilidad social y ambiental.

Art. 377.

Determina que el sistema nacional de cultura tiene como finalidad fortalecer la identidad nacional; proteger y promover la diversidad de las expresiones culturales; incentivar la libre creación artística y la producción, difusión, distribución y disfrute de bienes y servicios culturales; y salvaguardar la memoria social y el patrimonio cultural.

Art. 383.

Garantiza el derecho de las personas y las colectividades al tiempo libre, la ampliación de las condiciones físicas, sociales y ambientales para su disfrute, y la promoción de actividades para el esparcimiento, descanso y desarrollo de la personalidad.



PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR



En el Plan Nacional de Desarrollo se menciona claramente el apoyo al desarrollo de la actividad turística en los siguientes objetivos y políticas que se muestran a continuación:

OBJETIVO 5:

Construir espacios de encuentro común y fortalecer la identidad nacional, las identidades diversas, la plurinacionalidad y la interculturalidad.

- **Política 5.4:**
Promover las industrias y los emprendimientos culturales y creativos, así como su aporte a la transformación de la matriz productiva.
- **Lineamiento p:**
Incorporar los patrimonios a la cadena de valor del turismo.

OBJETIVO 7:

Garantizar los derechos de la naturaleza y promover la sostenibilidad ambiental, territorial y global.

- **Política 7.1:**
Promover la consolidación de la Iniciativa Yasuní-ITT.
- **Lineamiento f:**
Promover el turismo consciente y sostenible en las comunidades del Yasuní que

priorizan esta actividad para dar a conocer su riqueza natural y cultural, fomentar su conservación y generar empleo digno.

OBJETIVO 8:

Consolidar el sistema económico social y solidario, de forma sostenible.

- **Política 8.9:**
Profundizar las relaciones del Estado con el sector popular y solidario.
- **Lineamiento k:**
Fomentar el turismo comunitario y el turismo social.

OBJETIVO 10:

Impulsar la transformación de la matriz productiva

- **Política 10.3:**
Diversificar y generar mayor valor agregado en los sectores prioritarios que proveen servicios
- **Lineamiento g.**
Impulsar al turismo como uno de los sectores prioritarios para la atracción de inversión nacional y extranjera.
- **Lineamiento h.**
Posicionar el turismo consciente como concepto de vanguardia a nivel nacional e internacional, para asegurar la articulación de la intervención estatal con el sector privado y popular, y desarrollar un turismo ético, responsable, sostenible e incluyente.
- **Política 10.9:**
Impulsar las condiciones de competitividad y productividad sistémica necesarias para viabilizar la transformación de la matriz productiva y la consolidación de estructuras más equitativas de generación y distribución de la riqueza.

- **Lineamiento g.**
Fortalecer y ampliar el acceso al servicio de transporte multimodal, facilitando la movilidad de pasajeros y mercancías.

OBJETIVO 12.

Garantizar la soberanía y la paz, profundizar la inserción estratégica en el mundo y la integración latinoamericana.

- **Política 12.3.**
Profundizar una política comercial estratégica y soberana, articulada al desarrollo económico y social del país.
- **Lineamiento f.**
Promocionar a nivel internacional la oferta de servicios ecuatorianos dando énfasis a los sectores priorizados como el turismo, transporte y logística, servicios ambientales y software.

CÓDIGO ORGÁNICO DE ORGANIZACIÓN TERRITORIAL, AUTONOMÍAS Y DESCENTRALIZACIÓN COOTAD



En el COOTAD los artículos que amparan el desarrollo de la actividad turística dentro de los municipios son cuatro, pero se debe tener en cuenta la rectoría del Ministerio de Turismo.

El artículo 54.

Hace referencia a las funciones que tienen los gobiernos autónomos descentralizados municipales y dice lo siguiente:

- **Literal a:**
Promover el desarrollo sustentable de la circunscripción territorial cantonal para garantizar la realización del buen vivir a través de la implementación de políticas públicas cantonales, en el marco de sus competencias constitucionales y legales.
- **Literal g:**
Regular, controlar y promover el desarrollo de la actividad turística cantonal en coordinación con los demás Gobiernos Autónomos Descentralizados, promoviendo especialmente la creación y funcionamiento de organizaciones asociativas y empresas comunitarias de turismo.
- **Literal m:**
Regular y controlar el uso del espacio público cantonal y de manera particular el ejercicio de todo tipo de actividad que se desarrolle en él, la colocación de publicidad, redes o señalización.

Otro artículo que hace referencia a la actividad turística es el 55, debido a que en él se hace mención del tema de preservar, mantener y difundir el patrimonio natural y cultural, esto es inherente a la actividad turística puesto que en estos sitios es donde la actividad turística se desarrolla el artículo dice lo siguiente:

El artículo 55.

Competencias exclusivas del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal:

- **Literal g:**
Planificar, construir y mantener la infraestructura física y los equipamientos de salud y educación así como los espacios públicos destinados al desarrollo social, cultural y deportivo, de acuerdo con la Ley.
- **Literal h:**
Preservar, mantener y difundir el patrimonio arquitectónico, cultural y natural del

cantón y construir los espacios públicos para éstos fines.

- **Literal j:**
Delimitar, regular, autorizar y controlar el uso de las playas de mar, riberas de lechos de ríos, lagos y lagunas, sin perjuicio de las limitaciones que establezca la Ley.
- **Literal k:**
Preservar y garantizar el acceso efectivo de las personas al uso de las playas de mar, riberas de ríos, lagos y lagunas.

Finalmente el **artículo 135**. menciona lo siguiente:

“El turismo es una actividad productiva que puede ser gestionada concurrentemente por todos los niveles de gobierno.”

LEY DE TURISMO



Dentro de la Ley Orgánica de Turismo existen artículos relacionados directamente con la administración de las municipalidades y es necesario que sean conocidos y manejados por aquellas personas que impulsan el desarrollo de la actividad turística en los territorios.

CAPITULO I GENERALIDADES

En el **artículo 3**, en su **literal b**, se menciona los principios que rigen la actividad turística en los territorios. La participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización;

En cuanto a la política estatal con relación al sector del turismo, el **artículo 4** establece que se debe cumplir con los siguientes objetivos, en cada uno de ellos se encuentra implícita la actividad de los Gobiernos Autónomos Descentralizados, pero se hace especial énfasis en el **literal d** como se ve a continuación:

- a) Reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión y el Estado debe potencializar la actividades mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo;
- b) Garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos de la Nación;
- c) Proteger al turista y fomentar la conciencia turística;
- d) Propiciar la coordinación de los diferentes estamentos del Gobierno Nacional y de los gobiernos locales para la consecución de los objetivos turísticos;
- e) Promover la capacitación técnica y profesional de quienes ejercen legalmente la actividad turística;
- f) Promover internacionalmente al país y sus atractivos en conjunto con otros organismos del sector público y con el sector privado; y,
- g) Fomentar e incentivar el turismo interno.

CAPITULO II DE LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS Y DE QUIENES LAS EJERCEN

El artículo 10 establece cual es la facultad tanto de los Municipios como de los Consejos Provinciales al respecto del manejo de la Licencia Anual de Funcionamiento LUAF y que beneficios prestará a los que la obtengan.

Art. 10.

El Ministerio de Turismo o los municipios y consejos provinciales a los cuales esta Cartera de Estado, les transfiera esta facultad, concederán a los establecimientos turísticos, Licencia única Anual de Funcionamiento; lo que les permitirá:

- a. Acceder a los beneficios tributarios que contempla esta Ley;
- b. Dar publicidad a su categoría;
- c. Que la información o publicidad oficial se refiera a esa categoría cuando haga mención de ese empresario instalación o establecimiento;
- d. Que las anotaciones del Libro de Reclamaciones, autenticadas por un Notario puedan ser usadas por el empresario, como prueba a su favor; a falta de otra; y,
- e. No tener, que sujetarse a la obtención de otro tipo de Licencias de Funcionamiento, salvo en el caso de las Licencias Ambientales, que por disposición de la ley de la materia deban ser solicitadas y emitidas.

CAPITULO IV DEL MINISTERIO DE TURISMO

El artículo 16 es uno de los más importantes dentro de ésta ley, puesto que se menciona claramente que todas las actividades inherentes al turismo deberán coordinarse con los or-

ganismos seccionales (GAD), lo que permitiría desarrollar la actividad turística en los territorios de manera mancomunada y consensuada.

Art. 16.

Será de competencia privativa del Ministerio de Turismo, en coordinación con los organismos seccionales (GAD), la regulación a nivel nacional, la planificación, promoción internacional, facilitación, información estadística y control del turismo, así como el control de las actividades turísticas, en los términos de esta Ley.

CAPITULO VII DE LOS INCENTIVOS Y BENEFICIOS EN GENERAL

Cuando existen personas naturales o jurídicas que quieran promover un proyecto turístico, siempre gozarán de beneficios generalmente de tipo tributario, como se ve a continuación:

Art. 26.

Las personas naturales o jurídicas que presenten proyectos turísticos y que sean aprobados por el Ministerio de Turismo, gozarán de los siguientes incentivos:

1. Exoneración total de los derechos de impuestos que gravan los actos societarios de aumento de capital, transformación, escisión, fusión incluidos los derechos de registro de las empresas de turismo registradas y calificadas en el Ministerio de Turismo.

La compañía beneficiaria de la exoneración, en el caso de la constitución, de una empresa de objeto turístico, deberá presentar al municipio respectivo, la Licencia Única de Funcionamiento del respectivo año, en el plazo de 90 días contados a partir de la fecha de su inscripción en el Registro Mercantil del Cantón respectivo, caso contrario la municipalidad correspondiente emitirá los respectivos títulos de crédito de

los tributos exonerados sin necesidad de un trámite administrativo previo.

En el caso de los demás actos societarios posteriores a la constitución de la empresa, la presentación de la Licencia Única de Funcionamiento de la empresa turística será requisito previo para aplicar, la exoneración contemplada en el presente artículo;

2. Exoneración total de los tributos que graven la transferencia de dominio de inmuebles que se aporten para la constitución de empresas cuya finalidad principal sea el turismo, así como los aportes al incremento del capital de compañías de turismo registradas y calificadas en el Ministerio de Turismo.

Esta exoneración comprende los impuestos de registro y alcabala así como sus adicionales tanto para el tradente como para la empresa que recibe el aporte.

Estos bienes no podrán ser enajenados (vendidos) dentro del plazo de 5 años desde la fecha del respectivo contrato, caso contrario se gravará con los respectivos impuestos previamente exonerados con los intereses, con excepción de que la enajenación se produzca a otro prestador de servicios turísticos, calificado, así mismo, por el Ministerio de Turismo.

Los Municipios y los Gobiernos Provinciales están en la potestad de establecer incentivos para aquellas inversiones en servicios turísticos que fomenten la actividad turística en sitios específicos pero bajo ciertas reglas tal y como se muestra en el artículo 33 y 34 respectivamente.

Art. 33. Los municipios y gobiernos provinciales podrán establecer incentivos especiales para inversiones en servicios de turismo receptivo e interno rescate de bienes históricos, culturales y naturales en sus respectivas circunscripciones.

Art. 34.

Para ser sujeto de los incentivos a que se refiere esta Ley el interesado deberá demostrar:

- a. Haber realizado las inversiones y reinversiones mínimas que el reglamento establezca, según la ubicación, tipo o subtipo del proyecto tanto para nuevos proyectos como para ampliación o mejoramiento de los actuales dedicados al turismo receptivo e interno;
- b. Ubicación en las zonas o regiones deprimidas con potencial turístico en las áreas fronterizas o en zonas rurales con escaso o bajo desarrollo socio - económico; y,
- c. Que constituyan actividades turísticas que merezcan una promoción acelerada.

CAPITULO X PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR DE SERVICIOS TURÍSTICOS

La ley menciona que existe un centro de protección al turista, donde el visitante puede realizar sus reclamos por algún descontento con el servicio que se le prestó, el artículo 46 dice:

Art. 46.

Los usuarios de servicios de turismo podrán reclamar sus derechos y presentar sus quejas al Centro de Protección del Turista. Este Centro tendrá interconexión inmediata con la Policía Nacional, Defensoría del Pueblo, municipalidades, centros de Información Turística y embajadas acreditadas en el Ecuador que manifiesten interés de interconexión.

A través de este centro de protección al turista, se buscará la solución directa de los conflictos.

Finalmente en el punto de las “*disposiciones generales*”, en el artículo 58 se menciona:

Art. 58.

Que los organismos locales, regionales y seccionales, cumplirán y colaborarán con el proceso de regulación, control y demás disposiciones que adopte el Ministerio de Turismo en el ámbito de su competencia.

RESOLUCIÓN DEL CONSEJO NACIONAL DE COMPETENCIAS 001 - CNC - 2016



*Registro oficial, Tercer Suplemento, año III – N° 718,
Quito, miércoles 23 de marzo del 2016.*

Resolución del Consejo Nacional de Competencias 0001-CNC-2016: regúlense las facultades y atribuciones de los gobiernos autónomos descentralizados municipales, metropolitanos, provinciales y parroquiales rurales, respecto al desarrollo de actividades turísticas.

CAPÍTULO PRIMERO OBJETIVO Y ÁMBITO

Art. 1.**Objeto.**

El presente de la presente resolución consiste en regular las facultades y atribuciones de los gobiernos autónomos descentralizados municipales, metropolitanos, provinciales y parroquiales rurales, respecto al desarrollo de actividades turísticas, en su circunscripción territorial.

Art. 2.**Ámbito.**

La presente resolución regirá al gobierno central y a todos los gobiernos autónomos descentralizados municipales, metropolitanos, provinciales y parroquiales rurales, respecto al desarrollo de actividades turísticas, en su circunscripción territorial.

CAPITULO SEGUNDO MODELO DE GESTIÓN

Sección II

Gobiernos Autónomos Descentralizados Municipales y Metropolitanos

Art. 9.

Facultades gobiernos autónomos descentralizados municipales y metropolitanos.- En Marco del desarrollo de las actividades turísticas, corresponde a los gobiernos autónomos descentralizados municipales y metropolitanos, en su respectiva circunscripción territorial, el ejercicio de las facultades de planificación cantonal, regulación cantonal, control cantonal, y gestión cantonal, en los términos establecidos en esta resolución y normativa nacional vigente.

Art.10.**Planificación Cantonal.**

En el marco del desarrollo de las actividades turísticas, corresponde a los gobiernos autónomos descentralizados municipales y metropolitanos, en su respectiva circunscripción territorial, las siguientes atribuciones de planificación:

1. Elaborar planes, programas y proyectos turísticos de carácter cantonal, sujetándose a la planificación nacional del sector turístico aprobada por la Autoridad Nacional de Turismo.
2. Formular el plan cantonal de turismo, mismo que debe a su vez, sujetarse a la planificación nacional del sector turístico.

3. La demás que estén establecidas en la ley y normativa nacional vigente.

Art. 11.

Regulación cantonal

En el marco del desarrollo de las actividades turísticas, corresponde a los gobiernos autónomos descentralizados municipales y metropolitanos, en su respectiva circunscripción territorial, y con sujeción a la normativa nacional vigente, las siguientes atribuciones de regularización:

1. Expandir las ordenanzas y resoluciones de carácter cantonal que contribuyan al fortalecimiento y desarrollo de turismo, en concordancia con la planificación nacional del sector turístico, la normativa nacional vigente y las políticas públicas expeditas por la Autoridad Nacional de Turismo.
2. Regular los horarios de funcionamiento de los establecimientos turísticos, en coordinación con la Autoridad Nacional Competente.
3. Regular el desarrollo del sector turístico cantonal en coordinación con los demás gobiernos autónomos descentralizados, promoviendo especialmente la creación y funcionamiento de organizaciones asociativas y de turismo comunitario, conforme a la normativa vigente.
4. Las demás que estén establecidas en la ley y la normativa nacional vigente.

Art. 12.- Control cantonal.- En el marco del desarrollo de las actividades turísticas, corresponde a los gobiernos autónomos descentralizados municipales y metropolitanos, en su respectiva circunscripción territorial, las siguientes atribuciones de control:

1. Controlar que los establecimientos turísticos cumplan con la normativa nacional y cantonal vigente.

2. Controlar las actividades turísticas en las áreas de conservación y uso sostenible municipales o metropolitanas, en coordinación con las entidades competentes

3. Establecer mecanismos de protección turística dentro de su circunscripción territorial

4. Otorgar y renovar la licencia única de funcionamiento, en función de los requisitos y estándares establecidos por la Autoridad Nacional de Turismo

5. Controlar y vigilar la prestación de las actividades y servicios que han obtenido la licencia única anual de funcionamiento, sin que esto suponga categorización o re categorización, de conformidad con la normativa expedida por la Autoridad Nacional de Turismo

6. Aplicar Sanciones correspondientes por el cumplimiento de la licencia única de funcionamiento y los requisitos para su obtención, siguiendo proceso y conforme a la normativa vigente.

7. Las demás que estén establecidas en la ley y la normativa nacional vigente.

Art. 13.

Gestión cantonal.

En el marco del desarrollo de las actividades turísticas, corresponde a los gobiernos autónomos descentralizados municipales y metropolitanos, en su respectiva circunscripción territorial, las siguientes atribuciones de gestión:

1. Promover el desarrollo de la actividad turística cantonal en coordinación con los demás gobiernos autónomos descentralizados, promoviendo especialmente la creación y funcionamiento de organizaciones asociativas y empresas comunitarias de turismo conforme la normativa vigente

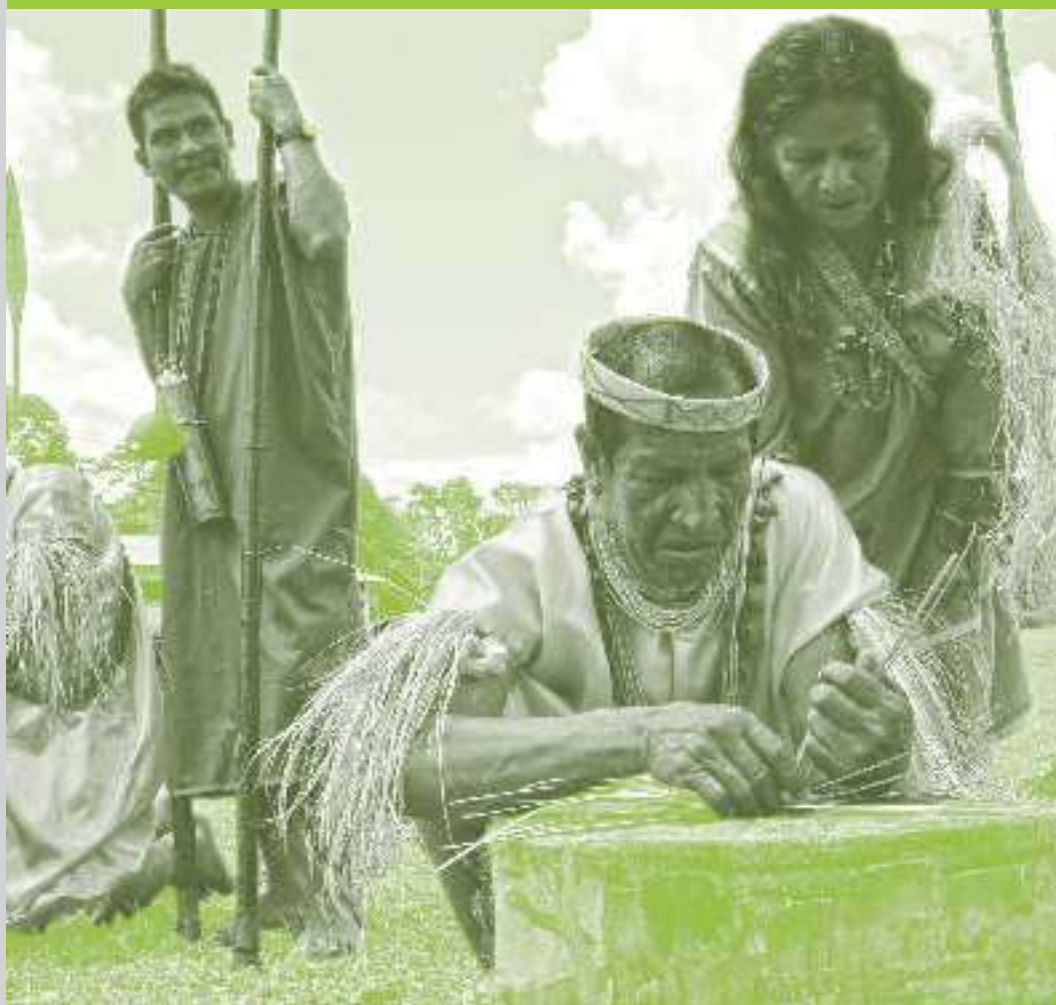
2. Actualizar el catastro de establecimientos turísticos del cantón, de conformidad con la normativa nacional vigente.
3. Elaborar y actualizar el inventario de atractivos turísticos de su circunscripción, de conformidad con la normativa expandida por la Autoridad Nacional De Turismo.
4. Actualizar y dar mantenimiento adecuado a la señalización turística, así como la señalética turística del cantón.
5. Impulsar campañas de concienciación ciudadana que generen una cultura sobre la importancia del turismo.
6. Recaudar los valores por concepto de imposición de sanciones por el incumplimiento de la licencia única anual de funcionamiento y los requisitos para su obtención.
7. Desarrollo de productos o destinos turísticos que posibiliten la promoción conjunta acceso a nuevos mercados en coordinación con los demás niveles de gobierno.
8. Elaborar y difundir material promocional e informativo turístico cantonal.
9. Otorgar asistencia técnica y capacitación a los prestadores de servicios turísticos del cantón, en el marco de la normativa nacional.
10. Coordinar mecanismos de bienestar turístico con distintos niveles de gobierno, así como las entidades nacionales competentes.
11. Receptar, gestionar, sustanciar los procesos de denuncias efectuadas por parte de los distintos turistas, respecto a los servicios recibidos, y reportarlas trimestralmente a la Autoridad Nacional de Turismo.
12. Realizar y apoyar ferias, muestras, exposiciones, congresos y demás actividades promocionales del turismo de acuerdo a los lineamientos de la Autoridad Nacional de Turismo.
13. Participar en la elaboración de las estadísticas de turismo cantonal, de acuerdo a las condiciones establecidas por la Autoridad Nacional de Turismo.
14. Fomentar proyectos turísticos cantonales que guarden concordancia con la legislación vigente.
15. Dotar de facilidades en sitios identificados como turísticos, en articulación con la Autoridad Nacional de Turismo y los gobiernos autónomos descentralizados provinciales.
16. Las demás que estén establecidas en la ley y la normativa nacional vigente.







CAPÍTULO III TIPOS DE TURISMO





TIPOS DE TURISMO

El turismo es una de las actividades más amplia que existe, tal es así que constantemente están surgiendo nuevas modalidades de turismo que se ajustan siempre a las necesidades del consumidor potencial. A continuación, se ha recopilado las más conocidas y las que han innovado el mercado en los últimos tiempos.

AGROTURISMO

Conciérne a los viajes en las áreas agropecuarias con sociedades campesinas que comparten su idiosincrasia, sus técnicas agrícolas, su entorno natural en conservación, sus manifestaciones culturales y socio-productivas, en donde se busca que esta labor represente una alternativa para lograr que el campesino se beneficie con su actividad económica, mediante la combinación de la agricultura y el turismo.⁶



Fotografía: Gabriela Romero

ECOTURISMO O TURISMO ECOLÓGICO



Fotografía: Gabriela Romero

Es la actividad turística que se desarrolla sin alterar el equilibrio del medio ambiente y evitando los daños a la naturaleza. Se trata de una tendencia que busca compatibilizar la industria turística con la ecología. El ecoturismo está vinculado a un sentido de la ética ya que más allá del disfrute del viajero, intenta promover el bienestar de las comunidades locales (receptoras del turismo) y la preservación del medio natural.

El turismo ecológico también busca incentivar el desarrollo sostenible (es decir, que el crecimiento actual no dañe las posibilidades futuras).

⁶ Tomado de: <http://www.teoriaypraxis.uqroo.mx/doctos/Numero5/Morales.pdf>

ETNOTURISMO

Son los viajes relacionados con los pueblos y nacionalidades indígenas, con el fin de aprender de su cultura y tradiciones⁷.



Fotografía: Comunidad Siona-Secoya
Municipio de Shushufindi

TURISMO COMUNITARIO



Fotografía: Centro Turístico Comunitario Shayari
Municipio de Cascales

Surge como una alternativa económica de las comunidades rurales, campesinas, indígenas, “mestizas” o afrodescendientes propias de un país para generar ingresos complementarios a las actividades económicas diarias y defender y revalorizar los recursos culturales y naturales locales. Se lo considera una tipología turística que pertenece a la modalidad de Turismo vivencial y a la corriente de Turismo alternativo. Se caracteriza por la autenticidad de las actividades turísticas, posibilitando al turista compartir y descubrir a profundidad las tradiciones, costumbres y hábitos de una etnia o pueblo determinado⁸.

TURISMO CULTURAL

La motivación principal del viajero se basa en los aspectos culturales y/o elementos distintivos, espirituales, intelectuales, entre otros; que caracterizan al grupo social del destino visitado. Se favorecen los productos basados en mercados y artesanías, patrimonios naturales y culturales, medicina ancestral, fiestas populares, turismo religioso, turismo urbano, turismo arqueológico, turismo gastronómico, turismo científico – académico - voluntario y educativo, haciendas históricas⁹.



Fotografía: Mercado de los ponchos

⁷ Tomado de: <http://www.teoriaypraxis.uqroo.mx/doctos/Numero5/Morales.pdf>

⁸ Tomado de: http://repositorio.ute.edu.ec/bits_1.pdf

⁹ Tomado de: <http://esturi.es.tl/tipos-de-turismo.htm>

TURISMO ARQUEOLÓGICO

Es una modalidad bajo la que se presentan propuestas y productos culturales y turísticos en los que la arqueología es el ingrediente principal. Es una forma alternativa de turismo cultural, basado en promocionar la pasión por la arqueología y las iniciativas de conservación de los yacimientos y lugares históricos¹⁰.



Fotografía: Chirije zona arqueológica - Cantón Sucre

TURISMO CIENTÍFICO



Fotografía: Diario el Nacional

El objetivo principal del viajero que elige este tipo de turismo es abrir más sus fronteras para la investigación de la flora, fauna y vida silvestre. El objetivo de este turismo es ampliar y complementar sus conocimientos.

TURISMO GASTRONÓMICO

El objetivo principal del viajero es experimentar la cultura gastronómica del lugar. Una aventura culinaria donde se visitan restaurantes, mercados, así como la participación en fiestas locales y otro tipo de actividad turística. Existen numerosas rutas y fiestas gastronómicas alrededor del mundo para vivir esta original experiencia¹¹.



Fotografía: Cascaritas Municipio de Sevilla de Oro

¹⁰ Tomado de: <http://fiselatellez98.blogspot.com/2014/06/turismo-arqueologico-el-arqueoturismo-o.html>

¹¹ Tomado de: <http://esturi.es.tl/tipos-de-turismo.htm>

TURISMO PATRIMONIAL

La Organización Mundial del Turismo lo define como “el conjunto potencial (conocido o desconocido) de los bienes materiales o inmateriales a disposición del hombre y que puede utilizarse, mediante un proceso de transformación, para satisfacer sus necesidades turísticas”.



Fotografía: Centro de Zaruma - Diario el Universo

TURISMO RELIGIOSO

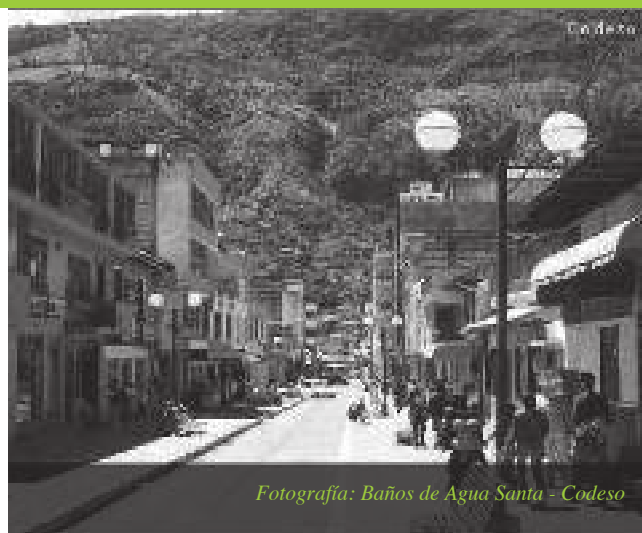


Fotografía: Peregrinaje en devoción a la Virgen del cisne

Desplazamiento de viajeros a un destino; motivados por su devoción religiosa o por cumplir alguna manda, dar gracias por algún beneficio y/o alguna petición. Viajan a santuarios o lugares que tienen significado importante en sus creencias¹².

TURISMO URBANO

El turismo urbano ofrece lo mejor que puede dar de sí una ciudad: cultura, atracciones, vida nocturna, bien sea para trabajo o placer¹³.



Fotografía: Baños de Agua Santa - Codedo

¹² Tomado de: <http://lesturi.es.tl/tipos-de-turismo.htm>

¹³ Tomado de: <http://www.avosciudad.com/2216-turismo-y-cultura-siempre-juntos-en-una-ciudad>

TURISMO DE CONVENCIONES Y CONGRESOS

Esta clase de turismo se da cuando existen reuniones, incentivos, conferencias, exposiciones y ferias que son acompañados con viajes pre o post eventos.



Fotografía: Salón Imperial Cultural BuenAyre
Simposio de turismo BuenAyre

TURISMO DE CRUCEROS

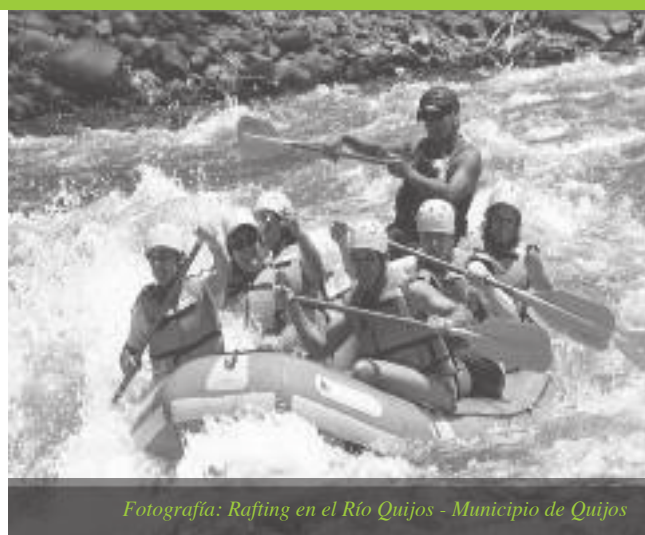


Fotografía: www.eldiario.ec

El turismo de cruceros representa uno de los segmentos del mercado turístico internacional que mayor crecimiento ha experimentado en los últimos años. Ecuador no ha sido ajeno a este boom. El turismo de cruceros ofrece una amplia y variada oferta, adaptada a los diferentes gustos y necesidades del cliente, tanto en destinos como presupuesto o duración del viaje. Este tipo de turismo brinda fuertes puntos a su favor porque es: multidesino, hotel móvil, todo incluido, versatilidad, adaptabilidad, comodidad y seguridad.

TURISMO DE AVENTURA

Es un tipo de turismo que implica la exploración o el viaje a áreas remotas, donde el viajero puede esperar lo inesperado. El turismo de aventura está aumentando rápidamente su popularidad ya que los turistas buscan vacaciones inusuales, diferentes de las típicas vacaciones en la playa. Este tipo de turismo también se relaciona directamente con el deporte de aventura o riesgo, donde la gente tiene por objetivo pasar momentos de adrenalina a costo de un porcentaje de riesgo¹⁴.



Fotografía: Rafting en el Río Quijos - Municipio de Quijos

¹⁴ Tomado de: <https://whitneylopez12.files.wordpress.com/2013/11/turismo-de-aventura.pdf>

TURISMO DE BIENESTAR



Fotografía: Asohosval

Los viajeros viajan a los destinos con el objetivo de curar o tratar dolencias, relajarse, tomar tratamientos para rejuvenecer y adelgazar y otros, y a su vez lograr una mejora en el estado espiritual¹⁵.

TURISMO DE SOL Y PLAYA

Se realiza en zonas con playas soleadas; con temperaturas promedio de 25 y 30°C. Es practicado en gran número por personas que viven en zonas lluviosas, frías o nubladas; o que no tienen playas cercanas en su lugar de residencia¹⁶.

Fotografía: Municipio de Salinas

¹⁵ Tomado de: <http://esturi.es/lltipos-de-turismo.htm>

¹⁶ Tomado de: <http://estaderoturisticoconumia.blogspot.com/2010/05/turismo-sostenible-y-tipos-de-turismo.html>



CAPÍTULO IV

METODOLOGÍA PARA LA ELABORACIÓN DE UN PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO





METODOLOGÍA PARA LA ELABORACIÓN DE UN PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO

La presente metodología se incorpora al proceso de elaboración del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de cada Gobierno Autónomo Municipal. Es importante recalcar que gran parte de la información requerida para desarrollar la presente metodología se podrá encontrar dentro del Plan de Desarrollo de cada cantón.

1. DECLARACIÓN DE MISIÓN, VISIÓN Y VALORES

1.1 MISIÓN

Es la expresión formal de la razón de ser de la institución, evoca la búsqueda y definición de los principios filosóficos y de los valores más profundos que inspiran la organización y justifican su existencia en la sociedad, se constituirá en el credo de la Entidad y su papel será integrar alrededor de sí misma todos los elementos de la gestión.

Opera como una guía o norte que los integrantes de la organización deben conocer y compartir, para no desviarse o para tener criterios claros a la hora de tomar decisiones importantes para la vida institucional.

Componentes para el análisis

- **La misión institucional:**
Tiene que ver con lo que la institución quiere y por qué lo quiere.
- **Los escenarios actuales y posibles:**
En los que se mueve y moverá la institución tanto en lo macro como en lo micro o en lo mediato e inmediato (*con respecto a su acción*), sus riesgos y oportunidades.

- El análisis de la organización misma al momento actual:
Sus fortalezas y debilidades.

Preguntas orientadoras para la definición de la misión

- ¿Para qué existe la institución?
- ¿Cuáles son las competencias del nivel de gobierno?
- ¿Cuáles son los principales productos que genera?
- ¿Cuáles son los usuarios externos e internos?
- ¿Cuál es la población objetivo y la cobertura actual?
- ¿Cuáles son los impactos que se generan de la provisión de los productos?

Algunos ejemplos para el análisis

- **Hotel Hilton:**
Ser la compañía de hospitalidad más destacada del mundo: la opción preferida tanto de los huéspedes como de los miembros del equipo y los propietarios.
- **Ministerio de Turismo:**
Que el turismo sea un instrumento clave para el desarrollo social y económico en el largo plazo. Trascender y convertir al sector en una fuente de riqueza intergeneracional para el país.
- **Quito Turismo Empresa Pública:**
Desarrollar y promocionar turísticamente al Distrito Metropolitano de Quito, en alianza con el sistema turístico, en beneficio del visitante local, nacional y extranjero, teniendo a promover las mejores prácticas de calidad, sostenibilidad e innovación, y contando con el talento humano especializado.

A continuación, tiene un ejemplo para ayudarse:



1.2 VISIÓN

Es la imagen que la institución tiene de sí misma frente al futuro. La definición de la visión corporativa es un proceso institucional mediante el cual se establece en enunciados, claros y motivantes, el futuro deseado de la organización, tanto en el componente técnico como humano.

Componentes para el análisis

- Esta se debe formular teniendo claro un horizonte de tiempo y un camino que permita establecer el desarrollo esperado de la organización en el futuro.
- Implica también el alcanzar metas a largo, mediano y corto plazo, con el mínimo uso de recursos.
- Metas realistas y alcanzables.
- La visión tiene un carácter inspirador y motivador.

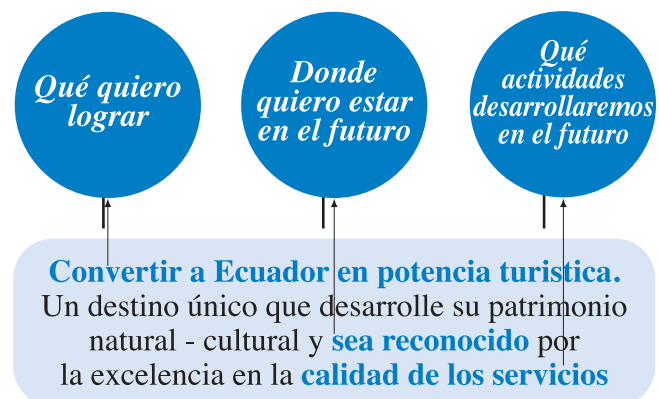
Preguntas básicas para la definición de la visión

- ¿Qué quiere lograr la institución?
- ¿Dónde quiere estar en el futuro el GAD Municipal?
- ¿Qué actividades desarrollarán en el futuro?

Algunos ejemplos para el análisis

- **Hilton Colón:**
Llenar la Tierra con la luz y la calidez de la hospitalidad.
- **Ministerio de Turismo.**
Convertir a Ecuador en potencia turística. Un destino único que desarrolle su patrimonio natural – cultural y sea reconocido por la excelencia en la calidad de los servicios.
- **Quito Turismo Empresa de Turismo:**
En el 2015, seremos la mejor organización oficial en Sudamérica, orientada a la gestión de destino turístico, y reconocida como una empresa pública referente en Ecuador, con un equipo de seres humanos comprometidos en convertir a Quito en la mejor experiencia turística para visitantes y residentes.

A continuación, tiene un ejemplo para ayudarse:



1.3 VALORES

Los valores, son principios éticos sobre los que se asienta la cultura de nuestra empresa y nos permiten crear nuestras pautas de comportamiento. Entre otras se pueden considerar:

- Liderazgo, coordinación, transparencia y eficiencia de los servicios municipales.
- Promoción de la participación ciudadana y veeduría social.

- Desarrollo armónico y concertado del cantón
- Promoción de la equidad social
- Gestión institucional basada en principios y valores corporativos.

Preguntas básicas para la definición de valores

- ¿Cómo somos?
- ¿En qué creemos?

Algunos ejemplos para el análisis.-

HOTEL HILTON	
HOSPITALITY (HOTELERÍA)	• Nuestra pasión es brindarles la mejor atención a nuestros huéspedes.
INTEGRITY (INTEGRIDAD)	• Hacemos lo correcto, siempre.
LEADERSHIP (LIDERAZGO)	• Somos líderes en nuestra industria y en nuestras comunidades.
TEAMWORK (TRABAJO EN EQUIPO)	• Trabajamos en equipo en todo lo que hacemos.
OWNERSHIP (PERTENENCIA)	• Somos responsables de nuestros actos y decisiones.
NOW (AHORA)	• Trabajamos con un gran sentido de urgencia y disciplina.

2. LEVANTAMIENTO DE LA LÍNEA BASE

Para iniciar un proceso de planificación es importante contar con un diagnóstico del territorio, mucha de la información que se requiere para esta actividad puede ser encontrada en el diagnóstico de los PDyOT de su Municipalidad y se lo podrá complementar con otras fuentes de información y de investigación a encontrarse en el Ministerio de Turismo, Cámaras de Turismo, INEC, ONG's, etc.

2.1 OBJETIVO

Levantar la línea base del sector turístico cantonal.

2.2 ¿QUÉ DEBE CONTENER?

ANÁLISIS DEL ENTORNO

Se describe la situación ambiental, económica, social, política, y patrimonio-cultural relevantes del cantón. (Enfocando el papel del turismo en cada sector).

- **AMBIENTAL.**

Para analizar el entorno ambiental deberá investigar información como: Factores Bióticos: Flora, fauna, especies en extinción. Factores Abióticos: temperatura, precipitaciones, piso bioclimático, hidrografía, tipos de suelo, usos del suelo, tipos de recursos naturales, manejo de recursos naturales, etc., de su cantón. Como fuente de información puede usar el PDyOT cantonal. Pero cabe aclarar que su análisis deberá ser desde la óptica del turismo, es decir, cómo la parte ambiental actual de su cantón afecta positiva o negativamente a la práctica del turismo.

- **ECONÓMICO.**

El tema económico es importante si de turismo se trata, para el efecto deberá analizar cómo el turismo dinamiza la economía del cantón, si genera fuentes de empleo, micro emprendimientos, capacidad productiva del sector, actividades primarias en especial las que se desarrollan con recursos. Identifique cuántas personas trabajan en turismo en su cantón.

- **SOCIAL.**
La parte social es la esencia del turismo, aquí se deberá analizar la forma en la que el turismo incide en el ámbito social. Se deberá incorporar una descripción sobre la población, cantidad de población, sexo, población económicamente activa, cobertura de servicios básicos, grupos étnicos, ocupación poniendo énfasis en la parte de servicios turísticos, etc., del cantón.
- **POLÍTICO.**
Se analizará la estructura política del lugar: instituciones públicas, privadas y organismos no gubernamentales inherentes a la actividad turística. Se deberá incorporar una descripción de los actores y cómo se desarrolla el capital social y movimientos sociales.
- **CULTURAL (PATRIMONIO).**
Se analizará cuántos recursos patrimoniales se tienen y en qué condiciones de conservación se encuentran. Inventario pormenorizado de sus recursos patrimoniales tanto materiales como inmateriales, datos que permitirá extraer valiosa información del estado de conservación de estos recursos, sus formas de intervención y valoración, y su potencial turístico en el desarrollo de la ciudad; así como las ordenanzas que los protejan. Puede acceder al SIPCE para encontrar datos.

Parte de esta información también puede encontrarla en el PDYOT del cantón y otra en el INEC o en Ecuador en cifras. Es importante que considere que toda la información que encuentre debe ser analizada desde la óptica del turismo.

ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN TURÍSTICA

Se deberá analizar y tener en cuenta otros planes y proyectos específicos que incidan en la ciudad, del propio municipio y de otras instituciones públicas como gobiernos provinciales y parroquiales, ministerios; así como de instituciones privadas.

Esté punto sin duda es el más importante, debido que se realiza un análisis de toda la actividad turística del cantón, relacionada con los otros sectores del desarrollo así se determina la situación actual y potencial de este sector.

Se incluye un levantamiento de sitios, atractivos, análisis de oferta y demanda.

1. Inventario y jerarquización de sitios y atractivos

Para elaborar el inventario de atractivos se utilizará la metodología y fichas propuesta por AME.

En el caso de la jerarquización que consiste en valorar el atractivo turístico es importante conocer que existen cuatro tipos de jerarquías que se aplican a los atractivos.
(Ver Anexos)

Jerarquización de Atractivos

Jerarquía IV:

Atractivo excepcional de gran significación para el mercado turístico internacional, capaz por sí solo de motivar una importante corriente de visitantes actual o potencial.

Jerarquía III:

Atractivo con rasgos excepcionales en un país, capaz de motivar una corriente actual o potencial de visitantes del mercado interno, y en menor porcentaje el internacional, ya sea por sí solos o en conjunto con otros atractivos contiguos.

Jerarquía II:

Atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno, y receptivo, que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas actuales o potenciales, y atraer al turismo fronterizo de esparcimiento.

Jerarquía I:

Atractivos sin mérito suficiente para considerarlos a nivel de las jerarquías anteriores, pero que igualmente forman parte del patrimonio turístico como elementos que pueden complementar a otros de mayor jerarquía en el desarrollo y funcionamiento de cualquiera de las unidades que integran el espacio turístico.

2. Análisis de la Oferta Local

Para realizar un análisis de la oferta turística que existe en el cantón se debe tomar en cuenta el inventario de la planta turística que cuenta con información sobre: alojamiento, restauración (gastronomía), actividades de recreación, lugares de esparcimiento, guianza, agencias de viaje y transporte; así como información sobre la infraestructura, dotación de servicios básicos, transporte, vías, y otras construcciones.

A. Inventario de la Planta Turística (Catastro Equipamiento)

El catastro turístico del equipamiento de la localidad, puede ser obtenido en el Ministerio de

Turismo, o bien deberá ser levantado o actualizado por la municipalidad.

La información que contiene un inventario de planta turística consiste en el: listado de alojamientos (hoteles, hostales, hosterías, moteles, pensiones, etc.), listado de sitios de alimentación (restaurantes, bares, cafeterías, fondas de primera, segunda y tercera clase), listado de actividades de recreación, listado de lugares de esparcimiento (discotecas, bares, casinos, night club, cines, teatros, clubes deportivos, parques temáticos, de primera, segunda y tercera clase).

ALOJAMIENTOS

- Tipo de Alojamiento (# de hoteles, hostales, hosterías, cabañas, moteles y su respectiva categorización # de estrellas o clase).
- Capacidad del alojamiento: # de plazas (camas).
- Tarifas

MATRIZ DE HOSPEDAJE

CANTON:	Puerto Quito					
PARROQUIA	Puerto Quito					
ALOJAMIENTO		Categoría	Habitaciones	Plazas	Mesas	Plazas
	Hostal (Ejemplo)					
	GRAN HOTEL PUERTO QUITO	Segunda	16	40	6	24

Nota: Incluye hoteles, hostales, hosterías, moteles, pensiones, etc.

RESTAURACIÓN (GASTRONOMÍA)

- Tipo de Restaurante (# de Restaurantes, bares, cafeterías)
- Capacidad (# número de mesas y sillas)
- Menús

MATRIZ DE ALIMENTACIÓN

CANTON:	Puerto Quito			
PARROQUIA	Puerto Quito			
RESTAURANTES		Categoría	Mesas	Plazas
	RESTAURANTES (Ejemplo)			
	La delicia	Segunda	6	24

Nota: Incluye restaurantes, bares, cafeterías, fondas, fuentes de soda, etc.

ACTIVIDADES DE RECREACIÓN

- Lugar donde se realiza
- Tipo de actividad: Caminatas, Kayak, Ciclismo de montaña, Cabalgatas, Observación de aves, Pesca, otros

ACTIVIDADES RECREACIONALES

ACTIVIDAD	LUGAR DONDE SE PRACTICA	COSTO
Caminatas (ejemplo)	Sendero El Bosque	5 dólares por persona
Kayak		
Ciclismo de montaña		
Cabalgatas		
Observación de aves		
Pesca		

Nota: En esta matriz deberán incluirse todas las actividades recreacionales que se practiquen en el cantón.

GUIANZA

- Guías de la localidad (# de guías bilingües, guías nativos, guías naturalistas)

MATRIZ GUÍAS

CANTON:	Puerto Quito				
PARROQUIA	Puerto Quito				
GUIAS	Nombres	Tipo	Idiomas	Dirección	Correo Electrónico
	Pedro Suárez (Ejemplo)	Guía Naturalista	Inglés, francés	Calle A y Sucre	psuarez@hotmail.com

Nota: En esta matriz deberán incluir los datos de los guías que se encuentran trabajando en el cantón.

TRANSPORTE

- Transportes de la localidad (# de transportes que tiene la localidad y que pasan por la localidad).

MATRIZ TRANSPORTE

COMPAÑÍAS	TURNOS	ITINERARIO	DIRECCIÓN	TELÉFONOS
Aloag (Ejemplo)	6 diarios	Quito Puerto Quito Quinindé	Jorge Palacios y Av. Bolívar	2 346 857

Nota: En esta matriz deberán incluirse todas las actividades recreacionales que se practiquen en el cantón.

MATRIZ LUGARES DE ESPARCIMIENTO

CANTON: Puerto Quito			
PARROQUIA: Puerto Quito			
LUGARES DE ESPARCIMIENTO	Nombre	Categoría	Plaza
BARES	Sol y Luna	Tercera	20

Nota: En esta matriz deberán incluir las discotecas, bares, casinos, night club, cines, teatros, clubes deportivos, parques temáticos.

MATRIZ AGENCIAS DE VIAJE

AGENCIA DE VIAJES	TIPO DE AGENCIA	OFERTA	DIRECCIÓN	TELÉFS.
Intisamay Tours	Operadora Nacional	Paquetes nacionales todo el Ecuador continental. Paquetes Galápagos	Amazonas y Roca	2 325 862

Nota: En esta matriz se deberán ubicar los datos de las agencias de viajes ubicadas en el cantón.

B. Instalaciones

Dentro de las instalaciones, de acuerdo a Boullón se cuenta con tres categorías:

Categoría 1.

De agua y playa (marinas, espigones, muelles, canoas, carpas, sombrillas, represas o soleras, observación submarina).

Categoría 2.

De montaña (miradores, senderos, refugios, funiculares, teleféricos).

Categoría 3.

Generales (piscinas, vestuarios, juegos infantiles, golf, tenis, otros deportes).

Para facilitar el análisis de este tipo de información es recomendable que se trabaje con una matriz. La misma debe mostrar cada una de las categorías de instalaciones mencionadas anteriormente, el tipo por categoría, el número y el estado. Este último puede ser bueno, regular, malo o pésimo.

MATRIZ INSTALACIONES

CATEGORÍA	TIPO	NÚMERO	ESTADO			
			Bueno	Regular	Malo	Pésimo
1. De agua y playa	Marinas					
	Espigones					
	Muelles					
	Canoas					
	Carpas o tiendas					
	Sombrillas					
	Reposaderas					
	Observación submarina					
2. De montaña	Miradores					
	Circuitos de senderos					
	Refugios					
	Funiculares					
	Teleféricos					
	Sky lift					
	Poma Lift					
3. Generales	Piscinas					
	Vestuarios					
	Juegos infantiles					
	Golf					
	Tenis					
	Otros deportes					
	Pasarelas, puentes					

Nota: Esta matriz identificará las categorías de instalaciones con las que cuenta el cantón.

C. Infraestructura

“Es la dotación de bienes y servicios con los que cuenta un país para sostener sus estructuras sociales y productivas” (Boullón 1985).

- Servicios básicos (agua, luz, teléfono, manejo de desechos, etc.)
- Transporte (puertos, aeropuertos, ferrocarriles, buses, taxis, lanchas, etc.)
- Vías (caminos de primer, segundo o tercer orden)
- Infraestructura (escuelas, hospitales, vivienda)

MATRIZ INFRAESTRUCTURA

CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO	INFORMACIÓN
1. Transporte	Terrestre	Red de carreteras	Nombres:
		Servicios para el auto (vulcanizadora)	Número:
		Señalización	Tiene/no tiene:
		Servicios de transporte	Número de cooperativas:
		Terminales de buses	Número:
		Red ferroviaria	Tiene/no tiene:
		Terminales ferroviarias	Número:
		Red de calles identificadas	Tiene/no tiene:
	Aéreo	Servicios aéreos	Tiene/no tiene:
		Aeropuertos	Número:
	Acuático	Servicio de transporte fluvial y lacustres	Número de cooperativas:
		Terminales	Número:
2. Comunicaciones	Postales	Código postal	Código postal:
	Telegráficas	Telégrafo	
	Telefónicas	Servicio Telefónico fijo y móvil	Nombres:
	Internet		Nombres:
3. Sanidad	Red de agua	Aguas negras	Tiene/no tiene:
	Red de desagües	Pluvial	Tiene/no tiene:
	Recolección de basura	Vehículos recolectores	Número:
	Salud	Hospitalización	Número:
		Primeros Auxilios	Número:
4. Energía	Red eléctrica	Alumbrado público	Tiene/no tiene:
		Servicios domiciliarios	Tiene/no tiene:
	Combustible	Gasolineras	Número:
		Gas	Número:

Nota: En esta matriz se deberá identificar la información de infraestructura con la que cuenta el cantón.

3. Análisis de la demanda turística

Para elaborar el análisis de la demanda es importante primero analizar las estadísticas, principalmente del Mercado Internacional.

Es conveniente conocer que pasa en el exterior del país, cuáles son los destinos preferidos de la gente, de dónde provienen los visitantes, etc. Es necesario realizar un perfil

del turista, para lo cual se puede utilizar la información proporcionada por el Ministerio de Turismo

PERFIL DEL TURISTA

A continuación, Usted puede encontrar información sobre el perfil del turista que llega al Ecuador de acuerdo al país de donde proviene.

Se han escogido los 3 principales mercados de donde provienen los turistas:

COLOMBIA:

- **Ingreso medio del país:**
USD \$ 8.628,4
- **Gasto promedio de viaje:**
USD \$ 873.
- **Motivo de viaje:**
80% ocio y 20% negocios.
- **Vacaciones pagadas:**
15 días al año.
- **Edad:**
22% tiene entre 35 y 49 años, 18% de 25 a 34 años, 18% hasta 14 años, 17% de 15 a 24 años, 7% de 50 a 64 años.
- **Estacionalidad:**
115 viaja en diciembre, 10% en noviembre, 95 en enero, junio, julio y octubre.

ESTADOS UNIDOS:

- **Ingreso medio del país:**
USD \$ 61.725
- **Gasto promedio de viaje:**
USD \$ 1.559
- **Motivo de viaje:**
82% ocio y 18% negocios.
- **Vacaciones pagadas:**
12 días al año.
- **Edad:**
31% tiene entre 35 y 49 años, 18% de 50 a 64, 15% de 25 a 34, 13% de + 65.
- **Estacionalidad:**
9% viaja en marzo, mayo, junio, julio y agosto

PERÚ:

- **Ingreso medio del país:**
USD \$ 7.195,3
- **Gasto promedio de viaje:**
USD \$ 635

* Estadía mínima de 5 noches

- **Motivo de viaje:**
78% ocio y 22% negocios.
- **Vacaciones pagadas:**
30 días al año.
- **Edad:**
31% tiene entre 50 y 64 años, 23% de 25 a 34, 22% de 35 a 49, 10% de 15 a 24.
- **Estacionalidad:**
9% viaja en enero, julio, octubre noviembre y diciembre.

En caso del mercado interno, según el MINTUR tiene las siguientes características:

- **Número de viajes al año por familia:**
2-3 viajes.
- **Número de personas por viaje:**
3-4 personas
- **Fechas de viajes:**
Fin de semana (50%), feriados (32%) y entre semana (18%).
- **Estadía:**
0 noches (35%), 2 noches (23%), 1 noche (22%), 3 noches (10%) y +3 noches (10%).
- **Gasto por persona por noche:**
0 noches (USD \$10,30 – \$19,80), 1 noche (USD \$ 16,60 – \$ 29,80), 2 noches (USD \$ 25,00 – \$42,90, 3 noches (USD \$ 40,00 - \$ 69,50) y +3 noches* (USD \$ 63,33 – \$95,70).
- **Motivo de viaje:**
47% visita a familiares y amigos, 32% recreo y ocio, 16% otros y 5% religión.
- **Destino del viaje:**
22% Guayas, 15% Manabí, 14% Azuay, 5% Pichincha y 43% resto del país.
- **Tipo de alojamiento:**
71% vivienda de familiares o amigos, 19% hotel y 11% otros.

Posteriormente se analiza el mercado nacional, determinando cuáles son los destinos más visitados, cuáles son las actividades preferidas

por los turistas, etc., y si hay datos se puede analizar el mercado local bajo los mismos parámetros anteriores.

Es necesario, determinar la demanda histórica, es decir se analizan cuántas personas llegaron al país en los últimos diez años (preferentemente). Este dato se lo puede obtener de las estadísticas del Ministerio de Turismo.

Para determinar la demanda potencial, se utilizan los datos obtenidos en la demanda histórica y se los proyecta mediante la opción “PRONÓSTICO” en la hoja de cálculo Excel.

FÓRMULA PARA PROYECCIONES

Ejemplo:

AÑO	TURISTAS
2006	2418369
2007	2230904
2008	2136943
2009	2032134
2010	1927291
2011	1822448
2012	1717605
2013	1612762
2014	1507919

AÑO	TURISTAS
2006	2418369
2007	2230904
2008	2136943
2009	2032134
2010	1927291
2011	1822448
2012	1717605
2013	1612762
2014	1507919

Así, se determina la cantidad probable de turistas que vendrían en los años siguientes. Si se cuenta con datos de visitas a la localidad

también se puede aplicar la fórmula.

La información más certera se obtiene aplicando una encuesta, se puede obtener dos clases de información; la general, y la referente a las preferencias, motivaciones e información de viaje.

GENERAL

- Lugar de procedencia
- Sexo
- Estado Civil
- Nivel de Instrucción

PREFERENCIAS Y MOTIVACIONES

- Atractivos que le gustaría visitar
- Actividades que le gustaría realizar
- Expectativas del viaje
- Medio de transporte
- Cómo conoció el lugar

INFORMACIÓN DE VIAJE

- Con cuántas personas viaja
- En qué temporada viaja
- Gasto promedio
- Dónde se alojan
- Qué consumen
- Tiempo vacacional

4. Análisis de la competencia

Para analizar la competencia es necesario mirar el movimiento de la oferta turística en otros cantones, esta puede ser directa o indirecta.

Directa

Cantones que ofrecen los mismos tipos de turismo a través de los sitios o atractivos que se pretende ofertar en el cantón

Indirecta

Cantones que ofrecen un servicio o tipos de turismo complementarios al que la municipalidad pretende ofrecer. Conocer esto, ayuda a saber las oportunidades en el mercado turístico ya que si el cantón tiene menos oferta directa y mayores ofertas indirectas dichas oportunidades.

Al analizar la competencia se debe tener en cuenta:

- Localización de los competidores
- Qué atractivos, sitios, productos se ofrecen en el mercado
- Precios
- Calidad de los productos y servicios

Para facilitar el análisis se identificarán los cantones competidores directos, en ella se mostrarán los tipos de turismo que manejan, su ubicación, costos, etc., como se observa en el siguiente cuadro, de esa manera se puede determinar qué tipos de turismo potenciar en el cantón.

MATRIZ DE ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

CANTON:	Tena						
PARROQUIA	Ahuano						
TIPO DE COMPETENCIA	TIPO DE TURISMO	Nombre de la comunidad / empresa	Cantón	Ubicación	Etnia	Servicios	Tarifas por pax
(Ejemplo)							
Directa	Turismo Comunitario	Comunidad Shandia	Archidona	5km vía norte	Quichuas	Alojamiento, alimentación, actividades (pesca, caminatas, shamanismo)	\$50
Indirecta	Ecoturismo	Hosteria El encanto	Quijos	Av. Oriental y 5 transversal	Mestizos	Alojamiento, alimentación, kayak, rafting, rapel	\$120

5. Análisis de la Tendencias

Deberá investigar y analizar cómo están las tendencias de mercado turístico, es decir cuáles son los cambios en la demanda o gustos del consumidor y cómo esto afecta al turismo en su territorio.

Por ejemplo, para plantear el desarrollo de ciertos tipos de turismo en su cantón se debe primero analizar las tendencias para alinearse a ellas y de alguna manera garantizar el éxito de su oferta.

Puede usar las siguientes preguntas como guía.

- ¿En qué medida afecta al territorio?
- ¿Cómo afecta a los competidores?
- ¿Evolucionará la demanda en sentido positivo respecto de nuestros puntos fuertes?
- ¿Cómo podemos montarnos sobre la tendencia?

2.3 CÓMO DESARROLLARLO

Para poder levantar toda la información será necesario recurrir a técnicas de investigación tales como: la entrevista, la investigación documental, la encuesta, los foros, los grupos focales, etc. Es necesario también realizar un levantamiento bibliográfico.

Es claro que en este punto es donde más información se necesita recolectar. La mayoría de la información se encuentra en el plan de desarrollo y de ordenamiento territorial. De ser posible, se deberá contar con recurso humano como pasantes o voluntarios quienes pueden realizar este levantamiento de información.

2.4 PRODUCTO

Se habrá levantado la línea de base de la localidad, ligado a la Planificación del Desarrollo y Ordenamiento Territorial.

3. CONFORMACIÓN Y FUNCIONAMIENTO DE INSTANCIAS DE PARTICIPACIÓN

La participación de los actores es fundamental para el desarrollo de la actividad turística puesto que de ellos nacen todas las inquietudes y necesidades que tiene una localidad, para así enfocarse en una gestión eficiente del turismo. Si bien es cierto en el proceso de planificación cantonal se convoca a los actores locales, pero bajo la especificidad turística los actores tendrán que estar relacionados a esta actividad.

3.1 OBJETIVO

Coordinar acciones con los actores locales y los representantes de los servidores turísticos para una mejor gestión del turismo articulada a los planes de desarrollo y ordenamiento territorial.

3.2 QUÉ DEBE CONTENER

Es importante conocer que toda iniciativa de turismo nace fruto de una necesidad o un requerimiento de una persona natural, jurídica o comunitaria con tipos de turismo distinto pero que a la vez tienen una misma finalidad, el lucro y por ende el desarrollo económico del territorio.

En el caso de los Gobiernos Autónomos Descentralizados Municipales el propósito es planificar, regular, controlar y gestionar el desarrollo de la actividad turística cantonal para de esa manera contribuir al disfrute del turista. Por esta razón es imprescindible la colabo-

ración, participación y apoyo directo de los actores locales tales como: consejos provinciales, municipios, juntas parroquiales, instituciones educativas, organizaciones no gubernamentales, cámara de turismo, servidores turísticos, cámara de comercio, servidores de transporte, etc.

Una vez que se haya podido reunir a este grupo de personas es ideal poder armar un foro conversatorio; con acompañamiento de un especialista en turismo; para poder establecer cuál es la situación de la actividad turística del lugar.

3.3 CÓMO DESARROLLARLO

Inicialmente se debe identificar a los actores locales, para que puedan participar de una reunión posterior, cuando éstos hayan sido identificados se debe proceder a elaborar la matriz de actores para determinar la posición, interés e influencia que tendrían en el desarrollo turístico del cantón.

Así, será más fácil ver el panorama inicial previo al desarrollo de cualquier acción pues si se identifican los actores que están en oposición se determinarán mecanismos de control, así mismo al identificar actores en acuerdo, éstos serán tomados en cuenta como aliados.

3.4 PRODUCTOS

Cómo productos queda conformada una instancia de coordinación de actores para el trabajo en el tema turístico.

MATRIZ INSPECCIÓN DE PARTICIPACIÓN

Actores	Intereses	Posición						Interés						Influencia					
		Desconocida	Oposición Activa	Oposición Pasiva	Indeciso	Apoyo Activo	Apoyo Pasivo	Desconocido	Poco ningún interés	Algún interés	Interés moderado	Mucho Interés	El más interesado	Desconocida	Poco o ninguna influencia	Alguna influencia	Influencia moderada	Mucha influencia	El más influyente

4. PLAN DE TRABAJO O ANÁLISIS DEL DIAGNÓSTICO DEL TERRITORIO

Una vez que el paso anterior se haya cumplido, es importante que exista una segunda reunión para analizar el diagnóstico del territorio para así determinar los principales problemas y obstáculos que el turismo tiene para desarrollarse en las municipalidades.

4.1 OBJETIVO

Elaborar un análisis de la situación turística dentro de la localidad.

4.2 QUÉ DEBE CONTENER

El análisis del diagnóstico preliminar es la primera mirada al territorio, donde se pretende recoger la mayor cantidad de información turística del sector, cuáles son los problemas, cuáles son las fortalezas, las oportunidades y las debilidades del sector turístico de su cantón.

4.3 ¿CÓMO DESARROLLARLO?

Para obtener la información necesaria se invitará nuevamente a la instancia de coordinación cantonal (actores) para que con base a la técnica de "lluvia de ideas" pedir a los participantes que mencionen los principales problemas que tiene el cantón y que afecten al desarrollo del turismo directamente.

Se priorizarán los más importantes y se procederá a elaborar un árbol de problemas en la parte superior se colocarán las consecuencias y en la parte inferior las causas.

Este árbol deberá convertirse en un árbol de objetivos convirtiendo la realidad anterior en positivo. (Ver pag. 59)

Una vez que se elaborado la parte anterior se procederá a elaborar un FODA: fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que el turismo tiene para desarrollarse en su localidad. Para el efecto es necesario ponderar cada una de ellas para identificar cual es la situación actual del turismo en el territorio.

En el caso de las fortalezas y debilidades (factores internos) se debe asignar una calificación que vaya desde 0.0 (sin importancia) hasta 1.0 (de gran importancia) a cada factor.

La calificación indica la importancia relativa de cada factor en cuanto a su éxito en una institución.

Sin importar si los factores clave sean fortalezas o debilidades internas, los factores considerados como los de mayor impacto en el rendimiento deben recibir ponderaciones altas.

La suma de dichas ponderaciones debe totalizar 1.0; seguido de esto se debe realizar una clasificación de 1 a 4 para indicar si dicha variable representa:

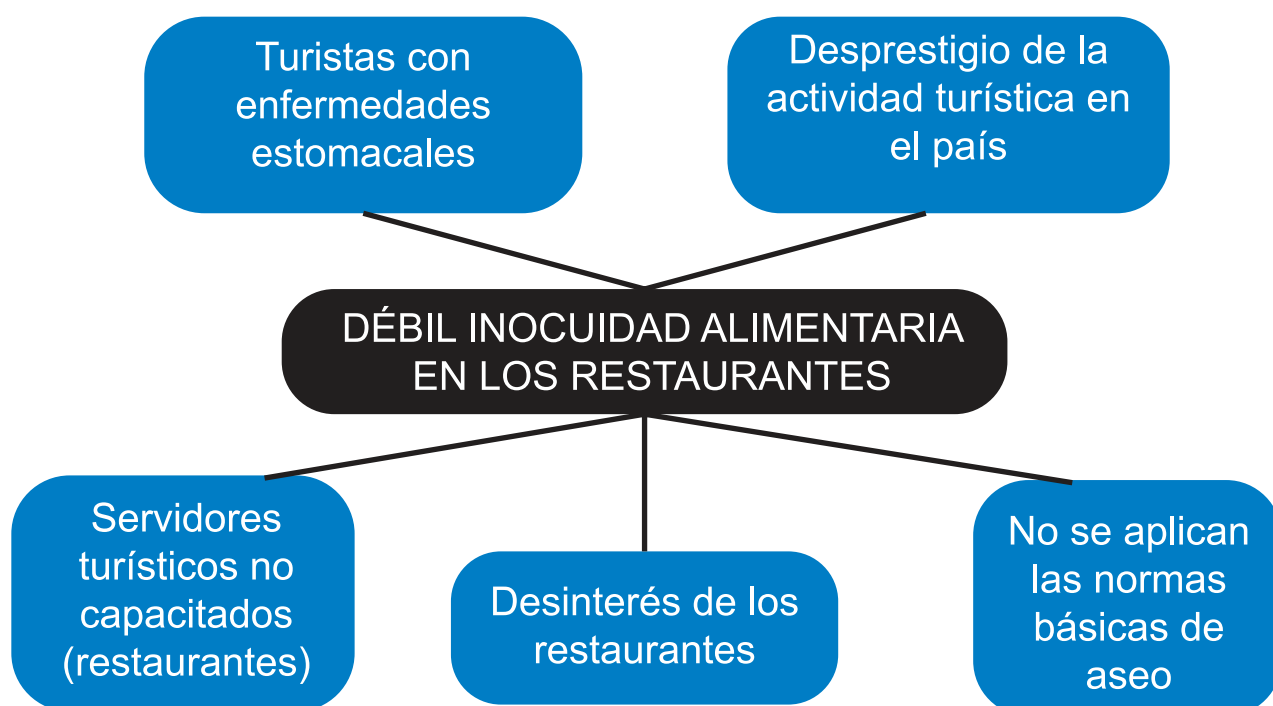
- Una debilidad importante (1)
- Una debilidad menor (2)
- Una fortaleza menor (3)
- Una fortaleza importante (4)

Posteriormente se debe multiplicar la ponderación de cada factor por su clasificación, y de esta manera establecer el resultado ponderado para cada variable.

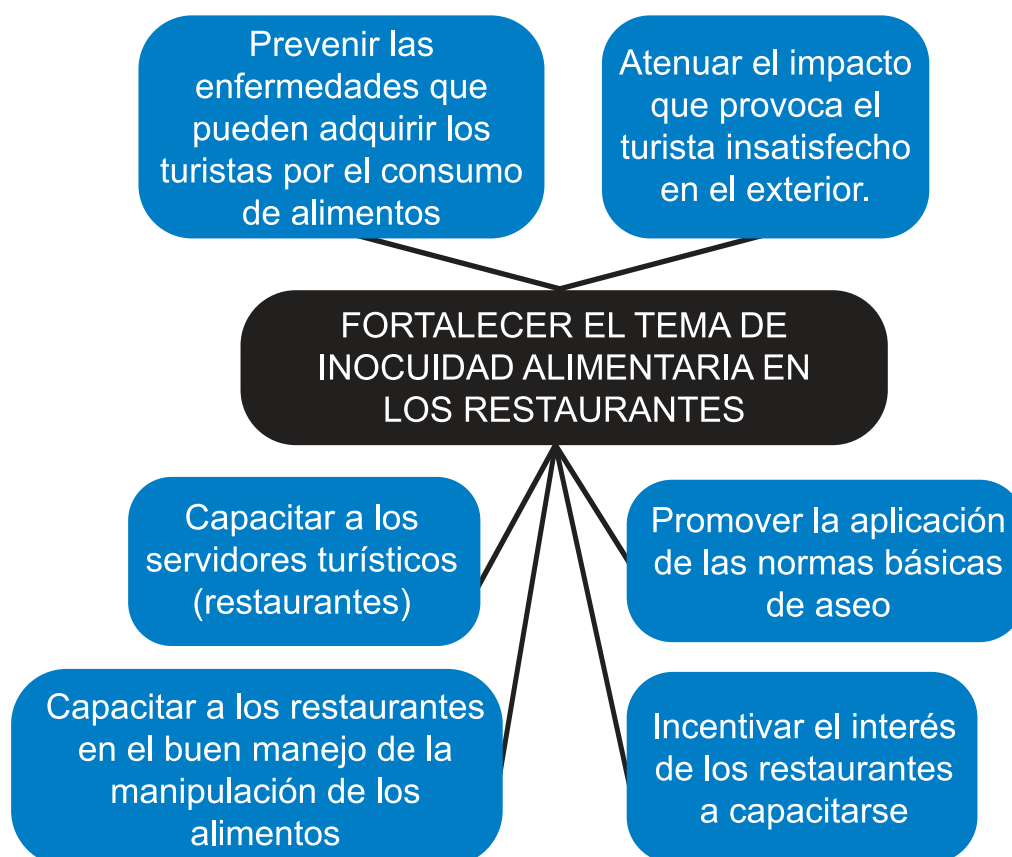
Sin importar el número de factores por incluir, el resultado total ponderado puede oscilar de un resultado bajo de 1.0 a otro de 4.0, siendo 2.5 el resultado promedio. Los resultados mayores de 2.5 indican una organización poseedora de una fuerte posición interna, mientras que los menores de 2.5 muestran una organización con debilidades internas.

Para el caso de las oportunidades y amenazas (factores externos) se debe asignar una calificación que vaya desde 0.0 (sin importancia) hasta 1.0 (de gran importancia) a cada factor. La calificación indica la importancia relativa de cada factor en cuanto a su éxito en una institución dada.

ÁRBOL DE PROBLEMAS



ÁRBOL DE OBJETIVOS



Sin importar si los factores clave sean oportunidades o amenazas externas, los factores considerados como los de mayor impacto en el rendimiento deben recibir ponderaciones altas. La suma de dichas ponderaciones debe totalizar 1.0., seguido de esto se debe realizar una clasificación de 1 a 4 para indicar si dicha variable representa:

- Una amenaza importante (1)
- Una amenaza menor (2)
- Una oportunidad menor (3)
- Una oportunidad importante (4)

Posteriormente, se debe multiplicar la ponderación de cada factor por su clasificación, y de

esta manera establecer el resultado ponderado para cada variable. Sin importar el número de factores por incluir, el resultado total ponderado puede oscilar de un resultado bajo de 1.0 a otro de 4.0, siendo 2.5 el resultado promedio.

Los resultados mayores de 2.5 indican una organización poseedora de una fuerte posición externa, mientras que los menores de 2.5 muestran una organización con debilidades externas.

Una vez que se hayan determinado lo anterior se puede tener un panorama más claro para trabajar.

MATRIZ DE ANÁLISIS FODA

Matriz de Evaluación de Factores Internos Fortalezas y Debilidades			
Factor Interno Clave	Ponderación	Clasificación	Resultado Ponderado
FORTALEZAS			
Líderes en carnes al carbón.	0,2	4	0,8
Servicio a domicilio inmediato	0,1	4	0,4
Precios accesibles	0,05	4	0,2
Publico variado	0,05	3	0,15
Calidad de personal	0,1	4	0,4
DEBILIDADES			
No hay organización departamental	0,15	1	0,15
Inexistencia de un sistema de gestión de calidad.	0,15	1	0,15
Toma de decisiones sin fundamento técnico en nuevos proyectos.	0,1	1	0,1
No cuenta con variedad de menú.	0,06	2	0,12
Sin instructivo de servicio al cliente.	0,04	2	0,08
TOTAL	1,00	26	2,55



Matriz de Evaluación de Factores Externos Oportunidades y Amenazas			
Factor Externo Clave	Ponderación	Clasificación	Resultado Ponderado
OPORTUNIDADES			
Cercanía a Guayaquil y a otros cantones	0,1	4	0,4
Extranjeros invierten en el cantón	0,1	3	0,3
Cercanía al puerto	0,1	3	0,3
Buenas carreteras para llegar al cantón	0,2	4	0,8
Alianzas políticas	0,1	3	0,3
AMENAZAS			
Enfermedades Tropicales	0,1	1	0,1
Inviernos y veranos fuertes	0,1	1	0,1
Droga que llega al cantón desde fuera	0,1	1	0,1
Terremotos	0,05	2	0,1
Inestabilidad política	0,05	2	0,1
TOTAL	1,00	26	2,6

4.4 PRODUCTO

Un análisis profundo de la situación del cantón en el ámbito turístico concluirá en una canasta de proyectos a desarrollarse que se realizarán dependiendo de las necesidades y de los recursos y actores a nivel cantonal disponibles.

5. PLAN DE ACCIÓN

Una vez que se ha cumplido con el paso anterior se tomará las ideas de la canasta de proyectos obtenida para incorporarla en un plan de acción.

5.1 OBJETIVO

Definir los proyectos viables con la finalidad de aportar al Desarrollo Turístico del Cantón.

5.2 QUÉ DEBE CONTENER

El plan de acción es un conjunto de proyectos o iniciativas para el desarrollo turístico de la localidad, vistas desde un enfoque de desarrollo económico y con criterios de sustentabilidad y participación social. Los proyectos deberán enfocarse bajo los siguientes componentes:

5.2.1 IDENTIDAD DEL DESTINO TURÍSTICO

La identidad de un destino turístico está dada por la calidad de su atractivo, algo que lo constituye en un lugar digno de ser visitado, cabe aclarar que aquí también juega un papel muy importante la promoción o marketing que se le dé al atractivo.

Construir una marca turística significa institucionalizar un lugar como destino turístico y posicionarlo como tal en la opinión pública. Es declarar que no es solo un sitio digno de visitarse sino un “destino turístico”, un lugar en cuya identidad está el turismo.

El sólo hecho de realizar periódicamente promoción turística de un lugar es construir una marca turística.

Pero esto no exige necesariamente crear una marca gráfica.

Se deberá lograr obtener una marca que defina el producto a vender, productos turísticos analizados y diseñados de preferencia acorde a la demanda.

5.2.2 ÁREAS DE ACCIÓN

Las áreas de acción se definen de acuerdo al resultado que se haya tenido con la canasta de proyectos se decidirá en orden de prioridades procurando impulsar aquellos proyectos que contribuyan a atenuar las debilidades y a impulsar los puntos potenciales para el desarrollo turístico.

Por ejemplo

- Ecoturismo
- Turismo comunitario
- Agroturismo

5.2.3 ESTRATEGIAS

Teniendo en cuenta los proyectos seleccionados y las áreas en las que se desarrollarán se deberán plantear las estrategias óptimas que ayuden a la consecución de dichos proyectos que estén orientados a lograr o superar las debilidades turísticas y aprovechar las potencialidades del destino haciendo énfasis en la oferta, demanda y los recursos turísticos importantes de su territorio.

5.2.4 DESARROLLO DE LAS ACCIONES

Una vez que se hayan planteado las estrategias, éstas deberán aterrizar en actividades puntuales que lleven a desarrollar cada proyecto.

5.2.5 CRONOGRAMA DE EJECUCIÓN

Es claro que las acciones que resulten de las estrategias serán muchas, por esa razón es importante ponerse plazos para la realización y alcance de cada una.

Cabe recalcar que este cronograma deberá ser analizado concienzudamente para determinar los verdaderos tiempos que ocuparán las actividades que ayudarán a gestionar los proyectos, y evitar que en un momento dado nos pueda faltar tiempo para desarrollar tal o cual actividad.

5.2.6 ESTIMACIÓN PRESUPUESTARIA Y POSIBLES VÍAS DE FINANCIACIÓN

Primero se deberá establecer un presupuesto estimativo por proyecto a realizarse y así, de esa manera podrá tener una idea de cuánto podrá costar la implementación de todos los proyecto seleccionados.

Segundo es importante tener un registro o base de datos de todas las Organizaciones No Gubernamentales y Gubernamentales tanto nacionales como internacionales que pudieran ser potenciales donadores o financiadores de recursos.

5.3 CÓMO DESARROLLARLO

Con las ideas de la canasta de proyectos obtenidos en el paso anterior, se procederá a reunir a la instancia de participación del sector turismo para priorizar los proyectos de acuerdo a las debilidades que se quiera atenuar y las potencialidades que se quiera resaltar.

Posteriormente con base a todos estos análisis y tomando como base los diagnósticos antes elaborados se podrá definir la identidad turística del territorio, los objetivos, las áreas de acción, las estrategias y las acciones del Plan de Acción Turística, cuando éste ya esté redactado se deberá debatir con los actores y de ser posible con la ciudadanía para que se convierta en un documento suficientemente revisado y aprobado para ser ejecutado.

5.4 PRODUCTO

El producto será el “Plan de Acción Turística” que contendrá todos los proyectos, las acciones y el financiamiento necesario que se tendrán que incorporar para lograr el desarrollo turístico esperado.





ANEXOS





METODOLOGÍA PARA EL LEVANTAMIENTO DE SERVICIOS DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS MUNICIPALES

Para realizar el levantamiento de servicios y atractivos turísticos municipales se han diseñado fichas técnicas.

Éstas incluyen información básica de cada cantón, además datos cualitativos y cuantitativos de los atractivos, de infraestructura y servicios para determinar sus condiciones actuales.

Para el efecto el trabajo se realizará en tres momentos:

MOMENTO I

Levantar en territorio la información relacionada a los atractivos y servicios turísticos del cantón, con base a la norma y criterios técnicos nacionales, dicha información será levantada por los técnicos de turismo, los mismos que enviarán a la Coordinación de Promoción de las Ciudades para depuración de datos.

MOMENTO II

Valoración y jerarquización de los atractivos turísticos mediante la ponderación de los recursos turísticos para determinar su importancia.

MOMENTO III

Sistematización de la información.

PROCEDIMIENTO

MOMENTO I

El levantamiento de información se realizará en 3 etapas

PRIMERA ETAPA

Ficha descriptiva del cantón

La metodología corresponde al llenado de una ficha descriptiva de cada cantón que se muestra en el anexo 2.

SEGUNDA ETAPA

Ficha por atractivo.

Se han diseñado fichas para el levantamiento de atractivos turísticos, las mismas contienen indicaciones sobre datos específicos del atractivo y la metodología básica de jerarquización, la ficha se muestra en el anexo 4.

TERCERA ETAPA

Levantamiento de la información y trabajo de campo.

El levantamiento de la información será realizada por los técnicos de turismo de cada municipio con el aporte y monitoreo de la Coordinación de Promoción de las Ciudades.

La que consiste en hacer un levantamiento de la información de los atractivos más representativos del cantón mediante el llenado de las fichas que se muestran en los anexos.

Adicionalmente es importante contar con entrevistas a los representantes de la localidad donde se asiente el atractivo para acceder a información de primera mano que permitirá complementar y pulir la investigación.

Para el llenado de fichas es necesario estar familiarizado con la metodología de clasificación de atractivos, para el efecto se deberá realizar la clasificación y ordenamiento de los recursos, de acuerdo a la categoría, tipo y/o sub tipo, que le corresponde a cada uno (mostrada en el anexo 6).

Para mayor comprensión a continuación se muestran las siguientes definiciones:

CLASIFICACIÓN DE ATRACTIVOS

Para mejor comprensión se definirá el término atractivo turístico.

- **Atractivo turístico.**

Se define como el conjunto de elementos materiales y/o inmateriales que son susceptibles de ser transformados en un producto turístico que tenga capacidad para incidir sobre el proceso de decisión del turista provocando su visita a través de flujos de desplazamientos desde su lugar de residencia habitual hacia un determinado territorio.

En cuanto a la clasificación de atractivos se tomará como referencia la metodología de Boullón y la de Ana García Silverman. Para ellos los atractivos se dividen en dos categorías: Sitios naturales, Atractivos culturales.

1. SITIOS NATURALES:

Corresponden al tipo de: montañas, áreas protegidas, bosques, planicies, perfil costanero, sistemas lacustres, ríos, cascadas, grutas, zonas insulares, zonas marinas, aguas subterráneas.

A. MONTAÑAS:

“Una Montaña es una elevación natural de la superficie terrestre, cuya altitud destaca claramente sobre los terrenos que la rodean. Pueden estar aisladas, pero lo más frecuente es que se presenten formando cadenas o cordilleras originadas por la fricción de las placas de la corteza terrestre”.
(Enciclopedia Hispánica, 1993).

- **Alta montaña:**
Elevación de altura superior a los 4800 m.s.n.m.
- **Cordillera:**
Sucesión de montañas
- **Nudo:**
Lugar donde se reúnen o cruzan dos o más sistemas montañosos.

- **Volcán:**

Un volcán es una estructura geológica por la cual emerge magma (roca fundida) y gases del interior, humo, llamas o lodo.

- **Glaciar:**

Un glaciar es una gruesa masa de hielos que se origina en la superficie terrestre por acumulación, compactación y recristalización de la nieve, mostrando evidencias de flujo en el pasado o en la actualidad.

B. ÁREAS PROTEGIDAS:

“Es un espacio geográfico claramente definido, reconocido, dedicado y gestionado, mediante medios legales u otros tipos de medios eficaces para conseguir la conservación a largo plazo de la naturaleza y de sus servicios ecosistémicos y sus valores culturales asociados”

(Dudley, 2008. Pag. 10).

- **Parques Nacionales.**

Áreas con uno o varios ecosistemas, comprendidos dentro de un mínimo de 10.000 hectáreas. Mantenimiento del área en su condición natural, prohibida cualquier explotación u ocupación.

- **Reservas Ecológicas.**

Área de por lo menos 10.000 hectáreas, con uno o más ecosistemas con especies de flora y fauna silvestres importantes o amenazadas de extinción, para lo cual se prohíbe cualquier tipo de explotación u ocupación.

- **Reserva Biológica.**

Áreas terrestres o acuáticas de extensión variable.

Sus objetivos están orientados a la conservación de los procesos naturales, posible ejecución de investigación científica, educación y conservación de los recursos genéticos.

- **Área Nacional de Recreación.**
Superficie mayor a 1.000 hectáreas o más en donde existan bellezas escénicas, recursos turísticos o de recreación en un ambiente natural, fácilmente accesibles desde centros poblados.
- **Refugio de Vida Silvestre.** Área indispensable para garantizar la existencia de la vida silvestre -residente o migratoria- con fines científicos, educativos y recreativos.
- **Reserva de Producción de Fauna.**
Área natural o parcialmente alterada, de extensión variable pero suficiente para el fomento y uso económico de la fauna silvestre.
- **Reserva Geobotánica.**
Es un área de extensión variable destinada a la conservación de la flora silvestre, recursos geológicos sobresalientes y paisajes excepcionales, con el fin de asegurar la continuidad de los procesos evolutivos y propender a la recuperación de las zonas alteradas por la intervención humana.

Por su valor histórico, cultural, paisajístico y científico, brinda oportunidades recreativas, turísticas y educativas a visitantes y comunidades locales.
- **Reserva Marina.**
Comprende toda la zona marina dentro de una franja de 40 millas náuticas, medidas a partir de las líneas base del Archipiélago y las aguas interiores e incluye columna de agua, fondo marino y subsuelo.
- **Subsistema de Gobiernos Autónomos Descentralizados.**
Comprende las áreas protegidas de Gobiernos Autónomos Descentralizados, y es uno de los cuatro subsistemas que la Constitución Política de la República del Ecuador, en su Art. 405 define al Sistema Nacional de Áreas Protegidas.
- **Subsistema de Áreas Protegidas Comunitarias.**
Son las áreas protegidas en territorios comunitarios, y es uno de los cuatros subsistemas que la Constitución Política de la República del Ecuador, en su Art. 405 define al Sistema Nacional de Áreas Protegidas.
- **Subsistema de Áreas Protegidas Privadas.**
Las áreas protegidas de propiedad privada son espacios naturales de dominio privado que se encuentran bajo protección legal cuya gestión está sometida a un manejo sustentable que permite cumplir con objetivos de conservación del patrimonio natural y están sujetas a las leyes de la constitución ecuatoriana; y es uno de los cuatros subsistemas que la Constitución Política de la República del Ecuador, en su Art. 405 define al Sistema Nacional de Áreas Protegidas.

C. BOSQUES:

Los bosques son formaciones dominadas por árboles que forman una corona más o menos bien definida, constituyendo un dosel de al menos 5 m de altura. Éste es, entonces, relativamente continuo y cubre por lo menos el 40% de la superficie durante la mayor parte del año. Estos bosques tienen por lo general más de un estrato, el número de estratos disminuye con la elevación (Sierra et al. 1999).

- **Bosque Siempre Verde de Tierras Bajas.**
Están presentes en las tierras bajas del norte y centro de la Costa y en las tierras bajas del norte, centro y sur de la Amazonía. En la Costa, los bosques tienen un dosel de más de 30m, tienen abundantes epifitas, trepadoras y un estrato herbáceo denso.
- **Bosque Inundable Siempre Verde de Tierras bajas.**
También llamados Guandales, estos bosques se encuentran restringidos a las tierras bajas muy húmedas del norte de la

Costa, a continuación de los manglares y hasta 100 m de altitud, ocasionalmente forman pantanos inundables en ciertas épocas del año.

- **Bosque Siempre Verde de Tierras Bajas inundable con aguas blancas.**

Estos bosques amazónicos se encuentran en terrazas sobre tierras planas contiguas a ríos con gran cantidad de sedimentos suspendidos (ríos de aguas blancas que nacen en la cordillera), que se inundan por varios días en épocas de alta precipitación.

- **Bosque Siempre Verde de Tierras Bajas inundable con aguas negras.**

Es una formación presente en las tierras bajas del norte y centro de la Amazonía, ocasionalmente llamada igapó. Estos son bosques permanentemente inundados por ríos o sistemas lacustres de aguas negras.

- **Bosque Inundable de Palmas de Tierras Bajas.**

Esta formación también se conoce como moretal o cananguchal, está presente en grandes extensiones de tierras planas, mal drenadas y por lo tanto pantanosas o inundables la mayor parte del año.

- **Bosque Siempre Verde Piemontano.**

En la Costa, estos bosques se encuentran desde 300 hasta 1300 m al pie de la Cordillera de los Andes, así como en las cordilleras de Toisán (Imbabura-Pichincha) y Tene fuerte (Cotopaxi) y las Montañas de Ila (Centinela, Pichincha).

- **Bosque Siempre Verde Montano Bajo.**

En la cordillera Occidental, estos bosques forman una franja angosta a lo largo de las estribaciones, desde Colombia hasta el valle de Girón-Paute, entre 1300 a 1800 m de altitud.

- **Bosque Siempre Verde Montano Alto.**

Esta formación incluye la Ceja Andina, vegetación de transición entre el bosque

montano alto y el páramo (por ejemplo los bosques de Polylepis en los alrededores de la laguna de Papallacta, o la vegetación alrededor de El Corazón), extendiéndose desde 3000 a 4000 m de altitud.

- **Bosque de Neblina Montano.**

Se caracteriza por la presencia de un estrato arbóreo que alcanza de 25 a 30 m de altura y está densamente cubierto por musgos.

- **Bosque de Neblina Montano Bajo.**

Se localiza en la parte central de la cordillera Costera. Por efectos de la precipitación horizontal y condensación de la humedad acarreada por los vientos marinos, se ubica desde 450 hasta 600-800 m de altitud.

- **Bosque Semideciduo de Tierras Bajas.**

Esta formación se encuentra por debajo de 300 m de altitud en las provincias de Esmeraldas y Manabí, y desde 100 a 300 m, desde la cordillera de Chongón y Colónche hasta el Parque Nacional Machalilla y en la Reserva Ecológica Manglares-Churute al sur. En la subregión sur de la Costa, se encuentra en pendientes muy fuertes o suelos pedregosos.

- **Bosque Semideciduo Piemontano.**

Esta formación, presente en el centro de la cordillera Costera (100 a 300 m) y al sur de las estribaciones de la cordillera Occidental (100–200 a 400 m), está localizada entre los bosques secos deciduos de tierras bajas y los bosques húmedos de neblina de la cordillera Costera y se puede encontrar en pendientes muy fuertes con suelos pedregosos.

- **Bosque Semideciduo Montano Bajo.**

Esta formación está localizada entre los 1100 hasta 1500 m de altitud, al sur de la cordillera Occidental en la Sierra. Ocasionalmente, estos bosques llegan a los 1600 m en la subregión sur. Constituye un transición entre los bosque húmedos y los bosques secos del sur.

- **Bosque Deciduo de Tierras Bajas.**

Esta formación está presente en el centro y sur de la Costa. Se localiza entre los matorrales secos de las tierras bajas y los bosques semidecíduos o húmedos, va desde 50 a 200 m de altitud, pero en el sur-occidente de El Oro y Loja (por ejemplo en Macará y en el bosque petrificado de Puyango), se ubica entre 100 y 300 m.

- **Páramos.**

Ecosistema propio de alta montaña, entre los 3400 a 4500msnm, caracterizado por vegetación de gramíneas, plantas en almohadón, arbustos achaparrados y árboles resistentes a la sequía fisiológica, congelación del agua suelo, baja presión de oxígeno, y donde ocurren precipitaciones en forma de lluvia, granizo o nieve.

- **Manglares.**

Manglar es una formación que se encuentra en las tierras bajas del norte, centro y sur de la Costa, en la zona de influencia de la marea. Los manglares están dominados por árboles cuyos doseles superan los 30 m de altura y cuyas raíces son fúlcreas con neumatóforos.

D. PLANICIES:

El término planicie se utiliza para designar a aquellos espacios naturales que constan de relieves bajos o de mínima altitud, cercanos al nivel del mar y con un determinado tipo de vegetación particular para cada ecosistema.

- **Llanura.**

Se conoce como llanura o planicie al área geográfica plana o cuya ondulación es inferior a los 150 metros de altura sobre el nivel del mar.

- **Valle.**

Se llama Valle a aquella depresión de la superficie terrestre que se manifiesta entre

dos vertientes de forma inclinada y alargada hacia un mar, lago o cuenca endorreica, por la cual generalmente transitan las aguas de un río o el hielo de un glaciar, en su defecto.

- **Dunas.**

una duna es una acumulación de arena provocada por la acción del viento, similar a una colina, y paisaje típico de zonas desérticas y de playa.

- **Salitral.**

Cuenca llana cuyo relleno está impregnado de sales.

- **Meseta.**

Es aquella formación geológica que supone determinada altura sobre el nivel del mar y que por lo general se encuentran rodeadas de terrenos más bajos o conocidos como llanuras o planicies.

- **Desierto.**

El desierto es uno de los ambientes geográficos más conocidos y fácilmente identificables debido a su escasísima vegetación y también debido a la presencia de tierras poco fértiles, ya sea a través de dunas de arena o tierra seca que no permite ningún tipo de cultivo.

E. PERFIL COSTANERO.

Zona bañada por el océano en el que se puede distinguir topografía representativa.

- **Península.**

Una península es una porción de tierra rodeada de agua por todas partes, excepto por una.

- **Bahía.**

Una bahía es una entrada a un mar, océano o lago, rodeada por tierra excepto por una apertura, que suele ser más ancha que

el resto de la penetración en tierra adentro. Es decir, una concavidad en la línea costera formada por los movimientos del mar o del lago.

- **Punta.**
Lengua de tierra alargada, baja y de poca extensión que entra en el mar.
- **Playa.**
Una playa es un depósito de sedimentos no consolidados que varían entre arena y grava, excluyendo el fango ya que no es un plano aluvial o costa de manglar, que se extiende desde la base de la duna o el límite donde termina la vegetación hasta una profundidad por donde los sedimentos ya no se mueven.
- **Estero.**
Se puede designar a un terreno pantanoso que se llena de agua a causa de la inundación generada por filtración de un río o laguna lindante que se desborda, o debido a anegaciones generadas por las lluvias.
- **Acantilado.**
Se caracteriza por presentar una pendiente o vertical pronunciada.
- **Golfo.**
El golfo es una parte del océano de importante extensión que se encuentra encerrada por puntas de tierra, que son los cabos.
- **Puerto.**
Es el sitio ubicado sobre la costa o en la orilla de algún río donde los barcos llevan a cabo operaciones de embarque y desembarco y de carga y descarga. Esto es posible gracias a las características naturales o artificiales del área en cuestión.
- **Canal.**
Es una construcción que puede ser natural o artificial destinada al transporte de todo tipo de fluidos.

F. SISTEMAS LACUSTRES.

El término lacustre se utiliza como adjetivo calificativo para designar a aquellos espacios, fenómenos o elementos relacionados con los lagos.

- **Laguna.**
La laguna es espacio acuático normalmente cerrado y con agua quieta o estancada, a diferencia de lo que sucede con otros cursos de agua como el mar o los ríos. Las lagunas, además, se caracterizan por tener agua dulce (no salada como el mar o el océano) que por lo general proviene o del deshielo de las corrientes de un glaciar o de la acumulación de lluvia.
- **Lago.**
Entendemos por lago a una masa de agua que se caracteriza por el escaso o nulo movimiento de la materia. Esta masa de agua se encuentra lejos del mar a diferencia de los ríos y se considera que su origen tiene que ver con glaciaciones ya que por lo general el lago se ubica cerca de áreas montañosas o valles.
- **Pantanos.**
Es una zona húmeda de grandes extensiones de tierra y aguas poco profundas. Un pantano en general tiene un gran número de salientes de tierra seca, cubierta por vegetación acuática. El agua de un pantano puede ser agua dulce, salobre o salada.
- **Ciénega.**
Lugar pantanoso o lleno de cieno; es decir, tierras bajas, saturadas de humedad, generalmente cubiertas por vegetación hidrófila.
- **Pozos.**
Donde el agua brota superficialmente como un surtidor, son el resultado de perforar un acuífero confinado cuyo nivel freático es superior al nivel del suelo.

G. CUERPOS DE AGUA.

Es una masa o extensión de agua, puede ser de agua dulce o salada.

- **Río.**
Es un curso de agua que se mantiene en permanente movimiento (no estancada) y que se conecta con otros cursos de agua mayores como lagos, mares, océanos u otros ríos.
- **Riachuelo.**
Es un pequeño curso de agua de poco caudal. El término, diminutivo de río, puede utilizarse como sinónimo de arroyo (una corriente de agua de bajo caudal que suele fluir con continuidad).
- **Vado.**
Lugar de un río, arroyo o corriente de agua con fondo firme y poco profundo, por donde se puede pasar.
- **Ribera.**
Es el borde de un cuerpo de agua que puede ser grande, como la orilla del mar, o pequeña, como en el caso de los ríos.
- **Delta.**
Formación que surge en la desembocadura de un río hacia el mar y que se caracteriza por la formación de numerosos canales o ramas de ese río. Esto forma una especie de red de pequeños brazos del río que se dirigen todos hacia el mar.

H. CAÍDAS DE AGUA.

Se les denomina a los tramos de un curso fluvial donde, por causa de un fuerte desnivel del lecho o cauce, el agua cae verticalmente por efecto de la gravedad.

- **Cascadas.** Forma natural en la que se presenta una importante desnivelación de la superficie sobre la que se transporta o

mantiene un curso de agua. La cascada es una caída abrupta en el nivel de la superficie y debido a la presencia de agua (río, lago, glaciación, etc.)

- **Cinta.**
El agua desciende por una estrecha franja significativamente más alto que ancho.
- **Velo.** El agua cae sobre las rocas (por lo general grandes rocas) creando una fina capa de agua que apenas cubre su superficie, casi como una veladura.

I. ESPELEOLOGÍA.

Formaciones de tipo cavidades que se originan en los suelos o montañas.

- **Gruta.**
Es una cavidad de buen tamaño que se forma bajo de la tierra, cuando el agua de la lluvia se filtra entre las rocas calcáreas, y las va disolviendo en un proceso que dura miles de años. En su origen, el agua se introduce en las pequeñas fisuras de las rocas que al agrandarse poco a poco, llegan a formar profundos agujeros.
- **Cueva o caverna.**
Es una cavidad natural del terreno causada por algún tipo de erosión de corrientes de agua, hielo o lava, o menos común, una combinación de varios de estos factores.

J. ZONAS INSULARES.

Es una zona geográfica que está compuesta principalmente por islas

- **Islas.**
Es aquella porción de tierra, más pequeña de lo que supone el tamaño de un continente, que se encuentra totalmente y desde todos sus ángulos, rodeada de agua.

- **Islotes.**

Son pequeñas islas donde normalmente no viven seres humanos por su pequeño tamaño.

K. ZONAS MARINAS.

Comprendida dentro de los primeros 20 kilómetros, que va desde la zona marítima tierra adentro al mar abierto, desde cero a 100 metros de profundidad.

- **Arrecife.**

Banco de materia que se forma en el fondo del mar y que puede estar compuesto tanto de rocas como de corales.

En este banco conocido como arrecife pueden crecer y vivir infinitos tipos de flora y fauna.

L. AGUAS SUBTERRÁNEAS.

Son el agua situada por debajo de la superficie del suelo en los espacios porosos del suelo y en las fracturas de las formaciones rocosas.

Una unidad de roca o un depósito no consolidado se denomina acuífero cuando se puede producir una cantidad de agua utilizable.

- **Aguas minerales.**

Es agua que contiene minerales u otras sustancias disueltas que alteran su sabor o le dan un valor terapéutico.

- **Aguas termales.**

Son aquellas aguas que surgen de la tierra de modo espontáneo y que poseen un alto nivel de mineralización así como también temperaturas superiores a los 5° C.

Esto hace que sean por lo general aguas cálidas o calientes a diferencia de las aguas marítimas u oceánicas.

Corresponden al tipo de: Museos y manifestaciones culturales históricas, folklore, realizaciones técnicas, científicas o artísticas contemporáneas y acontecimientos programados.

A. MUSEOS Y MANIFESTACIONES CULTURALES.

Un museo es una institución de carácter permanente y no lucrativo al servicio de la sociedad y su desarrollo, abierta al público que exhibe, conserva, investiga, comunica y adquiere, con fines de estudio, educación y disfrute, la evidencia material de la gente y su medio ambiente.

Las manifestaciones culturales son, por naturaleza o por definición, actividades públicas cuya característica radica en producir un acto comunicacional alrededor del cual un grupo más o menos definido se identifica.

- **Museo.**

Es una institución de carácter permanente y no lucrativo al servicio de la sociedad y su desarrollo, abierta al público que exhibe, conserva, investiga, comunica y adquiere, con fines de estudio, educación y disfrute, la evidencia material de la gente y su medio ambiente.

- **Obras de arte y técnica.**

Es aquella producción que realiza un artista plástico, que es el resultado de su creatividad e imaginación y que expresa, ya sea un concepto o una manifestación sentimental o emocional. Es decir, la obra de arte es una creación en la cual queda totalmente plasmada y en evidencia la intencionalidad del artista.

- **Lugares históricos.**

Son construcciones, espacios públicos y privados, calles, plazas y las particularidades geográficas o topográficas que lo conforman

y ambientan y que en determinado momento histórico tuvo una clara fisonomía unitaria, expresión de una comunidad social, individualizada y organizada.

- **Ruinas y sitios arqueológicos.**

Es un lugar en el que se conserva la evidencia de la actividad pasada y que ha sido o puede ser investigado por la disciplina de la arqueología.

Los sitios pueden variar desde aquellos con pocos o ningún resto visible por encima del suelo, a los edificios y otras estructuras aún en uso.

B. FOLKLORE.

Hace referencia al conjunto de elementos, ideas, tradiciones, formas de actuar y conocimiento popular que compone a la identidad de una comunidad determinada.

- **Manifestaciones religiosas y creencias populares.**

La religión es un sistema de la actividad humana compuesto por creencias y prácticas acerca de lo considerado como divino o sagrado, tanto personales como colectivas, de tipo existencial, moral y espiritual.

Creencias populares, son todas aquellas ideas, concepciones erróneas o sin basamentos científicos, que existen en un amplio sector de la población, o todo aquello en lo que se cree y cuya base, cuyo origen, se desconoce.

- **Ferias y mercados.**

Las ferias y los mercados indígenas son una perfecta combinación de cultura milenaria, tradiciones, sonidos exóticos y sabores andinos. Es la mejor manera para conocer la cultura de cada pueblo, en cada ciudad hay siempre un mercado para pintar de vida y color el entorno.

- **Música y danza.**

La música y la danza son manifestaciones de la cultura de los pueblos, el medio por el cual se expresan.

- **Shamanismo.**

Medicina natural aborígen. Alteración controlada de la conciencia por métodos naturales y artificiales (ayahuasca, coca, hongos, etc.).

- **Artesanía y artes populares.**

Se denomina artesanía a todos los diversos tipos de elementos o ítems que son realizados con las manos, normalmente con un grado importante de creatividad y originalidad.

La artesanía es una de las primordiales creaciones del ser humano cuando este descubrió la posibilidad de trabajar con los materiales naturales que lo rodeaban para transformarlos en algo diferente, más complejo y bello.

- **Gastronomía típica.**

Constituyen todos los alimentos o recetas que se constituyen en la identidad de un pueblo.

- **Grupos étnicos.**

Hacen referencia a los diferentes conjuntos de personas que conforman a la Humanidad y que son los responsables de que los seres humanos presenten notables diferencias entre sí no sólo a nivel de los rasgos físicos (por ejemplo, el color de piel, de ojos, el tipo de cabello, la contextura física) sino también a nivel cultural (por ejemplo, las prácticas religiosas, la forma de organización social, las actividades económicas, etc.).

- **Arquitectura popular y espontánea.**

La arquitectura popular se caracteriza por la adaptación al medio y al terreno concreto en el que se construye.

En efecto, la búsqueda de la mejor adecuación posible al medio físico pero a partir de los materiales locales y según técnicas constructivas preindustriales.

C. REALIZACIONES TÉCNICAS, CIENTÍFICAS O ARTÍSTICAS CONTEMPORÁNEAS.

- **Explotaciones mineras.**
Es el conjunto de las actividades socioeconómicas que se llevan a cabo para obtener recursos de una mina.
- **Explotaciones agropecuarias.**
Superficie de tierra que se destine para la producción agrícola y ganadera y sea explotada como una unidad técnica por una o varias personas sin consideración de la forma de tenencia, condición jurídica, tamaño o ubicación.
- **Explotaciones industriales.**
Fábricas, industrias donde se transforma la materia prima.
- **Obras de arte y técnica.**
Obra de arte, obra artística, obra maestra o pieza artística, son las denominaciones que se dan al producto de una creación en el campo del arte que se considera cumple una función estética.
- **Centros científicos y técnicos.**
Institución que desarrolla o fomenta determinados estudios o investigaciones.
- **Construcciones y edificaciones.**
Por su valor arquitectónico o uso pueden ser considerados de interés turístico (*estadios, arquitectura de edificios, parques, etc.*)

D. ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS

- **Artísticos.**
Hace relación a eventos de artes, pintura, escultura, danza, música, teatro, cine, entre otros.

- **Deportivos.**
Hace relación a los eventos deportivos que se desarrollen en la localidad, región o país y que pudieran resultar de interés para la población.
 - **Ferias y exposiciones.**
Corresponde a los recintos feriales o exposiciones que se realizan con diferentes motivaciones.
 - **Fiestas religiosas y profanas.**
Se utiliza para hacer referencia a aquellos actos o eventos culturales en los que el ser humano se prepara para festejar, agradecer, conmemorar u honrar determinadas circunstancias.
 - **Carnavales.**
Relacionado en muchos casos con celebraciones religiosas, el carnaval es un festejo público que toma lugar principalmente en el período de Cuaresma del calendario cristiano.
- Sin embargo, también se pueden encontrar o llevar a cabo carnavales en diferentes momentos del año cuando se busca festejar por otras razones diferentes a las religiosas.
- **Otros.**
Cualquier acontecimiento que sea parte de las manifestaciones culturales que sea digno de ser reconocido.

Otros términos con los que es necesario estar familiarizado son los relacionados a la georeferenciación, a continuación se abordan los siguientes:

- **Georeferenciación.**
La Georeferenciación se refiere a la localización precisa en un mapa de cualquier lugar de la superficie terrestre, esto ayudará a visualizar los atractivos en el territorio y su relación con los servicios complementarios.

- Atractivos georeferenciados.

Para el levantamiento se utilizará el sistema de coordenadas UTM (Universal Transversal of Mercator) o reticulares con la ayuda de un GPS.

- Registro de la información.

Se llenarán fichas que contarán con la siguiente información:

- Nombre
- Ubicación geográfica en la que se encuentra cada atractivo
- Categoría, tipo y sub-tipo
- Descripción
- Estado actual
- Tipo de visitantes
- Tipos de medios de acceso (todos los que hacen posible llegar al recurso), y distancia/tiempo (desde la capital de provincia)
- Tipo de ingreso al recurso
- Época propicia de visita (tomar en cuenta la mejor temporada para ser visitado)
- Horario de visita
- Infraestructura básica
- Actividades actuales dentro del atractivo turístico.
- Servicios actuales dentro y fuera del atractivo turístico.

REQUERIMIENTOS

Para el eficiente desarrollo del MOMENTO I se requiere de los siguientes instrumentos y herramientas:

Primera Etapa

- Capacitación en la metodología y manejo de ficha de datos generales.
- Acceso a información de archivo de la municipalidad.
- Acceso al Sistema SIPCE
- Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial.

Segunda y Tercera Etapa

- Capacitación en la metodología y manejo de fichas de atractivos.

- GPS o equipo topográfico.
- Conocer la metodología de categorización de atractivos.
- Cámara fotográfica
- Mapas

MOMENTO II

Primera Etapa. Una vez que las fichas de atractivos hayan sido levantadas es importante realizar la jerarquización de los mismos, siguiendo los pasos que se indican en la ficha del Anexo 6, para su mayor comprensión a continuación se describen algunos conceptos importantes.

Jerarquización de atractivos.

La valoración que se le otorgue a un determinado atractivo turístico corresponde a su jerarquía o importancia, esto dependerá de su belleza escénica, accesibilidad, monumentalidad, importancia para la ciencia, etc.

Definición de variables y aspectos

1. CALIDAD:

Es la medida del interés de un atractivo, inherente a sí mismo. Las características que hacen único o relativamente único al atractivo y que motivan la visita de corrientes turísticas.

a) Valor intrínseco:

Significa el valor en sí del atractivo de acuerdo a su naturaleza; es decir escénico, científico, artístico, cultural, etc.

b) Valor extrínseco:

Es el valor convencional en un atractivo; esto es, afectado en magnitud, majestuosidad, monumentalidad, o por hecho o factor circunstancial o accidental (como es el caso de los bienes históricos).

Para el caso de Sitios Naturales se debe valorar en función de los usos y en la medida de su exclusividad o variedad.

- c) **Estado de conservación:**
(y/u organización):
Significa el grado de integridad física en que se encuentra un atractivo, tanto desde el punto de vista de su situación original o inicial como a partir de las posibles acciones del hombre para buscar una mayor vida del atractivo.

Para el caso de acontecimientos programados se considera la organización, contenido, programación y cumplimiento del evento.

- d) **Entorno:**
Se refiere al ambiente físico-biológico y socio-cultural que rodea un atractivo. Dado que es susceptible de mejoramiento se han asignado 10 puntos como valor máximo.

2. APOYO:

Es la medida de las condiciones físicas y operativas que complementan el atractivo, para contribuir a su difusión y apuesta efectiva en el mercado.

- a) **Acceso:**
Es la infraestructura, medios de comunicación y de transporte que permiten la llegada al atractivo turístico.
- b) **Servicios:**
Este factor comprende tanto las facilidades turísticas como aquellos servicios indispensables para satisfacer las necesidades del turista, en la zona donde está el atractivo, teniendo como área de ubicación un radio de dos horas de recorrido a pie, a caballo o en un automóvil.
- Se evalúa también en este factor la acción de los comercializadores del turismo en pro de la promoción de los atractivos.
- c) **Asociación con otros atractivos:**
Permite medir el grado de complementariedad de un atractivo al pertenecer o estar

ubicado dentro de un conjunto de atractivos, hecho que afecta su difusión en el mercado turístico.

3. SIGNIFICADO:

Es la variable que denota la importancia o relevancia de un atractivo en función del área territorial donde es conocido o divulgado.

- a) **Local:**
Este factor está referido al grado de conocimiento del atractivo dentro del área municipal.
- b) **Provincial:**
El conocimiento o difusión abarca una o más provincias.
- c) **Nacional:**
El área de difusión abarca la totalidad del país.
- d) **Internacional:**
El atractivo supera las fronteras y es conocido en otros países. Son generalmente los atractivos promocionados por el turismo receptivo.

REQUERIMIENTOS

Para el eficiente desarrollo del MOMENTOS se requiere de los siguientes instrumentos y herramientas:

MOMENTO II

Primera Etapa

- Capacitación en la metodología y manejo de ficha de jerarquización de atractivos.
- Visita in situ al atractivo

MOMENTO III

Primera etapa

- Matriz en Excel conteniendo los datos levantados de las fichas.



FICHA DESCRIPTIVA DEL CANTÓN

DATOS GENERALES

Nombre completo del Municipio: _____

Parroquias urbanas y rurales: _____

Fecha de fundación: _____ Población: _____

Escudo y bandera del Municipio:



Reseña histórica: _____

Personajes ilustres: _____

PATRIMONIO NACIONAL

Material

Bienes Muebles:

Herramientas: _____

Instrumentos Musicales: _____

Obras de arte: _____

Bienes Inmuebles:

Espacios, construcciones y edificaciones: _____

Documentales:

Registros: _____

Actas: _____

Partituras: _____

Fotografías: _____

Arqueológicos:

Restos y Ruinas Arqueológicas: _____

Inmaterial

Tradiciones y costumbres: _____

Leyendas representativas: _____

Festividades: _____

PATRIMONIO MUNICIPAL

Material

Bienes Muebles propiedad del municipio:

Herramientas: _____
Instrumentos Musicales: _____
Obras de arte: _____

Bienes Inmuebles propiedad del municipio:

Espacios, construcciones y edificaciones: _____

Documentales propiedad del municipio:

Registros: _____
Actas: _____
Partituras: _____
Fotografías: _____

Arqueológicos propiedad del municipio:

Restos y Ruinas Arqueológicas: _____

Ubicación Geográfica (Coordenadas utm): _____

Ubicación Geográfica Descriptiva y medio físico: _____

Fotografías en sitio de la localidad:

FOTO	FOTO	FOTO	FOTO
FOTO	FOTO		



INSTRUCTIVO FICHA DESCRIPTIVA DEL CANTÓN

DATOS GENERAL: Para completar este acápite use el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón, o a su vez use la información del archivo municipal.

Nombre completo del Cantón: Deberá escribirse el nombre completo del Cantón Ej: San Miguel de Bolívar

Parroquias urbanas y rurales: Deberá escribir los nombres de las parroquias urbanas y rurales pertenecientes al cantón

Fecha de fundación: Año de fundación del cantón

Escudo y bandera del Cantón: Deberá colocar imagen del escudo y la bandera perteneciente al cantón

Población: Deberá colocar el número de población correspondiente al Cantón

Reseña histórica: Deberá narrar cronológicamente los hechos más representativos, hechos históricos más relevantes que han dado identidad al Municipio como orígenes, época de la colonia, batallas, etc.

Personajes ilustres: Enunciar por orden cronológico, los personajes ilustres nacidos en la localidad, su año de nacimiento y muerte, así como la profesión o característica que los hizo notables.

PATRIMONIO NACIONAL : Para completar este acápite use el sistema ABACO del Instituto Nacional de Patrimonio

Patrimonio Material : Corresponden al Patrimonio Material de 4 tipos de bienes: muebles (herramientas, instrumentos musicales, obras de arte), inmuebles (espacios, construcciones y edificaciones de toda clase), documentales (registros, actas, partituras, fotografías) y arqueológicos (restos y ruinas pertenecientes a sociedades antiguas).

Muebles: Dentro de los bienes muebles se registran:

Herramientas: Describa las herramientas agrícolas antiguas que se usaban antiguas.

Instrumentos musicales: Escriba el nombre de los instrumentos musicales representativos de su cantón

Obras de arte: Indique qué obras de arte han sido identificadas en su cantón

Inmuebles: Dentro de los bienes inmuebles se registran:

Espacios, construcciones y edificaciones: Indique cuantas edificaciones patrimoniales han sido reconocidas en su cantón

Documentales: Dentro de los bienes documentales se registran:

Registros: Indique si cuenta con algún registro de nacimiento, defunción o notariales de compra venta que puedan resultar de interés histórico

Actas: Indique si cuenta con actas de reuniones que puedan resultar de interés histórico

Partituras: Indique si su cantón cuenta con alguna partitura de himno o canción representativa

Fotografías: Indique cuantas fotografías patrimoniales han sido reconocidas en su cantón

Arqueológicos: Dentro de los bienes arqueológicos se registran:

Restos y ruinas: Indique cuantas y cuales restos y ruinas han sido identificadas como patrimoniales en su cantón.

Patrimonio Inmaterial : Corresponde al Patrimonio Inmaterial la tradición oral en general, ritos y creencias, saberes y conocimientos referidos a la vida cotidiana, las artesanías, las técnicas productivas, la preparación de alimentos y medicinas, etc.

Tradiciones y costumbres: Describir las tradiciones y costumbres representativas y que se constituyen en aspectos de identidad propia de la comunidad.

Leyendas representativas: Describir al menos 2 leyendas importantes de la localidad, que se constituyan como un hecho representativo.

Festividades: Describir las festividades propias de la localidad como fiestas religiosas y culturales, ferias populares y carnavales entre otros, indicando las fechas en que se llevan a cabo, el motivo y características, así como el sitio donde se realizan.

Mercados: Nombres de los mercados más representativos de la municipalidad.

Gastronomía típica: Describir los platos, ingredientes, técnicas culinarias, y bebidas representativas de la municipalidad. Incluya fotografías de los platos

Folklor literario y musical: Enunciar las obras literarias, musicales y de danza que reflejen el folklore de la localidad.

Artesanías: Describir los objetos decorativos o de uso tradicional, que se producen en la localidad, realizados a mano y sin intervención de maquinaria.

PATRIMONIO MUNICIPAL: Para completar este acápite use archivos municipales

Patrimonio Material Municipal: Corresponden al Patrimonio Material Municipal 4 todos los bienes que sean propiedad del Municipio y que no se encuentren registrados en el Sistema Abaco, estos tipos de bienes son: muebles (herramientas, instrumentos musicales, obras de arte), inmuebles (espacios, construcciones y edificaciones de toda clase), documentales (registros, actas, partituras, fotografías) y arqueológicos (restos y ruinas pertenecientes a sociedades antiguas).

Muebles Municipales: Dentro de los bienes muebles municipales se registran

Herramientas: Describa las herramientas agrícolas antiguas que se usaban antiguas.

Instrumentos musicales: Escriba el nombre de los instrumentos musicales representativos de su cantón

Obras de arte: Indique qué obras de arte han sido identificadas en su cantón

Inmuebles: Dentro de los bienes inmuebles municipales se registran:

Espacios, construcciones y edificaciones: Indique cuantas edificaciones patrimoniales han sido reconocidas en su cantón

Documentales Dentro de los bienes documentales municipales se registran:

Registros: Indique si cuenta con algún registro de nacimiento, defunción o notariales de compra venta que puedan resultar de interés histórico

Actas: Indique si cuenta con actas de reuniones que puedan resultar de interés histórico

Partituras: Indique si su cantón cuenta con alguna partitura de himno o canción representativa

Fotografías: Indique cuantas fotografías patrimoniales han sido reconocidas en su cantón

Arqueológicos: Dentro de los bienes arqueológicos municipales se registran:

Restos y ruinas: Indique cuantas y cuales restos y ruinas han sido identificadas como patrimoniales en su cantón.

Áreas protegidas: Deberá comentar si su municipalidad forma parte de alguna área protegida del Sistema Nacional de Áreas Protegidas.

Ubicación Geográfica (Coordenadas utm): Se ubicará el punto al centro de la plaza principal de la localidad con equipo gps submétrico, indicando su localización en coordenadas utm.

Ubicación Geográfica Descriptiva y medio físico: Se hará una descripción general de la ubicación de la localidad en ella deberá constar: temperatura, tipo de clima, hidrografía (ríos importantes), altura, temporada de lluvias con índice en mm.

Fotografías en sitio de la localidad: Se deberán tomar al menos 5 fotos de los sitios más representativos del Municipio, las fotografías deben permitir que la imagen sea lo más real posible, para lo cual se sugiere hacer las tomas en horas de la mañana y con una cámara de no menos de 8 megapíxeles.

Coordenadas

Inicio	<input type="text"/>	<input type="text"/>
	Coor X	Coor Y
Final	<input type="text"/>	<input type="text"/>

Sendero

Estado

<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Bueno	Regular	Malo

Distancias

<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Distancia/km	Tiempo	Medio de Transporte

Coordenadas

Inicio	<input type="text"/>	<input type="text"/>
	Coor X	Coor Y
Final	<input type="text"/>	<input type="text"/>

ACUATICA:

Marítima

Condiciones

<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Bueno	Regular	Malo

Distancias

<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Distancia/km	Tiempo	Medio de Transporte

Coordenadas

Inicio	<input type="text"/>	<input type="text"/>
	Coor X	Coor Y
Final	<input type="text"/>	<input type="text"/>

Fluvial

Condiciones

<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Bueno	Regular	Malo

Distancias

<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Distancia/km	Tiempo	Medio de Transporte

Coordenadas

Inicio	<input type="text"/>	<input type="text"/>
	Coor X	Coor Y
Final	<input type="text"/>	<input type="text"/>

AEREA:

Condiciones

<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Bueno	Regular	Malo

Distancias

<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Distancia/km	Tiempo	Medio de Transporte

Coordenadas

Inicio	<input type="text"/>	<input type="text"/>
	Coor X	Coor Y
Final	<input type="text"/>	<input type="text"/>

EN RELACIÓN AL ATRACTIVO

ESTADO

Conservación:

()	()	()	()
Conservado	Alterado	Deteriorado	En proceso de deterioro

Grado de conservación:

()	()	()
Alto	Medio	Nulo

Grado de alteración:

()	()	()
Muy Alto	Alto	Medio

Causas:

VISITACIÓN

Número y tipo de visitas:

Nacionales:	<u> </u> Cantidad año	<u> </u> Cantidad mes	<u> </u> Cantidad día
-------------	--------------------------------	--------------------------------	--------------------------------

Extranjeros:

Cantidad año

Cantidad mes

Cantidad día

Epoca de visita:

Fin de semana ()

Ferriados ()

Otros _____

Hora de visita: _____

Epoca apta para visita:

Meses _____

Todo el año ()

Tipo de ingreso al atractivo:

Boleto ()

Entrada libre ()

Previo permiso ()

Otros _____

GUIANZA

Guía nativo ()

Guía naturalista ()

No cuenta con guía ()

Otro _____

POBLADOS CERCANOS

Nombre del Poblado

Temp. °c Altura/msnm Distancia Km

Coor X Coor Y

Nombre del Poblado

Temp. °c Altura/msnm Distancia Km

Coor X Coor Y

Nombre del Poblado

Temp. °c Altura/msnm Distancia Km

Coor X Coor Y

INFRAESTRUCTURA

Dentro del atractivo:

Agua Potable Entubada Tratada Pozo De lluvia No existe Otros

Luz Interconectada Generador Ener. Alternativa No existe Otros

Teléfono Convencional Cel. Movistar Cel. Claro Cel. Cnt No existe Otros

Alcantarillado Público Pozo No existe Otro

Señalética Sí No

Fuera del atractivo: El poblado más cercano: _____

Agua Potable Entubada Tratada Pozo De lluvia No existe Otros

Luz Interconectada Generador Ener. Alternativa No existe Otros

Teléfono Convencional Cel. Movistar Cel. Claro Cel. Cnt No existe Otros

Alcantarillado Público Pozo No existe Otro

Internet Sí No

Señalética Sí No

FACILIDADES Y SERVICIOS

Alojamiento

Número de plazas (camas) del cantón _____

En el atractivo:

Hospedaje / Calidad	Muy bueno	Bueno	Regular	Malo	Pésimo
Hotel					
Hostal					
Hostería					
Cabañas					
Resort					
Ecolodge					
Pensión					
Casa comunitaria					
Otros					

Alimentación

Número de mesas y sillas del cantón _____

En el atractivo:

Servicio / Calidad	Muy bueno	Bueno	Regular	Malo	Pésimo
Restaurante					
Cafetería					
Tienda					
Fuente de soda					
Kiosko					
Otros					

Alojamiento

En la localidad más cercana: _____

Alojamiento / Calidad	Muy bueno	Bueno	Regular	Malo	Pésimo
Hotel					
Hostal					
Hostería					
Cabañas					
Resort					
Ecolodge					
Pensión					
Casa comunitaria					
Otros					

Alimentación

Alimentación en la localidad más cercana:

Servicio / Calidad	Muy bueno	Bueno	Regular	Malo	Pésimo
Restaurante					
Cafetería					
Tienda					
Fuente de soda					
Kiosko					
Otros					

Otros servicios

En el atractivo:

Agencias de viaje				Servicio de salvavidas			
	SI	NO	N°		SI	NO	N°
Alquiler de caballos				Seguridad / Policía			
	SI	NO	N°		SI	NO	N°
Alquiler de bicicletas				Servicios Higiénicos			
	SI	NO	N°		SI	NO	N°
Alquiler de botes				Servicios de Taxi			
	SI	NO	N°		SI	NO	N°
Alquiler de equipo aventura				Artesanías			
	SI	NO	N°		SI	NO	N°
Centro de interpretación				Punto de salud			
	SI	NO	N°		SI	NO	N°
Punto de información							
	SI	NO	N°				

En el poblado más cercano:

Agencias de viaje				Servicio de Internet			
	SI	NO	N°		SI	NO	N°
Alquiler de caballos				Servicio de Wifi			
	SI	NO	N°		SI	NO	N°
Alquiler de bicicletas				Servicio de salvavidas			
	SI	NO	N°		SI	NO	N°
Alquiler de botes				Seguridad / Policía			
	SI	NO	N°		SI	NO	N°
Alquiler de equipo aventura				Servicios Higiénicos			
	SI	NO	N°		SI	NO	N°
Centro de interpretación				Servicios de Taxi			
	SI	NO	N°		SI	NO	N°
Punto de información				Artesanías			
	SI	NO	N°		SI	NO	N°
Banco				Gasolineras			
	SI	NO	N°		SI	NO	N°
Cajero automático				Farmacias			
	SI	NO	N°		SI	NO	N°
Casa de cambio				Punto de Médico			
	SI	NO	N°		SI	NO	N°

ACTIVIDADES

Naturales

	SI	NO
Observación de flora	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Observación de fauna	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Observación de aves	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Deportes de Aventura

	SI	NO
Ala Delta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Caminata	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pesca	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ciclismo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Escalada	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Cabalgatas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Motocross	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Parapente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Puenting	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Canopy	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Paseos

	SI	NO
Cruceros	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Paseos en bote	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Paseos en canoa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Paseos en carruaje	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Paseos en lancha	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Paseos en bote de pedales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sobrevuelos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Folklore

	SI	NO
Actividades religiosas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ferías	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fiestas populares	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Deportes de Acuáticos

	SI	NO
Buceo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Canotaje	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kayak	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Moto acuática	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vela (Windsurf)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Surf	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Otros

	SI	NO
Actividades Culturales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Compra de artesanías	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Investigación	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Eventos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fotografía y videos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otros (mencione cuales) _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Propiedad del atractivo turístico

Público () _____ **Privado** () _____

DATOS FINALES

Nombres completos de quien llena la ficha: _____

Fecha: _____

Firma: _____



INSTRUCTIVO FICHA DE INVENTARIO DEL CANTÓN

DATOS GENERALES:

Fecha: Deberá colocar la fecha en la que inicia el levantamiento de atractivos.

Ficha Número: Deberá colocar el número que corresponda a la ficha iniciando con 001 hasta el final.

Nombre del atractivo: Se indicará únicamente el nombre con el que se conoce al atractivo.

UBICACIÓN:

Categoría, Tipo y Sub Tipo: La clasificación se realizará de acuerdo al anexo 2.

Atractivo Coor x, Coor y, Coor Z: Se ubicarán las coordenadas exactas tomadas con el dispositivo GPS.

Jerarquía I, II, III, IV: Se deberá colocar a qué jerarquía pertenece el atractivo una vez que haya llenado la ficha 3 donde se detalla cómo realizar la jerarquización

Temp/Alt msnm: Deberá colocar la temperatura promedio y la altura en metros sobre el nivel del mar donde se encuentra el atractivo

Provincia, Cantón, Parroquia: Deberá colocar en que provincia, cantón y parroquia se encuentra ubicado el atractivo.

Temp/Alt msnm: Deberá colocar la temperatura promedio y la altura en metros sobre el nivel del mar donde se encuentra la provincia, cantón y parroquia respectivamente

ACCESIBILIDAD:

Medios acceso:

Terrestres, aéreo, marítimo, fluvial/lacustre: Deberán marcar con una X, todos los medios por los cuales se puede acceder al atractivo

Accesibilidad al medio físico:

Deberá colocar una X en la opción que corresponda, si el atractivo cuenta con accesibilidad motriz, visual o auditiva

Vialidad:

Terrestre:

Asfaltada Estado: Deberán marcar con una X el estado de la vía asfaltada si es bueno, regular o malo.

Asfaltada Distancias: Deberá colocar la distancia que hay en kilómetros desde el parque central del cantón hacia el atractivo

Asfaltada Tiempo: Deberá colocar el tiempo que se hace en horas, minutos y segundos desde el parque central del cantón hacia el atractivo

Asfaltada Vehículo: Deberá colocar el tipo de vehículo que puede acceder al atractivo Ejm: bus, auto, camioneta, 4x4

Asfaltada Coord Inicio, Coord Final: Deberá georeferenciar el punto de inicio de la carretera asfaltada y el punto donde termina la carretera asfaltada

Lastrada Estado: Deberán marcar con una X el estado de la vía lastrada si es bueno, regular o malo.

Lastrada Distancias: Deberá colocar la distancia que hay en kilómetros desde el parque central del cantón hacia el atractivo

Lastrada Tiempo: Deberá colocar el tiempo que se hace en horas, minutos y segundos desde el parque central del cantón hacia el atractivo

Lastrada Vehículo: Deberá colocar el tipo de vehículo que puede acceder al atractivo Ejm: bus, auto, camioneta, 4x4

Lastrada Coord Inicio, Coord Final: Deberá georeferenciar el punto de inicio de la carretera lastrada y el punto donde termina la carretera lastrada

Empedrada Estado: Deberán marcar con una X el estado de la vía empedrada si es bueno, regular o malo.

Empedrada Distancias: Deberá colocar la distancia que hay en kilómetros desde el parque central del cantón hacia el atractivo

Empedrada Tiempo: Deberá colocar el tiempo que se hace en horas, minutos y segundos desde el parque central del cantón hacia el atractivo

Empedrada Vehículo: Deberá colocar el tipo de vehículo que puede acceder al atractivo Ejm: bus, auto, camioneta, 4x4.

Empedrada Coord Inicio, Coord Final: Deberá georeferenciar el punto de inicio de la carretera empedrada y el punto donde termina la carretera empedrada

Sendero Estado: Deberán marcar con una X el estado de la vía en sendero si es bueno, regular o malo.

Sendero Distancias: Deberá colocar la distancia que hay en kilómetros desde el parque central del cantón hacia el atractivo

Sendero Tiempo: Deberá colocar el tiempo que se hace en horas, minutos y segundos desde el parque central del cantón hacia el atractivo

Sendero Vehículo: Deberá colocar el tipo de vehículo que puede acceder al atractivo Ejm: bus, auto, camioneta, 4x4

Sendero Coord Inicio, Coord Final: Deberá georeferenciar el punto de inicio del sendero y el punto donde termina el sendero

Acuática:

Marítima Condiciones: Deberán marcar con una X la condición normal del trayecto marítimo; si es bueno, regular o malo.

Marítima Distancias: Deberá colocar la distancia que hay en kilómetros desde el embarcadero del cantón hacia el atractivo

Marítima Tiempo: Deberá colocar el tiempo que se hace en horas, minutos y segundos desde el embarcadero del cantón hacia el atractivo

Marítima Vehículo: Deberá colocar el tipo de vehículo que puede acceder al atractivo Ejm: lancha, canoa, gabarra, etc

Marítima Coord Inicio , Coord Final: Deberá georeferenciar el punto de inicio de la ruta y el punto donde termina.

Fluvial Condiciones: Deberán marcar con una X la condición normal del trayecto fluvial; si es bueno, regular o malo.

Fluvial Distancias: Deberá colocar la distancia que hay en kilómetros desde el embarcadero del cantón hacia el atractivo

Fluvial Tiempo: Deberá colocar el tiempo que se hace en horas, minutos y segundos desde el embarcadero del cantón hacia el atractivo

Fluvial Vehículo: Deberá colocar el tipo de vehículo que puede acceder al atractivo Ejm: lancha, canoa, gabarra, etc

Fluvial Coord Inicio, Coord Final: Deberá georeferenciar el punto de inicio de la ruta y el punto donde termina.

Aérea:

Aérea Condiciones. Deberán marcar con una X la condición normal del trayecto aéreo; si es bueno, regular o malo.

Aérea Distancias. Deberá colocar la distancia que hay en kilómetros desde el aeropuerto del cantón hacia el atractivo

Aérea Tiempo. Deberá colocar el tiempo que se hace en horas, minutos y segundos desde el aeropuerto del cantón hacia el atractivo

Aérea Vehículo. Deberá colocar el tipo de vehículo que puede acceder al atractivo Ejm: avión, avioneta, helicóptero, etc

Aérea Coord Inicio, Coord Final: Deberá georeferenciar el punto de inicio de la ruta y el punto donde termina.

EN RELACION AL ATRACTIVO:**Estado:**

Conservación: Deber marcar con una X si de acuerdo a su percepción el atractivo esta conservado, alterado, deteriorado o en proceso de deterioro

Grado de conservación: Debe marcar con una X si de acuerdo a su percepción el atractivo tiene un grado de conservación: alto, medio o nulo

Grado de alteración: Debe marcar con una X si de acuerdo a su percepción el atractivo tiene un grado de alteración: alto, medio o nulo

Causas: Deberá escribir las causas que ocasionaron o pudieron ocasionar dicho deterioro

Visitación:**Número y tipo de visitas:**

Nacionales: Deberá escribir el número de visitantes nacionales que el atractivo ha recibido al año, al mes y a la semana, si cuenta con datos exactos sería lo óptimo, caso contrario un aproximado es viable.

Extranjeros: Deberá escribir el número de visitantes extranjeros que el atractivo ha recibido al año, al mes y a la semana, si cuenta con datos exactos sería lo óptimo, caso contrario un aproximado es viable.

Epoca de visitas: Deberá marcar con una X, la época en la que se visita el atractivo con más frecuencia fin de semana, feriados, otros

Hora de visitas: Si el atractivo cuenta con un horario de visita o si el horario de entrada es libre.

Epoca apta para visitas: Si el atractivo cuenta con una época definida para su visitación, si la visitación es en meses determinados coloque qué meses, y si esta apto para la visita todo el año marque con una X

Tipo de ingreso al atractivo: Marque con una X si el tipo de ingreso al atractivo es boleto, entrada libre, previo permiso u otros, si es otros mencione cual.

Guianza:

Guías: Marque con una X con que tipo de guías cuenta el atractivo; guía nativo, guía naturalista, no cuenta con guía u otros

Poblados cercanos:

Nombre del poblado: Deberá escribir el nombre del poblado que se encuentre cerca del atractivo

Temp/Alt msnm: Deberá colocar la temperatura promedio y la altura en metros sobre el nivel del mar donde se encuentra el poblado

Distancia en Kilómetros: Deberá colocar la distancia en kilómetros que existe desde el atractivo hacia el poblado

Coord Inicio , Coord Final: Deberá georeferenciar el punto donde se encuentra el poblado marcado de preferencia desde el parque central.

Infraestructura:**Dentro del atractivo:**

Agua: Deberá marcar con una X con que tipo de servicio de agua cuenta el atractivo

Luz: Deberá marcar con una X con que tipo de servicio de luz cuenta el atractivo

Teléfono: Deberá marcar con una X con que tipo de servicio de teléfono cuenta el atractivo
Alcantarillado: Deberá marcar con una X con que tipo de servicio de alcantarillado cuenta el atractivo
Señalética: Deberá marcar con una X si el atractivo cuenta con señalética
Fuera del atractivo: el poblado más cercano: Coloque el nombre del poblado
Agua: Deberá marcar con una X con que tipo de servicio de agua cuenta el poblado
Luz: Deberá marcar con una X con que tipo de servicio de luz cuenta el poblado
Teléfono: Deberá marcar con una X con que tipo de servicio de teléfono cuenta el poblado
Alcantarillado: Deberá marcar con una X con que tipo de servicio de alcantarillado cuenta el poblado
Señalética: Deberá marcar con una X si el poblado cuenta con señalética

FACILIDADES Y SERVICIOS:

Alojamiento:

En el atractivo:

Hospedaje: Marque con una X que tipo de hospedaje encuentra en el atractivo

Calidad: Marque con una X cual es su percepción con respecto a la calidad del hospedaje

Alimentación:

En el atractivo:

Servicio: Marque con una X que tipo de servicio de alimentación encuentra en el atractivo.

Calidad: Marque con una X cual es su percepción con respecto a la calidad del servicio de alimentación

Alojamiento:

Número de plazas (camas) del cantón: Coloque la capacidad de hospedaje de su cantón, determinada por el número total de camas

En la localidad más cercana al atractivo: Coloque el nombre del poblado

Hospedaje: Marque con una X que tipo de hospedaje encuentra en el poblado

Calidad: Marque con una X cual es su percepción con respecto a la calidad del poblado

Alimentación:

Número de mesas y sillas del cantón: Coloque la capacidad de servicio de alimentación de su cantón, determinada por el número total de mesas y sillas

En la localidad más cercana al atractivo:

Servicio: Marque con una X que tipo de servicio de alimentación encuentra en el poblado

Calidad: Marque con una X cual es su percepción con respecto a la calidad del servicio de alimentación en el poblado

Otros servicios:

En el atractivo:

De los servicios que se enlistan marque con una X si el atractivo cuenta o no con ellos y el número de servicios respectivamente:

Ejem: Alquiler de caballo : 2 (que significa que 2 sitios prestan ese servicio)

En el poblado más cercano: Coloque el nombre del poblado

De los servicios que se enlistan marque con una X si el poblado cuenta o no con ellos y el número de servicios respectivamente:

Ejem: Servicio de internet : 2 (que significa que 2 sitios prestan ese servicio)

ACTIVIDADES

Naturales:

Marque con una X que tipo de actividades naturales se realizan en el atractivo

Deportes de aventura:

Marque con una X que tipo de deportes de aventura se practican en el atractivo

Paseos:

Marque con una X que tipo de paseos se pueden realizar en el atractivo

Folklore:

Marque con una X que tipo de actividades folklóricas se realizan en el atractivo

Deportes de acuáticos:

Marque con una X que tipo de deportes acuáticos se practican en el atractivo

Otros:

Marque con una X que otras actividades se practican en el atractivo

Propiedad del atractivo :

Marque con una X si el atractivo es de propiedad pública o privada

DATOS FINALES

Nombres completos de quien llena la ficha: Deberá colocar los nombres del técnico o la persona que lleno la ficha.

Fecha: Debe colocar la fecha en la que termina el llenado de la ficha.

Firma: Debe colocar la firma del responsable del llenado de la ficha



FICHA JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS

Fecha: _____
 Municipio: _____
 Nombre del Técnico: _____
 Nombre del Atractivo: _____

Jerarquía I ()
 Jerarquía II ()

Jerarquía I ()
 Jerarquía II ()

VARIABLE	ASPECTOS	PUNTOS MÁXIMOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	15
	b) Valor extrínseco	15
	c) Estado de Conservación (y/o organización)	10
	d) Entorno	10
	Σ = 50	
APOYO	a) Acceso	10
	b) Servicios	10
	c) Asociación con otros atractivos	5
Σ = 25		
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	4
	c) Nacional	7
	d) Internacional	12
Σ = 25		
TOTAL		100

1 a 25 puntos: Jerarquía I
 26 a 50 puntos: Jerarquía II
 51 a 75 puntos: Jerarquía III
 76 a 100 puntos: Jerarquía IV

CLASIFICACIÓN DE ATRACTIVOS

CATEGORIA	TIPO	SUBTIPO
1. SITIOS NATURALES	a. Montañas	Alta montaña
		Cordillera
		Nudo
		Volcán
		Glaciar
	b. Áreas Protegidas	Parques Nacionales
		Reservas Ecológicas
		Reserva Biológica
		Área Nacional de Recreación
		Refugio de Vida Silvestre
		Reserva de Producción de Fauna
		Reserva Geobotánica
		Reserva Marina
		Subsistema de Gobiernos Autónomos Descentralizados
		Subsistema de Áreas Protegidas Comunitarias
		Subsistema de Áreas Protegidas Privadas
	c. Bosques	Bosque Siempre verde de tierras bajas
		Bosque Inundable Siempre Verde de Tierras Bajas
		Bosque Inundable Siempre Verde de Tierras Bajas inundable con aguas blancas
		Bosque Inundable Siempre Verde de Tierras Bajas inundable con aguas negras
		Bosque Inundable de Palmas de Tierras Bajas
		Bosque Siempre Verde Piemontano
		Bosque Siempre Verde Montano Bajo
		Bosque Siempre Verde Montano Alto
		Bosque de Neblina Montano
		Bosque de Neblina Montano Bajo
		Bosque Semideciduo de Tierras Bajas
		Bosque Semideciduo Piemontano
		Bosque Semideciduo Montano Bajo
		Bosque Deciduo de Tierras Bajas
		Páramos
		Manglares

	d. Planicies	Llanura
		Valle
		Dunas
		Salitral
		Meseta
		Desierto
	e. Perfil Costanero	Península
		Bahía
		Punta
		Playa
		Estero
		Acantilado
		Golfo
		Puerto
		Canal
	f. Sistemas Lacustres	Laguna
		Lago
		Pantano
		Ciénega
		Pozo
	g. Cuerpos de agua	Río
Riachuelo		
Vado		
Ribera		
Delta		
h. Caídas de agua	Cascadas	
	Cinta	
	Velo	
i. Espeleología	Gruta	
	Cueva o caverna	
j. Zonas insulares	Islas	
	Islotes	
k. Zonas marinas	Arrecife	
l. Aguas Subterráneas	Aguas minerales	
	Aguas termales	

2. ATRACTIVOS CULTURALES	a. Museos y manifestaciones culturales	Museo
		Obra de arte y técnica
		Lugares históricos
		Ruinas y sitios arqueológicos
	b. Folklore	Manifestaciones religiosas y creencias populares
		Ferias y mercados
		Música y danza
		Shamanismo
		Artesanía y artes populares
		Gastronomía típica
		Grupos étnicos
	c. Realizaciones técnicas, científicas o artísticas contemporáneas	Arquitectura popular y espontánea
		Explotaciones mineras
		Explotaciones agropecuarias
		Explotaciones industriales
	d. Acontecimientos programados	Centros científicos y técnicos
		Construcciones y edificaciones
		Artísticos
		Deportivos
		Ferias y exposiciones
Fiestas religiosas y profanas		
Carnavales		
Otros		

BIBLIOGRAFÍA

- BOULLÓN, R. (1985). "Planificación del Espacio Turístico". Editorial Trillas: México.
- BOULLÓN, R. 1988. Planificación del Espacio Turístico. México, MX. Editorial Trillas. 243p.
- BOULLÓN, R. 2004. Marketing turístico, una perspectiva desde la planificación. Argentina, AR. Ediciones Turísticas. 192p.
- GURRÍA M. (1991). "Introducción al Turismo". Editorial Trillas: México.
- HERNÁNDEZ, E. 2001. Proyectos turísticos. Quito, EC. Editorial. 7ed. 131P.
- INSTITUTO DE INFORMACIÓN TERRITORIAL DEL ESTADO DE JALISCO. "Metodología para la elaboración del inventario de información turística municipal". Jalisco-México
- MARVIN, B. 2008. Documento Guía para la elaboración de Planes de Desarrollo Turístico. Costa Rica, CR. IICA. 41p.
- MINCETUR. (2006). "Manual para la formulación del inventario de recursos turísticos a nivel nacional". Perú.
- MINTUR. (2008). "Manual de normas y procedimientos para el levantamiento de información del Patrimonio turístico a través de las oficinas estatales y municipales de Turismo". Caracas-Venezuela.
- MONTANER, J. 1998. Diccionario de Turismo. 3ed. Madrid, ES. s.e. 21p.
- RENDÓN M. (2006). "El Municipio y el Desarrollo Turístico Local". EDIGRAFASA: Lima-Perú.

FUENTES EN LÍNEA

- unrn.edu.ar/blogs/pt/.../2-INV-jerarquizac-AATT.doc
- <http://www.definicionabc.com>
- <http://corbuseturismo.blogspot.com/2011/07/jerarquizacion-de-los-atractivos.html>
- Ecoturismo en el Ecuador. Conceptos Básicos. Consultado 25 may. 2009. Disponible en [http:// www.ecoturismo.gov.ec/paginas/ecoturismo.htm](http://www.ecoturismo.gov.ec/paginas/ecoturismo.htm)





Los Municipios Somos la Patria





Agustín Guerrero E5-24 y José María Ayora

Teléfonos: (593-2) 227-4977
2469796 - 246-8178
Quito - Ecuador



www.ame.gob.ec

AMEcuador 
@AMEcuador 
AMEcuadoroficial 