



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA
EDUCACIÓN

CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA

MODALIDAD: PRESENCIAL

Informe final del trabajo de titulación previo a la obtención del título de Licenciado
en Turismo y Hotelería

TEMA:

MODELO DE GESTIÓN PARA LA PROMOCIÓN DE LOS ATRACTIVOS
TURÍSTICOS DEL CANTÓN CEVALLOS

AUTOR: Rodney Marcelo Guamán Guevara

TUTOR: Ing. Mg. Sonia Paola Armas Arias

Ambato - Ecuador

2021

APROBACIÓN DEL TUTOR DEL TRABAJO DE GRADUACIÓN O TITULACIÓN

Yo, Ing. Sonia Paola Armas Arias, Mg. con C.I 18032020827 en mi calidad de tutor del Trabajo de Graduación o Titulación sobre el tema "Modelo de Gestión para la promoción de los atractivos turísticos del cantón Cevallos", desarrollado por el egresado Guamán Guevara Rodney Marcelo, considero que dicho informe investigativo, reúne los requisitos técnicos, científicos y reglamentarios, por lo que autorizo la presentación del mismo ante el organismo pertinente, para que sea sometido a evaluación por parte de la comisión designada por el H. Consejo Directivo.



Firmado electrónicamente por:
**SONIA PAOLA
ARMAS ARIAS**

Ing. Sonia Paola Armas Arias, Mg.

1803202827

0997526361

sp.armas@uta.edu.ec

TRABAJO DE GRADUACIÓN O TITULACIÓN

AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

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



C.I. 1805287958

Rodney Marcelo Guamán Guevara

Autor

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DEL GRADO

El tribunal de receptor del Trabajo de Investigación presidido por el Doctor Segundo Víctor Hernández del Salto, Magíster e integrado por los señores Ing. Mg. Diego Fernando Melo Fiallos y el Lic. Mg. Daniel Oswaldo Sánchez Guerrero; designados por la Unidad Académica de Titulación de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación de la Universidad Técnica de Ambato, para receptor el Trabajo de Investigación con el tema: "Modelo de gestión para la promoción de los atractivos turísticos del cantón Cevallos", elaborado y presentado por el Sr. Rodney Marcelo Guamán Guevara, para optar por el Grado Académico de Licenciado en Turismo y Hotelería; una vez escuchada la defensa oral del Trabajo de Investigación el Tribunal aprueba y remite el trabajo para uso y custodia en las bibliotecas de la UTA.



Firmado electrónicamente por:
**SEGUNDO VICTOR
HERNANDEZ DEL
SALTO**

Dr. Segundo Víctor Hernández del Salto
Presidente y Miembro del Tribunal

DIEGO
FERNANDO
MELO FIALLOS

Firmado digitalmente por
DIEGO FERNANDO MELO
FIALLOS
Fecha: 2021.02.17 18:23:59
-05'00'

Ing. Mg. Diego Fernando Melo Fiallos
Miembro del Tribunal



Firmado electrónicamente por:
**DANIEL OSWALDO
SANCHEZ GUERRERO**

Lic. Mg. Daniel Oswaldo Sánchez Guerrero
Miembro del Tribunal

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación se lo dedico principalmente a mis padres por el esfuerzo y el apoyo que han hecho durante muchos años para darme todo lo necesario, a mis hermanos por siempre estar ahí en mis triunfos y en mis fracasos, a mi abuelita que con su sabiduría me ha encaminado día a día a ser un hombre de bien y, por último, pero no menos importante, a mis amigos que son mi segunda familia que a pesar del tiempo y la distancia siguen apoyándome de una u otra manera.

Rodney Guamán Guevara

AGRADECIMIENTO

Agradezco infinitamente a la Universidad Técnica de Ambato y a cada uno de los docentes de la carrera de Turismo y Hotelería, por el tiempo, el esfuerzo y los conocimientos impartidos a lo largo de los años.

De igual manera agradezco a mi tutora la Ing. Mg. Sonia Paulina Armas Arias que con paciencia y apoyo me orientó durante todo este proceso de investigación.

Y finalmente agradezco a cada una de las personas que me aconsejaron y me apoyaron en todos los aspectos de mi vida.

Rodney Guamán Guevara

ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS

PORTADA	I
APROBACIÓN DEL TUTOR DEL TRABAJO DE GRADUACIÓN O TITULACIÓN	II
AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN	III
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DEL GRADO	IV
DEDICATORIA	V
AGRADECIMIENTO	VI
ÍNDICE DE TABLAS	VIII
ÍNDICE DE GRÁFICOS	IX
ÍNDICE DE ANEXOS	X
RESUMEN EJECUTIVO	XI
ABSTRACT	XII
CAPÍTULO I	13
MARCO TEÓRICO	13
1.1 Antecedentes investigativos	13
1.2 Objetivos	17
CAPÍTULO II	30
Metodología	30
2.1 Materiales	30
2.2 Métodos	31
CAPÍTULO III	34
RESULTADOS Y DISCUSIÓN	34
3.1 Análisis y discusión de los resultados	34
CAPÍTULO IV	51
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	51
4.1 Conclusiones	51
4.2 Recomendaciones	52
MATERIALES DE REFERENCIA	78
Referencias bibliográficas	78
Anexos	81

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Cuadro resumen de sitios naturales de Tungurahua	15
Tabla 2. Cuadro resumen de sitios culturales de Tungurahua	15
Tabla 3. Cuadro resumen de atractivos turísticos del cantón Cevallos.....	19
Tabla 4. Descripción de los atractivos turísticos del cantón Cevallos	20
Tabla 5: Estrategias de la matriz FODA.....	25
Tabla 6. Recursos	30
Tabla 7. Género de los turistas encuestados	34
Tabla 8. Tipo de turista según su lugar de procedencia.....	35
Tabla 9. Rango de edad de las personas encuestadas	36
Tabla 10. Visita al cantón Cevallos	37
Tabla 11. Motivo de visita al cantón	38
Tabla 12. Conocimiento acerca de los atractivos turísticos.....	39
Tabla 13. Atractivos turísticos del cantón Cevallos	40
Tabla 14. Promoción adecuada de los atractivos turísticos	42
Tabla 15. Medios de comunicación.....	43
Tabla 16. Atractivos turísticos del cantón Cevallos	45
Tabla 17. Aspectos importantes para visitar el atractivo turístico	47
Tabla 18. Desconocimiento de los atractivos turísticos.....	48
Tabla 19. Implementación de un nuevo modelo de gestión.....	50
Tabla 20. Matriz de evaluación de factores internos	56
Tabla 21. Matriz de evaluación de factores externos.....	57
Tabla 22. Cruce de variables	58
Tabla 23. Cuadro resumen de atractivos turísticos del cantón Cevallos.....	60
Tabla 24. Datos estadísticos del turista que ha visitado el cantón en el año 2017	62
Tabla 25. Actores vinculados a la actividad turística en el cantón	63
Tabla 26. Lineamientos de cambio dentro del cantón Cevallos	66
Tabla 27. Matriz de líneas estratégicas para la promoción.....	67
Tabla 28. Medios Publicitarios.....	70

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Modelo del diamante de Porter.....	28
Gráfico 2. Género de los turistas encuestados	34
Gráfico 3. Tipo de turista según su lugar de procedencia.....	35
Gráfico 4. Rango de edad de las personas encuestadas	36
Gráfico 5. Visita al cantón Cevallos.....	37
Gráfico 6. Motivo de visita al cantón	38
Gráfico 7. Conocimiento acerca de los atractivos turísticos.....	39
Gráfico 8. Atractivos turísticos del cantón Cevallos	40
Gráfico 9. Promoción adecuada de los atractivos turísticos	42
Gráfico 10. Medios de comunicación.....	43
Gráfico 11. Atractivos turísticos del cantón Cevallos	45
Gráfico 12. Aspectos importantes para visitar el atractivo turístico	47
Gráfico 13. Desconocimiento de los atractivos turísticos.....	48
Gráfico 14. Implementación de un nuevo modelo de gestión.....	50
Gráfico 15. Modelo de un banner publicitario.....	72
Gráfico 16. Modelo de un floor print	73
Gráfico 17. Modelo de un banner.....	73
Gráfico 18. Modelo de un tent card.....	74
Gráfico 19. Modelo de un flyer	75

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Carta de compromiso	81
Anexo 2. Formato de la encuesta digital	82
Anexo 3. Fichas para el levantamiento y jerarquización de los atractivos turísticos .	83

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN

CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA

MODALIDAD: PRESENCIAL

Tema: MODELO DE GESTIÓN PARA LA PROMOCIÓN DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN CEVALLOS

Autor: Rodney Marcelo Guamán Guevara

Tutora: Ing. Mg. Sonia Paulina Armas Arias

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo la elaboración de un modelo de gestión que permita organizar, planear, liderar y controlar los procesos y procedimientos que tiene la promoción y difusión de la oferta turística. Para guiar esta investigación se implementaron los siguientes objetivos específicos: Identificar los atractivos turísticos que posee el cantón, describir las estrategias de promoción de los atractivos turísticos y proponer un modelo de gestión para promocionar los atractivos turísticos del cantón Cevallos. Para el cumplimiento de cada uno de los objetivos planteados se recopiló y analizó información de las diferentes fuentes bibliográficas, así mismo se utilizó el método descriptivo para obtener información detallada de los atractivos turísticos que posee el territorio, por otro lado, se aplicó la encuesta a turistas que han visitado el cantón Cevallos, y finalmente se obtuvieron recomendación y conclusiones basadas en la información obtenida.

La elaboración de este modelo de gestión busca mejorar las estrategias de promoción y difusión que el cantón Cevallos posee, contribuyendo a un mejor posicionamiento turístico del cantón a nivel local, provincial y nacional, mejorando así la calidad de vida de los diferentes actores turísticos.

Palabras clave: atractivos turísticos, cantón Cevallos, estrategias, modelo de gestión, promoción turística

ABSTRACT

The following work research has established the elaboration of the management model as the main objective to enable people to organize, plan, lead, and control the process and procedures for promotion and diffusion of tourist offers.

To lead this research, it has set the following specific objectives, to identify tourist attractions that a canton has, to describe the promotion strategies of tourist attractions, and propose a management model to promote the tourist attractions of the canton Cevallos.

To achieve those objectives, it has collected and analyzed information from different bibliographical sources, also it used the descriptive method to describe the tourist attractions that the Ecuadorian territory has. Furthermore, it has applied a survey to the tourists that have visited the canton Cevallos. Finally, it has provided recommendations and conclusions based on the information previously retrieved.

The elaboration of this management model wants to improve the promotion strategies that the canton Cevallos has, contributing to a better tourist positioning of this canton at local, provincial, and national levels improving the quality of life of the tourist subjects.

Keywords: management model, tourist attractions, tourist promotion, strategies, canton Cevallos.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1 Antecedentes investigativos

Para realizar el trabajo investigativo sobre la promoción de los atractivos turísticos del cantón Cevallos, es necesario conocer cuán importante es el turismo para el desarrollo socio económico de un territorio. Es por eso que el turismo es un fenómeno que ha venido creciendo en cuanto a la dinámica económica internacional. Para muchas naciones y regiones del mundo constituye una de las actividades fundamentales generadoras de ingresos, empleo y desarrollo (Gulcapi, 2013).

El turismo es una de las pocas actividades productivas que puede llegar a ser beneficioso, contemplando los tres pilares de la sostenibilidad (económico, social y ambiental), permitiendo complacer las necesidades del presente, sin limitar la habilidad de satisfacerlas, con el mismo grado de plenitud y disfrute, en el futuro (Rainforest Alliance, 2008). En los últimos años el turismo se ha convertido en una de las actividades con eficientes réditos económicos a nivel mundial, considerando el análisis de impacto económico realizado por la World Travel & Tourism Council (WTTC), la contribución total del viaje y el turismo a la economía global en 2017 fue de 8,3 trillones de dólares lo que equivale al 10,4% del PIB de toda la economía de ese año, aportando con 313 millones de empleos en el sector como resultado de la actividad directa, indirecta e inducida total (WTTC, 2018).

Ecuador se encuentra entre los 17 países megadiversos del planeta, por lo que precisa proteger su biodiversidad y al mismo tiempo generar un equilibrio social a través de la conservación y del manejo consciente de los recursos naturales (Carrillo, 2017). En el país 1 de cada 20 empleos son generados en industrias turísticas, ubicándose entre las 5 industrias económicas de mayor contribución a nivel nacional, estas cifras además del potencial natural y cultural convierten al turismo en una actividad clave para el futuro económico y productivo del país (Reyes, 2018).

En Ecuador, el turismo representa un fenómeno complejo de suma importancia en el desarrollo del país pues esta es una actividad que genera empleo y redistribución de la riqueza. En este punto, un modelo de gestión en el país actúa como un instrumento relevante en el cual se planifica, se diagnostica el territorio y se realiza un análisis profundo para obtener como resultado varias estrategias, las cuales son aplicadas en diferentes ejes locales por este motivo el potencial turístico que posee el país es de vital importancia para la planificación de la actividad turística ya que tiene como finalidad evaluar, clasificar y catalogar a los recursos culturales, naturales e históricos de un determinado territorio (Reinoso, 2017).

El Modelo de Gestión de la provincia de Tungurahua empezó sus actividades cuando se crearon las diferentes estructuras organizacionales a partir de grupos de interés, en los cuales participaba la Junta Provincial, la ciudadanía, sectores productivos y juntas parroquiales en donde se toman en cuenta varias de las propuestas o demandas que tenían desde los diferentes puntos de vista que presentaban (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Baños, 2018).

Por esta razón, se ha podido detectar la potencialidad de la Provincia de Tungurahua en el turismo y de esta forma hoy en día, gracias a un esfuerzo mancomunado de autores turísticos, cámaras de turismo, Gobierno Provincial bajo la estrategia de turismo, Municipalidades y CONAGOPARE, se han propuesto algunas alternativas para incrementar este potencial del cual somos afortunados de poseer y que podría ofrecer excelentes beneficios económicos a más de brindar un mejor desarrollo productivo para la Provincia, a través de la promoción de los atractivos turísticos reflejados en la ruta de compras, gastronómica, cultural, y ecológica (Guato, 2014).

Cabe mencionar que una de las provincias privilegiadas en el territorio ecuatoriano es Tungurahua por poseer diversos atractivos turísticos, recursos naturales, culturales y patrimoniales, así como demuestra una de las herramientas de trabajo impartidos por la estrategia de turismo de la provincia en la que basados en un nuevo modelo de gestión construyen lineamientos estratégicos para conocer el ámbito territorial a través del levantamiento, registro, jerarquización y especialización de atractivos turísticos entregando como resultado la identificación de atractivos, a más de la tipificación de

espacios turísticos que han permitido identificar la riqueza territorial del cantón Cevallos y sus alrededores.

Tabla 1. Cuadro resumen de sitios naturales de Tungurahua

Sitios naturales										
Grupo	Ambato	Baños	Cevallos	Mocha	Patate	Pelileo	Pillaro	Quero	Tisaleo	Total, Provincial
Cascadas	2	28	1	2	3	1	10	1		48
Lagunas	7			2	4	1	7		2	23
Miradores										
Cerros										
Montañas	17	7		1	1	3		4	3	36
Nevados										
Volcanes										
Termas										
Balnearios	2	8				1				11
Total										118

Fuente: Ministerio de turismo 2008, Inventario de Atractivos Turísticos Naturales y Culturales de la Provincia de Tungurahua, H. Gobierno Provincia de Tungurahua, 2011; Calendario festivo

Tabla 2. Cuadro resumen de sitios culturales de Tungurahua

Sitios culturales										
Grupo	Ambato	Baños	Cevallos	Mocha	Patate	Pelileo	Pillaro	Quero	Tisaleo	Total, Provincia 1
Festividades	18	3	4	4	8	10	8			
Artesanías	3	1	1	1		4	1			
Grupos Étnicos	3					1				
Museos	7	2	1		2	1	1			
TOTAL										108

Fuente: Ministerio de turismo 2008, Inventario de Atractivos Turísticos Naturales y Culturales de la Provincia de Tungurahua, H. Gobierno Provincia de Tungurahua, 2011; Calendario festivo

El cantón Cevallos en la actualidad destaca su potencial turístico en actividades reflejadas a la cultura, gastronomía y artesanías mismas que se encuentran vinculadas a los pobladores del cantón. La promoción de los atractivos turísticos se lo ha venido trabajando anclado a la ruta agro turística del cantón, la ruta agro turística de Cevallos fue desarrollada en el año 2008 bajo la Estrategia de Turismo de la Provincia de Tungurahua junto al Departamento de Cultura del GAD Municipal del cantón en el que evidenciaron las potencialidades y restricciones del sector turístico creando una propuesta que abarque actores públicos y privados, para así dinamizar la economía del cantón.

El Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Cevallos consciente de fortalecer la actividad turística, además de rescatar y revalorar las costumbres y tradiciones que este posee, potencializa la Ruta Agro turística misma que está contemplada con los lugares turísticos, y emprendimientos de la localidad, en un recorrido de 3 horas donde el turista nacional y extranjero pueden admirar los atractivos culturales, patrimoniales y naturales del cantón Cevallos.

Cabe mencionar que desde el año 2013, la presencia de Ferrocarriles del Ecuador es de gran importancia en el sector turístico y gracias a su ruta conocida como “Tren del Hielo II” se evidencia un incremento de visitantes, los cuales muestran gran interés en los productos que se ofertan durante el recorrido, sin embargo la municipalidad se propuso desarrollar nuevas ofertas turísticas para los visitantes nacionales y extranjeros que llegan a la zona comercial con el fin de conocer las fortalezas productivas del lugar, es por eso que se desarrollaron 4 rutas turísticas con base a los emprendedores del cantón anexando los atractivos más importantes de Cevallos.

1.2 Objetivos

Objetivo general

Elaborar un modelo de gestión para la promoción de los atractivos turísticos del cantón Cevallos

Objetivos específicos

- Identificar los atractivos turísticos del cantón Cevallos.
- Describir las estrategias de promoción de los atractivos turísticos del cantón Cevallos.
- Proponer un modelo de gestión para la promoción de los atractivos turísticos del cantón Cevallos.

1.- Identificar los atractivos turísticos del cantón Cevallos.

A fin de dar cumplimiento con el objetivo 1 se identificará los diferentes atractivos naturales y culturales que el cantón posee a través de las fichas de jerarquización de atractivos turísticos establecidas por el ministerio de turismo del Ecuador (MINTUR) en el año 2018.

Según Wallingre & Toyos (2010), definen a atractivo turístico como un “objeto o acontecimiento capaz de motivar a un turista a abandonar su domicilio habitual para trasladarse a conocerlo”. Por otra parte, en una publicación realizada por la Organización Mundial del Turismo (1999), se entiende como atractivo turístico a los elementos materiales e inmateriales que al juntarlos forman un producto turístico el cual tiene la capacidad de influenciar en la toma de decisiones y estimular al turista a desplazarse de su lugar de origen hacia un determinado lugar.

Según Acerenza (2008), afirma que, los atractivos turísticos son la agrupación de elementos tangibles o intangibles, dispuestos a ser convertidos en un producto turístico con la intención de motivar el viaje a la localidad. También se menciona la atracción y aceptación que puede llegar a tener cada uno de los atractivos y la capacidad de estos al satisfacer expectativas y necesidades de cada individuo, se puede decir que la percepción que tiene cada individuo del atractivo constituye un factor básico que crea condiciones mínimas para estructurar una oferta turística.

Un elemento de relevancia para el estudio de los atractivos es el inventario o catastro turístico, que a través de una recopilación de información y apoyo de informantes clave, permite identificar, clasificar y valorar la oferta turística. Para Viteri (2018), el inventario es un proceso donde se registra todos los sitios de interés turístico, catalogados por sus atributos naturales y culturales. Es una herramienta sistemática, que aporta información importante para una buena planificación.

Según López (2012), el inventario representa una herramienta significativa para la planificación y el desarrollo turístico ya que contiene el registro y la información detallada de los diferentes elementos turísticos situados en el sector con las respectivas cualidades naturales, culturales y humanas. Borja, Herrera & Sánchez (2013), afirman

que un inventario es de gran importancia para la mayoría de sectores económicos al permitir reconocer los objetos o los recursos que se tiene a disposición. De lo anteriormente expuesto se puede concluir que, el sector económico es el pilar fundamental de toda sociedad por lo que un elemento de gran importancia para su desarrollo y complemento es el inventario, una herramienta cuyo objetivo es facilitar el reconocimiento de objetos y/o recursos que se encuentran a disposición.

Se puede manifestar que el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Cevallos junto al área de turismo y con el apoyo de la academia, han realizado la actualización del catastro turístico del territorio con el fin de tener conocimiento veraz sobre los atractivos que posee el lugar. En referencia a la herramienta se ha catalogado por sitios naturales y culturales que se describen a continuación.

Tabla 3. Cuadro resumen de atractivos turísticos del cantón Cevallos

Sitios naturales			
Nombre del atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo
Cascada de Jun Jun	Atractivo natural	Rio	Cascada
Los Poguios el manantial	Atractivo natural	Aguas subterráneas	Manantial de agua mineral
Sitios culturales			
Nombre del atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo
Casa museo	Manifestación cultural	Arquitectura	Histórica / vernácula
Estación del tren	Manifestación cultural	Arquitectura	Histórica/vernácula
Monumento al ferroviario	Manifestación cultural	Arquitectura	Monumentos
Monumento a la madre	Manifestación cultural	Arquitectura	Monumentos
Monumento a Pedro Fermín Cevallos	Manifestación cultural	Arquitectura	Monumentos

Caramelo artesanal	Manifestación cultural	Acervo popular	cultural y	Gastronomía
Iglesia matriz	Manifestación cultural	Arquitectura		Histórica / vernácula
Sector calzado	Manifestación cultural	Acervo popular	cultural y	Artesanías y artes
Gastronomía	Manifestación cultural	Acervo popular	cultural y	Gastronomía

Fuente: Elaboración propia, a partir de la investigación

Elaborado por: Guamán, R (2020)

A través de la presente investigación se identificó 11 recursos con gran potencial turístico, divididos en dos categorías, dos dentro de los atractivos naturales y nueve dentro de las manifestaciones culturales.

Tabla 4. Descripción de los atractivos turísticos del cantón Cevallos

Atractivos naturales			
Nombre del atractivo	del	Ubicación geográfica	Descripción
Cascada de Jun Jun		Tungurahua Cevallos (-1°22'2.31, - 78°36'13.36)	Cascada ubicada entre los límites de quero y Cevallos es un encanto natural muy poco conocido que en sus alrededores cuenta con un bosque de eucalipto
Los Poguios el manantial		Tungurahua Cevallos (-1°20' 50.50 32,- 75°35'58.68)	Cuerpo de agua de agradable sabor mineral. Brota desde las entrañas de la montaña, aproximadamente de 4 km de longitud.
Atractivos culturales			
Nombre del atractivo	del	Ubicación geográfica	

Casa museo	Tungurahua Cevallos (-1.356001, 78.614578)	Casa de tipo colonial perteneciente a Archer Harman, fue creada en 1902 con material de la zona. En ese tiempo fue utilizada para la venta y contabilidad de boletos para el tren. Hoy en día se exhiben objetos relacionados con la construcción del tren.
Estación del tren	Tungurahua Cevallos (-1.355369, -1.355369)	Considerada como una de las estaciones más importantes de la época, esta estación era una zona comercial ya que aquí se intercambiaban y se comercializaban productos entre la sierra y el oriente amazónico.
Monumento al ferroviario	Tungurahua Cevallos (-1.356001, 78.614578)	Monumento que representa al ferroviario de la época colonial. - Construido a base de piedra calcárea.
Monumento a la madre	Tungurahua Cevallos (-1.353094, 78.618353)	Monumento que representa a la madre Cevallese, hace referencia a la riqueza frutal que posee Cevallos. Construida a base de piedra calcárea.
Monumento a Pedro Fermín Cevallos	Tungurahua Cevallos (-1.354963, 78.616294)	Monumento en honor a Pedro Fermín Cevallos. Construido de madera y hierro, esta escultura se encuentra en el parque central del cantón.
Caramelo artesanal	Tungurahua Cevallos (-1.353580, 78.616210)	Actividad familiar considerada por el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural como patrimonio inmaterial del cantón Cevallos, este atractivo mantiene la tradición de elaborar caramelos artesanales.

Iglesia Matriz	Tungurahua Cevallos (-1.354855, 78.616478)	Con un valor histórico, testimonial e histórico la iglesia matriz tiene una - arquitectura de tipo moderno, reconocida a nivel local.
Sector calzado	Tungurahua Cevallos (-1.353094, 78.618353)	Varios establecimientos en el sector comercial ofertan el calzado que en - Cevallos se produce ocasionando así un turismo de compras en el sector.
Gastronomía	Tungurahua Cevallos (-1.353094, 78.618353)	Cevallos cuenta con diferentes platos típicos que deleitan a propios y - extraños, como son el cuy, el conejo, el hornado, el yahuarlocro y la fritada, platillos que se los puede encontrar en los diferentes locales que se encuentran en el sector comercial.

Fuente: Elaboración propia, a partir de la investigación

Elaborado por: Guamán, R (2020)

2.- Describir las estrategias de promoción de los atractivos turísticos del cantón Cevallos.

A fin de dar cumplimiento con el objetivo 2, en proponer estrategias de promoción de los atractivos turísticos se realizará un análisis y síntesis utilizando la herramienta de matriz FODA que permitirá identificar las debilidades y amenazas que impiden la correcta promoción de los atractivos turísticos del cantón Cevallos.

El análisis FODA es una herramienta que permite generar un cuadro con la información detallada de una entidad, dicho instrumento proporciona un diagnóstico preciso y en base a eso permite la toma de decisiones, implementando acciones y medidas correctivas según los objetivos establecidos de la empresa. Glagovsky (2002), afirma que:

El término FODA es una sigla conformada por las primeras letras de las palabras Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (en inglés SWOT: Strengths, Weaknesses, Opportunities & Threats). De estas cuatro variables, tanto fortalezas como debilidades son internas de la organización, por lo que es posible actuar directamente sobre ellas. En cambio, las oportunidades y las amenazas son externas, por lo que en general. Resulta muy difícil poder modificarlas (p.1).

El análisis Foda consiste en realizar un estudio de los diferentes factores de la institución. En cada evaluación se debe tomar en cuenta el análisis de diferentes aspectos: económicos, políticos, sociales y culturales para obtener una perspectiva general de la situación. En el ámbito externo se hace la evaluación de las amenazas y las oportunidades, mientras que en el ámbito interno se diagnostican las fortalezas y las debilidades (Ponce, 2007).

Fortalezas

Son todos los recursos considerados como importantes a todos los recursos considerados como importantes, a todas las habilidades especiales que la empresa posee, actividades que se ejecuten de la mejor manera, en conclusión, este factor analiza todos los aspectos buenos que se puedan encontrar dentro de la institución.

Oportunidades

Aquellas que son de carácter externo y que no pueden ser controladas por la institución, pero que son importantes para una mejora constante y un crecimiento potencial. Resulta ser un factor favorable y que se puede explotar para poder obtener ventajas competitivas.

Debilidades

A las debilidades las podemos definir como una vulnerabilidad que posee el ámbito interno y que provocan una posición muy poco favorable para la institución, dando a conocer los recursos que no tiene, las deficiencias que esta posee y las actividades que no se ejecutan de la mejor manera.

Amenazas

Se puede decir que las amenazas son los problemas potenciales que la institución no puede controlar, son casos externos que atentan en contra de la institución (Sarli, González & Ayres, 2015).

Al trabajar con este tipo de análisis se puede obtener un mejor resultado y un mayor rendimiento ya que, este facilita la obtención de datos, identificando el estado en el que se encuentra la institución con la intención de elaborar varias estrategias que permitan tomar diferentes direcciones. De esta forma se aprovecharán las oportunidades con cada estrategia propuesta, las debilidades se verán disminuidas

mientras que las fortalezas irán incrementando y por último el impacto de las amenazas será considerado (Badilla, 2015).

Estrategias.

La Matriz FODA, presenta cuatro estrategias basadas en el análisis de las diferentes combinaciones que hay entre los ámbitos internos y externos, mismas que se describen a continuación:

Tabla 5: Estrategias de la matriz FODA

	Ofensiva	Defensiva
Estrategia	Fortalezas vs Oportunidades (Maxi – Maxi)	Fortalezas vs Amenazas (Maxi – Mini)
Descripción	Considerada como una de las mejores combinaciones, esta estrategia tiene como objetivo el análisis de las características positivas y los aspectos más importantes de la institución. En esta estrategia se utilizan los medios internos para sacar ventaja y aprovechar recursos externos.	Esta estrategia tiene como objetivo neutralizar las posibles amenazas exteriores usando las fortalezas que la institución posee. Es decir que en esta estrategia hay que maximizar los recursos internos para poder minimizar las amenazas externas.
	Reorientación	Supervivencia
Estrategia	Debilidades vs Oportunidades (Mini – Maxi)	Debilidades vs Amenazas (Mini – Mini)
Descripción	Existen oportunidades que no se las puede aprovechar debido a la situación interna que posee la institución, por lo tanto, se usan estrategias que tienen como objetivo la corrección o eliminación de estas debilidades con la intención de reorientar la situación y explotar las oportunidades conseguidas.	Siendo ambos factores negativos, se implementan estrategias que tienen como objetivo la búsqueda de acciones para minimizar los posibles efectos que puedan causar las amenazas.

Fuente: Elaboración propia, a partir de la investigación

Elaborado por: Guamán, R (2020)

3.- Proponer un modelo de gestión para la promoción de los atractivos turísticos del cantón Cevallos.

Dando cumplimiento al objetivo número 3, se propondrá un modelo de gestión para la promoción de atractivos turísticos del cantón Cevallos, a través del fortalecimiento de la imagen corporativa del área de turismo del GAD Municipal, además se implementaran nuevas líneas estratégicas en marketing y promoción a fin de lograr un posicionamiento estratégico de destino turístico con un aumento cuantitativo y cualitativo de visitantes para el territorio.

La palabra modelo puede ser utilizada en diferentes medios y con distintos significados. De forma general, un modelo es aquel que, por la singularidad de sus cualidades, es considerado como una guía o un ejemplo que fácilmente puede ser imitado o reproducido. Por otra parte, la gestión, hace referencia a la acción de administrar o gerenciar, es decir, que es un proceso articulado que se lleva a cabo para conseguir resultados, consiste en planear, organizar y liderar una entidad a través de direcciones, recursos y autoridades que constituyen una mejor organización (Pailiacho, 2013).

Se conoce que un modelo de gestión es una herramienta que ayuda a la administración de entidades sean estas públicas como privadas, pero, trabaja de forma diferente en cada una de ellas. En la administración privada el modelo de gestión está enfocado en la generación de divisas mientras que, en empresas públicas, el bienestar social de la población es fundamental (Porto, 2008.).

Para Pérez & González (2013), un modelo de gestión es la agrupación de ideas relacionadas con las variables a tener en cuenta en el momento de usar los conocimientos y su influencia, es decir, se toman en cuenta todas las variables existentes y con ellas se obtiene la fundamentación necesaria para poder elaborar una guía, que muestre con exactitud cómo se deben ejecutar los diferentes pasos dentro de la administración de una organización. Por otra parte, para González & Rivas (2008),

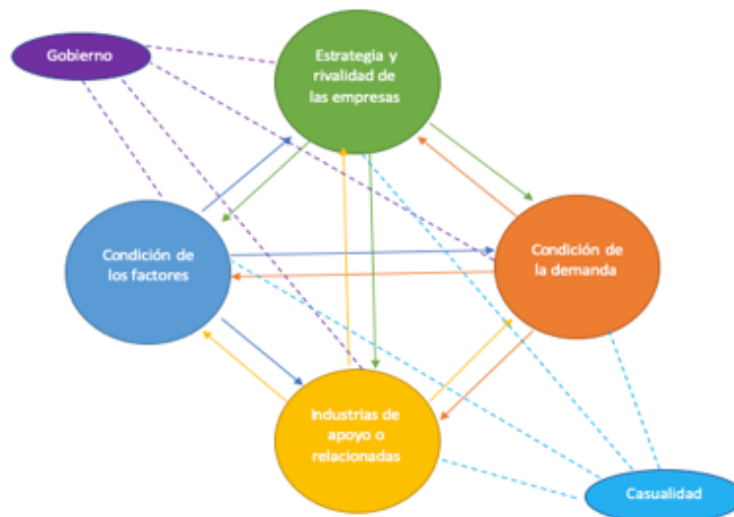
un modelo de gestión es un instrumento de gran importancia que para poder ser aplicado debe contar con la suficiente información de las variables las cuales tienen que estar identificadas y analizadas.

El diseño de un modelo de gestión debe abarcar varias fases importantes para su desarrollo, en la primera se debe dar un diagnóstico de la situación actual que tiene el territorio, donde se buscará información de las variables y se identificarán los problemas y las causas que existen en el lugar. La segunda etapa consiste en el análisis de la promoción turística del sector, analizando la oferta y la demanda que existe actualmente en el sector, se identifican los procesos de comunicación y se plantean nuevas estrategias para la promoción y difusión. Para finalizar, la tercera fase está encargada de identificar las competencias y funciones de los entes involucrados y de las inversiones, proyectos y financiación del modelo.

Es importante destacar que un modelo de gestión también se basa en los modelos teóricos de gestión, en donde, existen diferentes tipos que permiten tener una visión más amplia de la situación y la competitividad que tiene el destino. En este caso cabe destacar el Diamante de Porter (1980), el cual es un modelo que está compuesto por 4 dimensiones fundamentales y 2 factores de análisis, las cuales interactúan entre sí para crear ventajas. Este modelo por lo tanto pretende evaluar el grado de atractivo del sector y considerarlo como potencial de competitividad. Los elementos del modelo son los siguientes:

- Condiciones de los factores
- Condiciones de la demanda
- Industrias conexas y de sostén
- Estrategia, estructura y rivalidad de las compañías
- Gobierno
- Casualidad

Gráfico 1. Modelo del diamante de Porter



Fuente: Porter (1980)

Elaborado por: Guamán, R (2020)

Condiciones de los factores: Consiste en una evaluación de lo que ofrece un territorio, ya que es uno de los elementos indispensables para la prestación de servicios turísticos, junto al soporte físico y el cliente. Del mismo modo, el destino turístico debe hacer uso de sus recursos de una forma racional y sostenible, ya que estos pueden convertirse a futuro en elementos de exclusividad y naturalmente la competencia será afectada al no poder imitar o reproducir los mismos elementos que se tiene.

Condiciones de la demanda: Porter asegura que, indirectamente la demanda está influenciada a crear ventajas competitivas, debido a que está en ocasiones se encuentra bien informada, es exigente y mantiene una actitud crítica a las cosas que se le ofrece, por esta razón, las empresas del sector están obligadas a innovar y tratar de anticiparse para satisfacer la demanda.

Sectores de apoyo y relacionados: este elemento se centra en establecer qué tipo de empresas aportan para el desarrollo económico y turístico del sector. Muchas de las veces los atractivos y los recursos con los que cuenta el territorio o destino no son lo suficientes para desarrollar una competitividad sostenida, para esto es necesario un sector complementario, que eleve los estándares de la oferta. Se debe tener en cuenta

que los servicios complementarios deben estar vinculados a las expectativas del usuario para no debilitar el destino que se podría debilitar progresivamente el sector.

Estrategia, estructura y rivalidad empresarial: este elemento hace un análisis de la competencia el cual es otro factor para promover la aparición de ventajas competitivas, debido a que el conocimiento acerca de la competencia que hay en el sector, produce un efecto estimulante que, con el tiempo ayuda a mejorar los productos y crear nuevas estrategias para una mejora continua.

El Gobierno: Considerado uno de los aspectos que puede llegar a desestabilizar o influir de manera precisa la economía de un país y de sus empresas, el gobierno como tal no puede crear competitividad, ni intervenir o participar en el proceso, esta acción es exclusiva de las empresas. Según Porter el papel idóneo del gobierno para promover la competitividad, aquel que:

- Alienta el cambio
- Promueve la rivalidad interior
- Estimula la innovación

Casualidad: Porter también habla sobre los eventos que suceden, factores que no se pueden controlar en el entorno, los cuales pueden ser capaces de anular las ventajas competitivas de los rivales y aumentar las oportunidades de otra empresa y viceversa. Como ejemplos de estos factores que no se pueden controlar y que los destinos se han tenido que adaptar y han influido en la capacidad de competitividad, tenemos a:

- Catástrofes naturales
- Subida del petróleo
- Acontecimientos bélicos
- Emergencia sanitaria

CAPÍTULO II

Metodología

El presente capítulo detalla todos los métodos y recursos a los que se tuvo que recurrir para realizar esta investigación, también se describe los diferentes tipos de investigación, la población y la muestra con la que se trabajó a lo largo de la investigación.

2.1 Materiales

Tabla 6. Recursos

RECURSOS HUMANOS	<ul style="list-style-type: none">• Técnica de turismo del cantón Cevallos• Docente de la Universidad Técnica de Ambato• Encuestados	
RECURSOS INSTITUCIONALES	<ul style="list-style-type: none">• GAD municipal del cantón Cevallos facilitará las diferentes rutas que aquí manejan y los atractivos turísticos con los que cuentan hasta ahora.• Biblioteca	
	Rubros de gasto	USD
	Laptop	100
RECURSOS MATERIALES	Impresiones	100
	Copias	100
	Anilladlos	75
	Papel bond	75
	Transporte	100
RECURSOS ECONÓMICOS	Alimentación	125
	Total	675

Elaborado por: Guamán, R (2020).

2.2 Métodos

Enfoque

El enfoque que tomará esta investigación es el cualitativo el cual recolecta información, apoyada en el estudio de las variables para finalmente poder interpretar los resultados, en este método se aplicaran entrevistas, cuestionario y la observación a través de material audiovisual a fin de describir y analizar el comentario crítico sobre la poca promoción de los atractivos turísticos del cantón. Por otra parte, se trabajará con un enfoque cuantitativo debido a que se utilizaran valores numéricos que surgen de los análisis estadísticos obtenidos al aplicar las encuestas (Mendoza, 2006).

Descriptiva

El método descriptivo, permitirá levantar un registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual de los atractivos turísticos del cantón Cevallos. Además, permitirá caracterizar estrategias de promoción y difusión de los atractivos.

Modalidad básica de la investigación de campo

Es una investigación de campo porque se trabajará conjuntamente con personas del sector, recolectando datos e información necesaria de los sujetos investigados con el objetivo de determinar problemas y necesidades (Arias, 2012).

Bibliográfica

Es la parte importante de una investigación debido a que en esta se encuentra toda la información relevante y detallada de un tema, la cual es utilizada como una base para determinar la relevancia e importancia del mismo (Gómez, Navas, Aponte & Betancourt, 2014).

Nivel o tipo de investigación experimental

Se pueden manipular las variables de estudio en un entorno controlado con el fin de conocer de qué modo o por que se originan ciertas situaciones (Murillo, 2010).

Población

Para González & Salazar (2008), la población son personas de un lugar determinado sometidas a un estudio para obtener información que posteriormente será analizada, medida y cuantificada.

Muestra

Según Sulca (2019), los turistas que visitan el cantón varían mucho y depende de la estación, afirma que, en los meses de febrero y noviembre, Cevallos reactiva su economía gracias a la afluencia de turistas que tiene el territorio, se estima que, del primero al cuatro de noviembre del 2019, llegaron alrededor de cuatro mil visitantes, siendo este el número aproximado de turistas que visitaron el cantón en el feriado que se dio por el día de los difuntos.

Con esta entrevista como referencia se realiza el cálculo para obtener el tamaño de la muestra con la siguiente fórmula:

PQ= Probabilidad de recurrencia 0.25

n= Tamaño de la muestra

N= Universo de estudio

e= Error de muestreo 5% = 0.05

k= Coeficiente de corrección 1.96

$$n = \frac{PQ \times N}{(N-1) \left(\frac{e^2}{k^2}\right) + PQ}$$

$$0.25 \times 4000$$

$$n = \frac{1000}{(4000 - 1) (0.0025/3.84) + 0.25}$$

$$n = \frac{1000}{2.853}$$

$$n = 350.508$$

$$n = 351$$

El resultado que aquí se obtiene de la fórmula es el tamaño de la muestra, esto quiere decir que es el número de encuestas que deben ser aplicadas para posterior a esto la información obtenida sea analizada e interpretada mediante tabulaciones y gráficos estadísticos.

CAPÍTULO III

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En el presente capítulo se obtiene información detallada de la encuesta, mediante tablas estadísticas y gráficas con el objetivo de analizar e interpretar los datos recolectados.

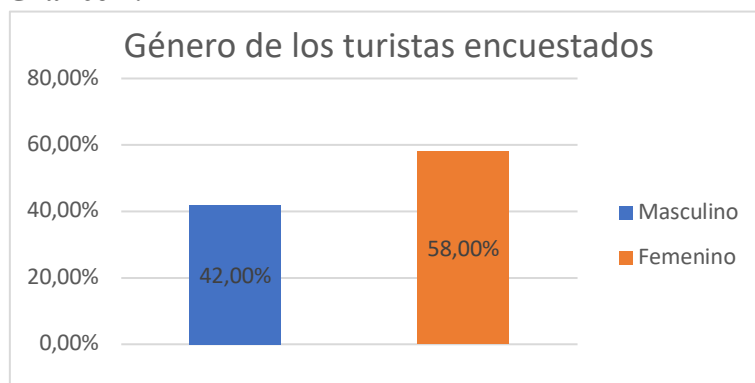
3.1 Análisis y discusión de los resultados

Tabla 7. Género de los turistas encuestados

Opción	Frecuencia	Porcentaje %
Masculino	147	42
Femenino	204	58
Total	351	100

Elaborado por: Guamán, R (2020)

Gráfico 2. Género de los turistas encuestados



Elaborado por: Guamán, R (2020)

Análisis

De las 351 respuestas que corresponden al 100%, 147 que equivalen al 42% seleccionan la opción masculino y, 204 que equivalen al 58% seleccionan la opción femenino.

Interpretación

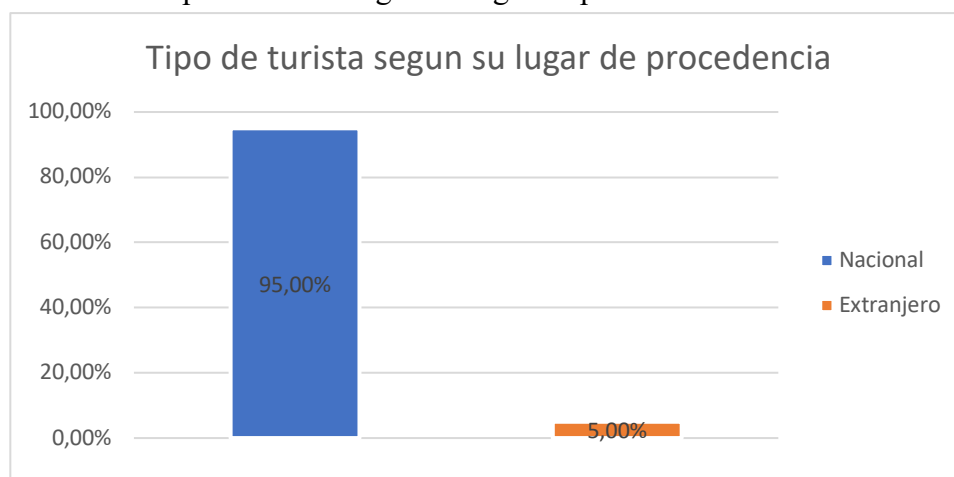
Se puede constatar que, con un 16% de diferencia, el género femenino es el que prevalece en los turistas encuestados.

Tabla 8. Tipo de turista según su lugar de procedencia

Turistas	Frecuencia	Porcentaje %
Nacional	332	95
Extranjero	19	5
Total	351	100

Autor: Guamán, R (2020)

Gráfico 3. Tipo de turista según su lugar de procedencia



Elaborado por: Guamán, R (2020)

Análisis

De las 351 encuestas realizadas correspondientes al 100%, 332 que equivalen al 95% de las personas, son de procedencia nacional, por otra parte, el 5% expresa que las 19 personas restantes son extranjeras.

Interpretación

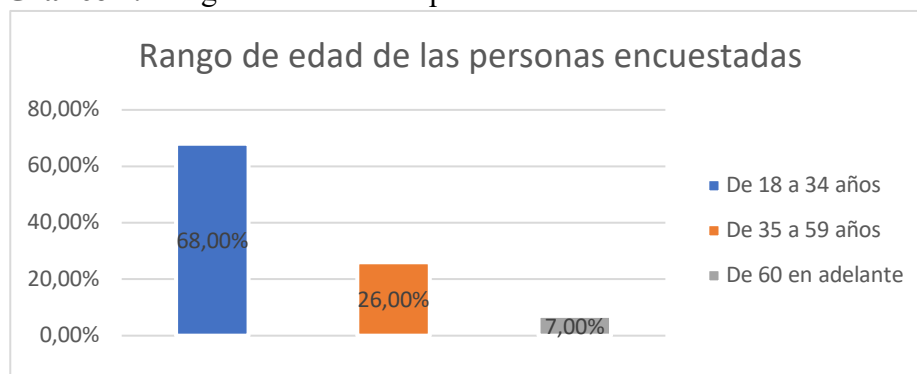
Se puede evidenciar con un porcentaje alto que el tipo de turista que participó en la encuesta es nacional. Estos resultados demuestran que el mercado al que apunta la promoción del cantón es el nacional y que el turismo interno es el que predomina en Cevallos.

Tabla 9. Rango de edad de las personas encuestadas

Rango de edad en años	Frecuencia	Porcentaje %
De 18 a 34	237	68
De 35 a 59	91	26
De 60 en adelante	23	7
Total	351	100

Elaborado por: Guamán, R (2020)

Gráfico 4. Rango de edad de las personas encuestadas



Elaborado por: Guamán, R (2020)

Análisis

Los resultados de la ficha de levantamiento de información sobre el rango de edad de los encuestados expresa que de las 351 encuestas, 237 corresponden al 68% de las personas encuestadas y que tienen un rango de edad de 18 a 34 años considerados como adultos jóvenes los cuales se posicionan en el primer puesto, mientras que, 91 personas que equivalen al 26% del resultado, son los adultos maduros que tienen una edad aproximada de 35 a 59 años y para finalizar con un 7 % que corresponde a 23 encuestas de personas de tercera edad que tienen una edad mayor a 60 años.

Interpretación

Se puede evidenciar que, la mayor parte de las personas encuestadas van de los 18 a los 34 años y son consideradas por el libro de "Enfermería Familiar y Social del colectivo de autores cubanos" como adultos jóvenes.

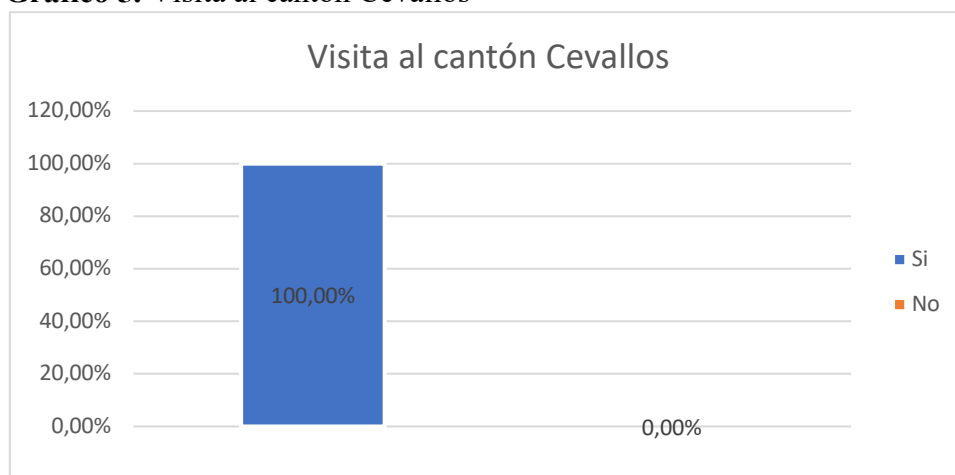
Pregunta 1: ¿Ha visitado el cantón Cevallos?

Tabla 10. Visita al cantón Cevallos

	Frecuencia	Porcentaje %
Si	351	100
No	0	0
Total	351	100

Elaborado por: Guamán, R (2020)

Gráfico 5. Visita al cantón Cevallos



Elaborado por: Guamán, R (2020)

Análisis

Los resultados de la encuesta realizada, demuestran que, el 100% que equivale a las 351 personas encuestadas afirman haber visitado el cantón Cevallos.

Interpretación

A pesar de la poca promoción y publicidad todas las personas que participaron en el levantamiento de información afirman haber visitado el cantón Cevallos.

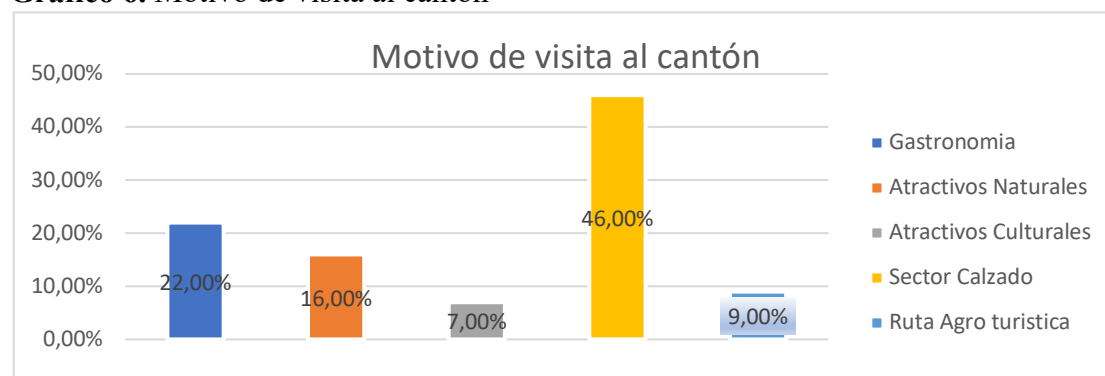
Pregunta 2: ¿Qué le motivó a visitar el cantón Cevallos?

Tabla 11. Motivo de visita al cantón

	Frecuencia	Porcentaje %
Gastronomía	76	22
Atractivos Naturales	56	16
Atractivos Culturales	25	7
Sector calzado	162	46
Ruta agro turística	32	9
Total	351	100

Elaborado por: Guamán, R (2020)

Gráfico 6. Motivo de visita al cantón



Elaborado por: Guamán, R (2020)

Análisis

De 351 encuestas que equivalen al 100%, 46% corresponde a 162 turistas que visitan el cantón Cevallos por el calzado, el 22% corresponde a 76 personas que gustan de la gastronomía, le sigue los atractivos naturales con un 16% que equivale a 56 encuestados, la ruta agro turística con un porcentaje del 9% que representa a 32 personas y por último los atractivos culturales con un 7% que corresponde a 25 de los turistas encuestados.

Interpretación

Acerca del motivo que tuvo el turista al visitar el cantón, se puede decir que la mayor parte de los turistas encuestados viajan a Cevallos para realizar turismo de compras ya que el cantón es conocido por ser un gran productor de calzado.

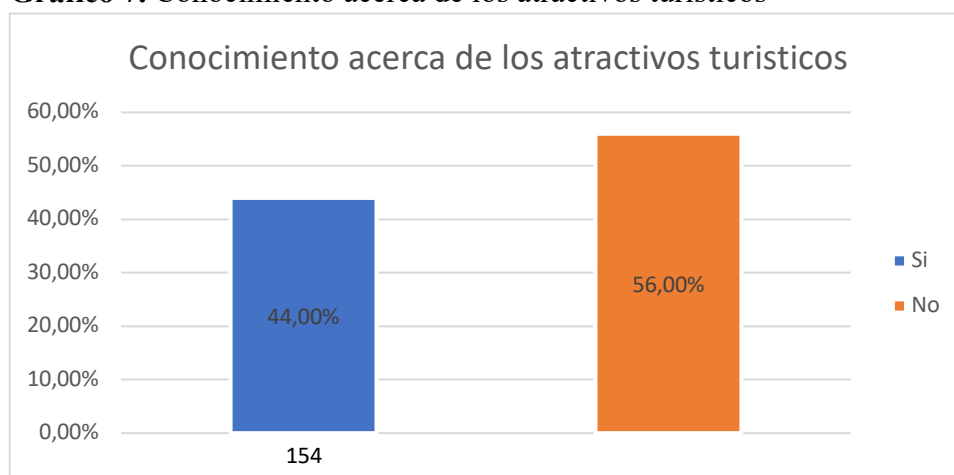
Pregunta 3: ¿Conoce cuáles son los atractivos turísticos del cantón Cevallos?

Tabla 12. Conocimiento acerca de los atractivos turísticos

	Frecuencia	Porcentaje %
Si	154	44
No	197	56
Total	351	100

Elaborado por: Guamán, R (2020)

Gráfico 7. Conocimiento acerca de los atractivos turísticos



Elaborado por: Guamán, R (2020)

Análisis

De 351 personas encuestadas que equivalen al 100%, el 56% corresponde a 197 personas que no conocen acerca de los atractivos turísticos que ofrece el cantón, por otro lado, el 44% que representa a 154 de los turistas encuestados, afirman conocer la oferta turística que brinda el cantón.

Interpretación

Se puede evidenciar que, con una diferencia del 12% la mayor parte de personas encuestadas desconocen los atractivos turísticos que el cantón ofrece, por falta de promoción y difusión de los mismos.

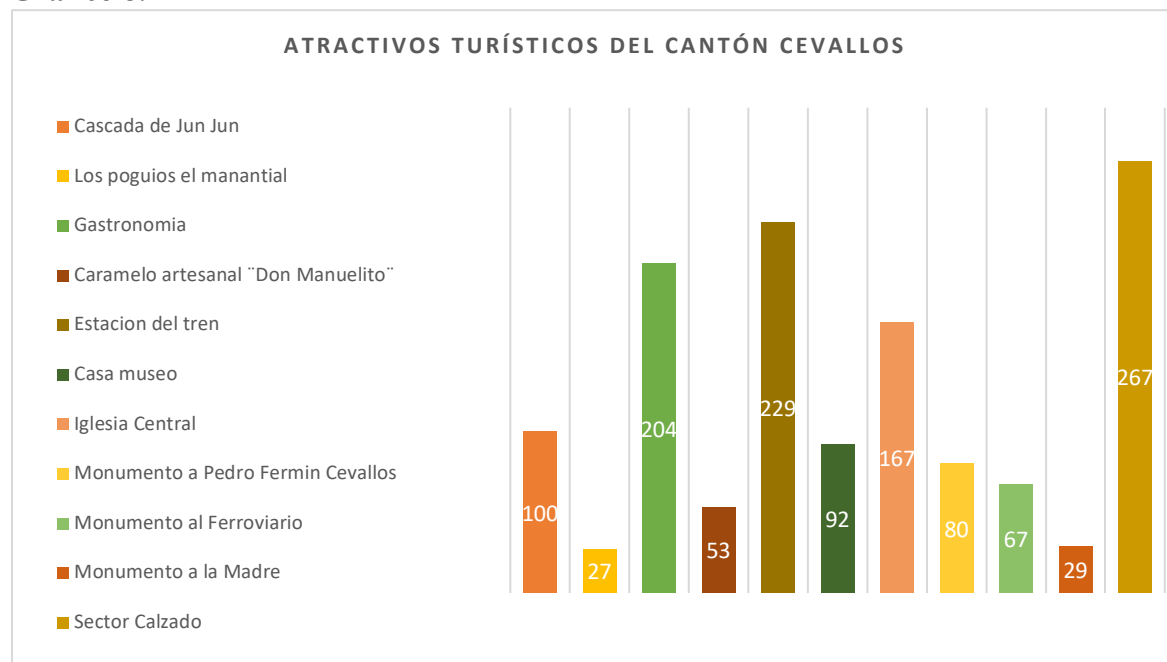
Pregunta 4: ¿De la lista a continuación qué atractivos turísticos del cantón conoce?

Tabla 13. Atractivos turísticos del cantón Cevallos

Atractivo turístico	Frecuencia
Cascada de Jun Jun	100
Los Poguios el manantial	27
Gastronomía	204
Caramelo artesanal "Don Manuelito"	53
Estación del tren	229
Casa museo	92
Iglesia central	167
Monumento a Pedro Fermín Cevallos	80
Monumento al ferroviario	67
Monumento a la madre	29
Sector calzado	267

Elaborado por: Guamán, R (2020)

Gráfico 8. Atractivos turísticos del cantón Cevallos



Elaborado por: Guamán, R (2020)

Análisis

En la ficha de levantamiento de información, se puede observar que, con 267 de 351 personas encuestadas, el sector calzado es el atractivo turístico más conocido, con 229 votos se encuentra la estación del tren, con tan solo 25 votos de diferencia en el tercer lugar se encuentra la gastronomía del cantón con 204 y con 167 votos tenemos a la iglesia central, por otro lado, y con porcentajes menores 92 de las personas encuestadas conocen la casa museo y otras 80 afirman conocer el monumento a Pedro Fermín Cevallos, 67 de las personas a las que se les aplicó la encuesta eligieron el monumento al ferroviario, por otra parte, 53 de los encuestados conocen el caramelo artesanal de “Don Manuelito”, 29 personas afirman conocer el monumento a la madre y otras 27 saben de la existencia de los Poguios el manantial.

Interpretación

Se puede evidenciar que, el atractivo que más conocen los turistas es el sector calzado, debido a que Cevallos es un gran productor de calzado. La mayor parte de las personas conocen y frecuentan el cantón para realizar un turismo de compras.

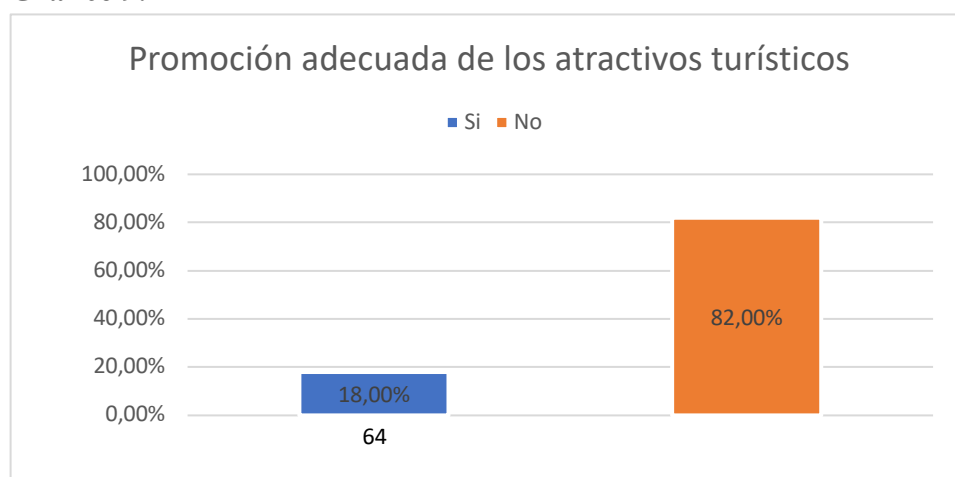
Pregunta 5: ¿Cree que se está promocionando adecuadamente los atractivos turísticos del cantón?

Tabla 14. Promoción adecuada de los atractivos turísticos

	Frecuencia	Porcentaje %
Si	64	18
No	286	82
Total	351	100

Elaborado por: Guamán, R (2020)

Gráfico 9. Promoción adecuada de los atractivos turísticos



Elaborado por: Guamán, R (2020)

Análisis

De 351 encuestas que equivalen al 100%, el 82% es decir 286 de las personas encuestadas están de acuerdo que el cantón no se promociona adecuadamente, mientras que 64 de los encuestados que corresponden al 18%, piensa que la promoción que se emplea en la zona es la apropiada.

Interpretación

Según los resultados expuestos, sobre si cree el turista que se están promocionando correctamente los atractivos turísticos del cantón, la mayoría de personas encuestadas, afirman que la promoción en Cevallos no es la adecuada y que se debería mejorar ya que tiene algunas falencias en publicitar varios de sus atractivos turísticos.

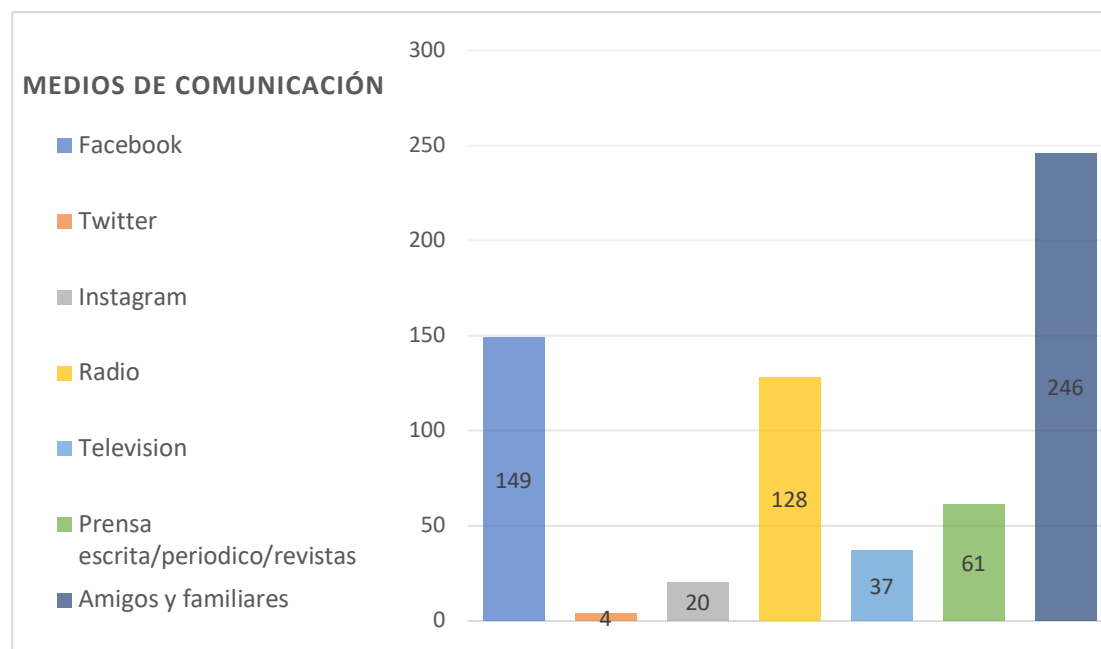
Pregunta 6: ¿Por cuál medio de comunicación ha escuchado sobre los atractivos turísticos del cantón?

Tabla 15.Medios de comunicación

Medios de comunicación	Frecuencia
Facebook	149
Twitter	4
Instagram	20
Radio	128
Televisión	37
Prensa escrita / periódico / revistas	61
Amigos y familiares	246

Elaborado por: Guamán, R (2020)

Gráfico 10. Medios de comunicación



Elaborado por: Guamán, R (2020)

Análisis

Según la ficha de levantamiento, 246 encuestas de 351, la comunicación entre amigos y familiares es la más utilizada por las personas encuestadas, le sigue la red social Facebook con 149 votos a su favor, con una diferencia de 11 votos en tercer puesto y con 128 votos se encuentra la radio. Por otro lado, y con valores más bajos tenemos a la prensa/periódico/revistas con el 61 de 351 personas encuestadas, 37 personas eligieron la televisión, 20 encuestados escogieron Instagram y 4 de las 351 personas a quienes se les aplicó la encuesta escogieron la red social Twitter.

Interpretación

Según los resultados obtenidos, se puede decir que, muchas de las personas encuestadas afirman que reciben información acerca de los atractivos del cantón por parte de sus amigos y familiares siendo este el medio de comunicación más importante por el cual las personas conocen al cantón.

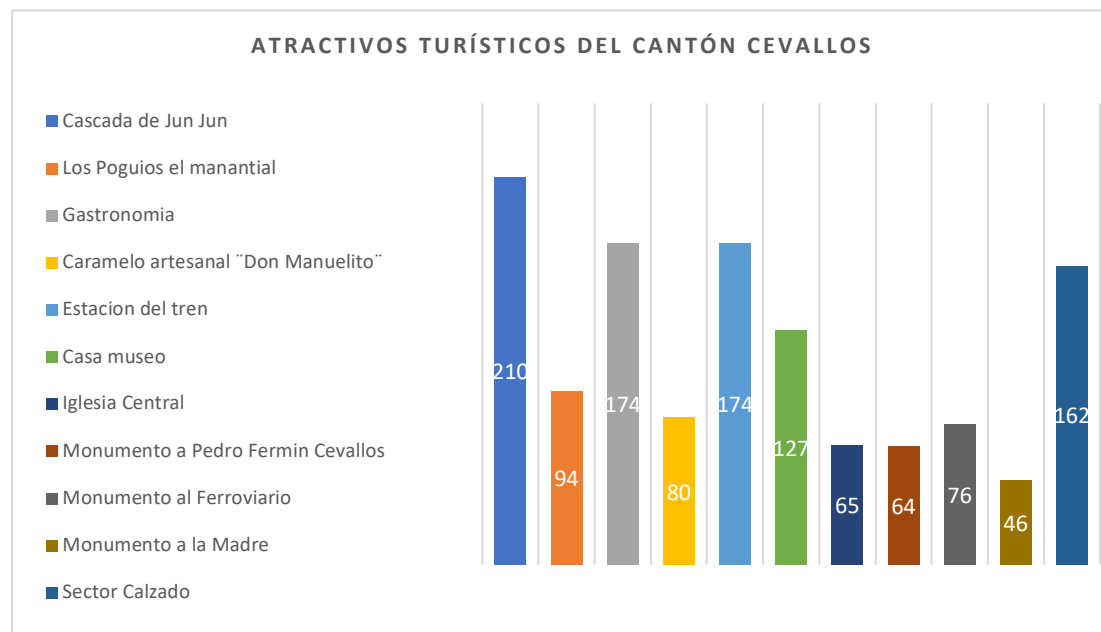
Pregunta 7: ¿Qué atractivos cree usted que debería promocionarse primero?

Tabla 16. Atractivos turísticos del cantón Cevallos

Atractivo turístico	Frecuencia
Cascada de Jun Jun	210
Los Poguios el manantial	94
Gastronomía	174
Caramelo artesanal "Don Manuelito"	80
Estación del tren	174
Casa museo	127
Iglesia central	65
Monumento a Pedro Fermín Cevallos	64
Monumento al Ferroviario	76
Monumento a la madre	46
Sector calzado	162

Elaborado por: Guamán, R (2020)

Gráfico 11. Atractivos turísticos del cantón Cevallos



Elaborado por: Guamán, R (2020)

Análisis

La información obtenida demuestra que, de un total de 351 personas 210 opinan que la cascada de Jun Jun es el atractivo más significativo para ser promocionado, a este le siguen la gastronomía y la estación del tren los cuales igualan en puntaje obteniendo 174 votos cada uno, con poca diferencia en el cuarto lugar se encuentra el sector calzado con 162 de los votos y por último 127 de las personas encuestadas eligieron la casa museo, 94 de las personas encuestadas eligieron los Poguios el manantial como el atractivo que debería considerarse relevante para la promoción, mientras que, 80 personas seleccionaron el caramelo artesanal de ‘Don Manuelito’ como atractivo importante del cantón, 76 encuestas corresponden al monumento al ferroviario, 66 turistas eligieron la iglesia central, 64 de las personas a las que se les aplicó la encuesta eligieron el monumento a Pedro Fermín Cevallos y tan solo el 46 de los 351 encuestados seleccionaron el monumento a la madre.

Interpretación

Según la información obtenida, se puede observar que, la mayoría de personas tienen más atracción y aceptación hacia los cinco primeros atractivos turísticos, siendo estos los más relevantes para promocionar en un futuro.

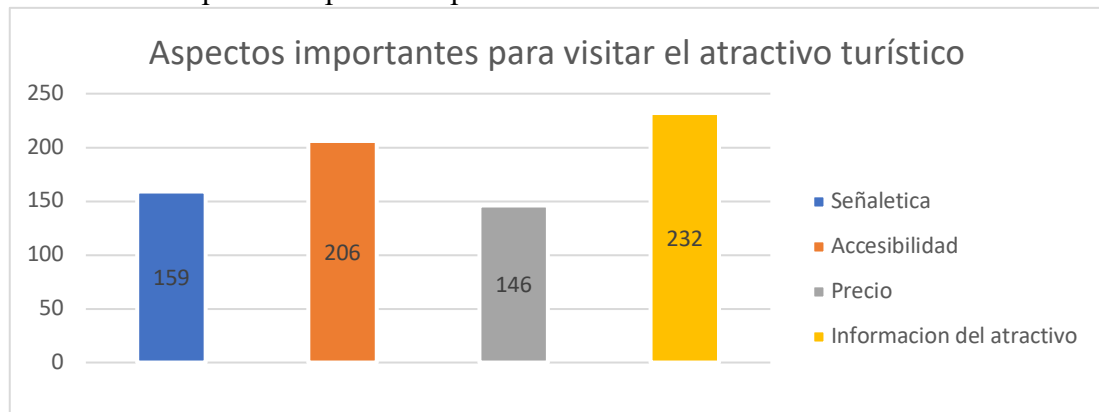
Pregunta 8: ¿Qué aspectos considera que son importantes para visitar un atractivo turístico?

Tabla 17. Aspectos importantes para visitar el atractivo turístico

	Frecuencia
Señalética	159
Accesibilidad	206
Precio	146
Adecuada información del atractivo	232

Elaborado por: Guamán, R (2020)

Gráfico 12. Aspectos importantes para visitar el atractivo turístico



Elaborado por: Guamán, R (2020)

Análisis

De la información obtenida se puede decir que, para las 232, debe haber una adecuada información del atractivo, para 206 de los turistas el tener una buena accesibilidad es muy importante mientras que para 159 de los 351 encuestados prefieren una muy buena señalética por otra parte el precio tiene 146 de elecciones.

Interpretación

Acercas de los aspectos más relevantes que el turista toma para visitar un atractivo turístico se puede decir que, los aspectos aquí mencionados son importantes por igual, pero muchas de las personas encuestadas consideran que una adecuada información es primordial a la hora de viajar a un nuevo lugar.

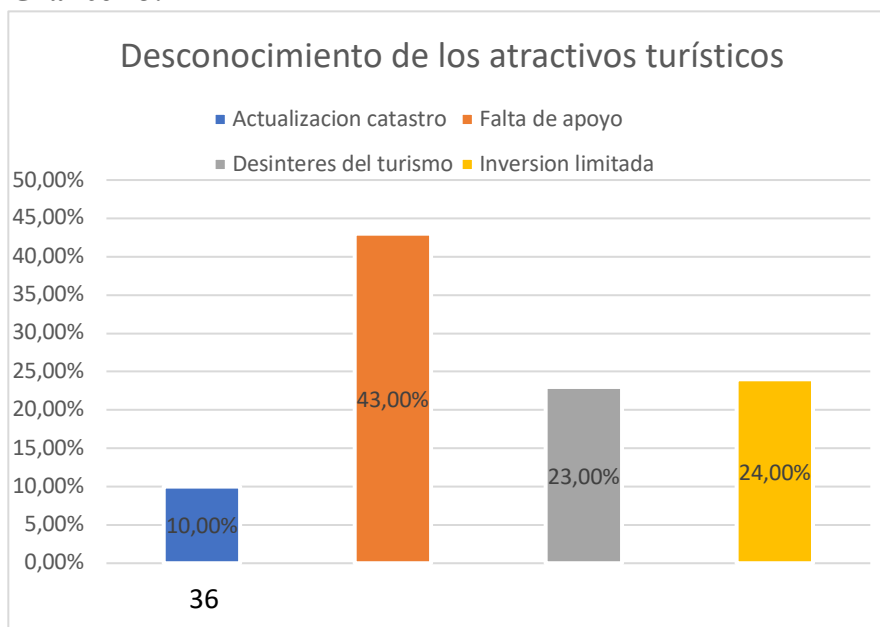
Pregunta 9: ¿Considera que el desconocimiento de los atractivos turísticos se debe a la falta de?

Tabla 18. Desconocimiento de los atractivos turísticos

	Frecuencia	Porcentaje %
Actualización del catastro turístico del cantón	36	10
Falta de apoyo por parte de las entidades públicas y privadas al productor	150	43
Desinterés del turismo por parte de los productores turísticos	82	23
Inversión limitada para la promoción de atractivos	83	24
Total	351	100

Elaborado por: Guamán, R (2020)

Gráfico 13. Desconocimiento de los atractivos turísticos



Elaborado por: Guamán, R (2020)

Análisis

De los 351 encuestado que corresponden al 100%, el 43% de las personas encuestadas, opinan que la falta de apoyo al productor por parte de las entidades públicas y privadas es la que afecta al turismo considerablemente, los 83 encuestados que equivalen al 24% piensa que la inversión limitada para la promoción es la culpable, por otra parte, el 82 de las personas que corresponden al 23% se encuentra el desinterés por parte de los productores y con tan solo el 10% que representa a 36 personas encuestadas piensa que la actualización del catastro turístico, no es el aspecto que influye al desconocimiento de sus atractivos.

Interpretación

Se puede decir que, según la tabulación y el análisis de los porcentajes, la mayor parte de las personas encuestadas están de acuerdo en que los turistas desconocen la oferta que tiene el cantón Cevallos por la falta de apoyo que recibe el productor por parte de las empresas públicas y privadas.

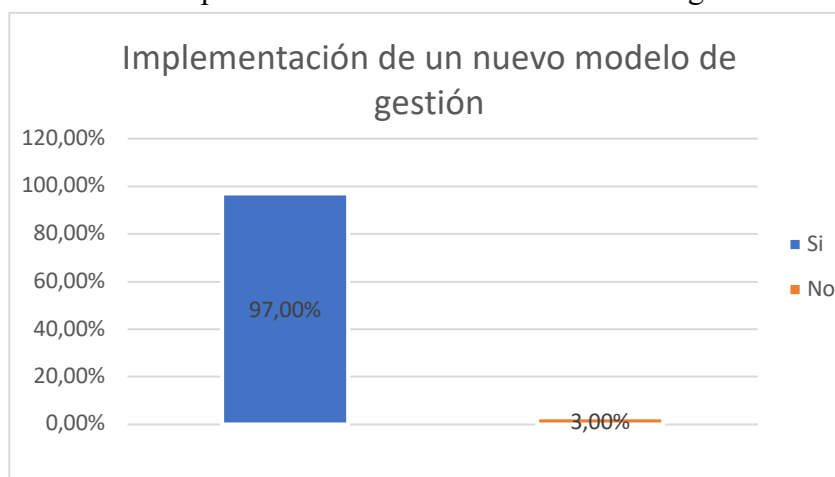
Pregunta 10: ¿Considera que implementar un nuevo modelo de gestión permitirá promocionar de una mejor manera los atractivos del cantón?

Tabla 19. Implementación de un nuevo modelo de gestión

	Frecuencia	Porcentaje %
Si	341	97
No	10	3
Total	351	100

Elaborado por: Guamán, R (2020)

Gráfico 14. Implementación de un nuevo modelo de gestión



Elaborado por: Guamán, R (2020)

Análisis

Según la encuesta realizada, 341 personas que representan al 97% de los encuestados afirman que, la implementación de un modelo de gestión mejorará la manera de promocionar los atractivos turísticos del cantón, por otra parte, 10 personas que corresponden al 3% de la población no está de acuerdo.

Interpretación

Según la información obtenida se puede decir que, la mayor parte de encuestados afirman que, al ser una herramienta que ayuda al mejoramiento continuo, la implementación de un modelo de gestión ayudará al buen manejo de la promoción en el cantón.

CAPÍTULO IV

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 Conclusiones

Concluida la investigación y con base en los resultados obtenidos se llegan a las siguientes conclusiones:

- Con la jerarquización de los atractivos turísticos del cantón Cevallos, se identificaron 11 elementos que conforman la oferta turística: la cascada de Jun Jun, los Poguios el manantial, casa museo, la estación del tren, el monumento al ferroviario, monumento a la madre, el monumento a Pedro Fermín Cevallos, el caramelo artesanal de don Manuelito, la iglesia Matriz, el sector calzado y la gastronomía, atractivos que permitirán potencializar un modelo de desarrollo turístico.
- De acuerdo con la investigación que corresponde al objetivo 2, se concluye que para establecer lineamientos de promoción turística y que estas sean consideradas como herramientas de apoyo que permitan direccionar y gestionar la comercialización de posibles productos turísticos, se debe analizar e identificar las amenazas, debilidades, fortalezas y oportunidades que tiene el territorio.
- Finalizada la investigación se propone la elaboración del modelo de gestión usando la metodología del diamante de Porter, para obtener un diagnóstico situacional en el que se identificara diversas falencias en el territorio, como la escasa promoción de atractivos turísticos, por lo que se concluye que es indispensable plantear líneas estratégicas que permitan fortalecer la imagen corporativa a través de campañas promocionales que den a conocer los atractivos turísticos del cantón Cevallos.

4.2 Recomendaciones

- Mantener el catastro de los atractivos actualizado para tener un mejor conocimiento de la oferta turística que tiene el cantón Cevallos.
- Impulsar las investigaciones turísticas que permitan conocer las facilidades y accesibilidad que posee cada uno de los atractivos turísticos.
- Gestionar la promoción y difusión de la oferta turística del cantón Cevallos a través de herramientas estratégicas que permitan una planificación de gestión sostenible.
- Para un mejor posicionamiento turístico del cantón a nivel local, provincial y nacional se recomienda elaborar un modelo de gestión, que permita organizar, planear, liderar y controlar los procesos y procedimientos que tiene la promoción y difusión de la oferta turística, esto con el objetivo de dinamizar y fortalecer el turismo en el territorio.

PROPUESTA

Título: Elaboración de un modelo de gestión para mejorar la promoción y difusión de los atractivos turísticos que ofrece el cantón Cevallos

Antecedentes de la propuesta

Hoy en día es necesario y fundamental el diseño de un modelo de gestión, que permita crear y unificar tácticas y estrategias factibles que ayuden mejorando la forma en la que un atractivo es promocionado. Siendo esta una herramienta que influye directamente en los turistas, la promoción, puede mejorar eventualmente el desarrollo del turismo en el cantón.

En el cantón Cevallos se ha detectado una limitada promoción de los atractivos turísticos que tiene el territorio, debido a que no se han aplicado herramientas ni renovado nuevas estrategias que den a conocer y divulgar la oferta turística presente en el cantón e impulsen al turista a la movilización del mismo.

Gracias a la investigación realizada se a descubierto que en la actualidad las estrategias usadas por el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Cevallos no satisfacen por completo al turista y que la aplicación de nuevas estrategias de promoción, permitirá mejorar la tasa de visitas en el sector e impulsará el desarrollo económico del territorio

Justificación

El modelo de gestión de la provincia de Tungurahua empezó sus actividades cuando se crearon las diferentes estructuras organizacionales a partir de grupos de interés, en los cuales participaba la Junta Provincial, la ciudadanía, sectores productivos y juntas parroquiales en donde se toman en cuenta varias de las propuestas o demandas que

tenían desde los diferentes puntos de vista que presentaban (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Baños, 2018).

Ubicado en la zona centro-sur de la provincia de Tungurahua, Cevallos, conocido como el cantón de las manzanas, es un territorio fértil con gran potencial turístico en desarrollo. En la actualidad, la principal fuente de ingreso para los habitantes de este cantón son los diferentes negocios que se dedican a la elaboración y comercialización del calzado, sin olvidar que cuenta con un amplio sector gastronómico, agropecuario, artesanal y turístico (Maisanche, 2019).

Desde el año 2013, la presencia de Ferrocarriles del Ecuador es de gran importancia en el sector turístico y gracias a su ruta conocida como “Tren del Hielo II” se evidencia un incremento de visitantes, los cuales muestran gran interés en los productos que se ofertan durante el recorrido, sin embargo la municipalidad se propuso desarrollar nuevas ofertas turísticas para los visitantes nacionales y extranjeros que llegan a la zona comercial con el fin de conocer las fortalezas productivas del lugar, es por eso que se desarrollaron 4 rutas turísticas con base a los emprendedores del cantón anexando los atractivos más importantes de Cevallos.

Realizada la investigación pertinente, resulta necesario decir que, al elaborar un modelo de gestión en conjunto con la Oficina de Turismo del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Cevallos (GAD Municipal del cantón Cevallos), se tiene la intención de fortalecer la promoción turística del lugar, implementando nuevas líneas de estrategias en el sector turístico que permitan posicionar al cantón como uno de los destinos más importantes de la provincia de Tungurahua por poseer atractivos y rutas innovadoras que ayuden al crecimiento socioeconómico de los lugareños y por ende al cantón.

Objetivos

Objetivo general

Elaborar un modelo de gestión para la promoción de los atractivos turísticos del cantón Cevallos

Objetivos específicos

- Fortalecer la imagen corporativa.
- Identificar las estrategias de promoción más adecuadas para la promoción de los atractivos turísticos del Cantón Cevallos
- Proponer estrategias de promoción y difusión para los atractivos turísticos del cantón Cevallos, que permitan posicionar al territorio como destino turístico.

Análisis Situacional

Es necesario conocer la situación en la que se encuentra el cantón Cevallos para poder plantear las mejores estrategias para promocionar los atractivos turísticos con el objetivo de posicionar al cantón como un destino turístico, volverlo competitivo y mejorar el desarrollo socio económico del territorio.

Análisis situacional Interno

Se exhibe a continuación la matriz en donde se encuentran planteadas las fortalezas y debilidades del cantón.

Tabla 20. Matriz de evaluación de factores internos

Fortalezas	Debilidades
-Cuenta con red vial de primer orden	-Escasa inversión en la promoción de los atractivos turísticos
-Los atractivos turísticos se encuentran vinculados a los productos turísticos del cantón	-Poca demanda turística por falta de promoción
-Ubicación geográfica estratégica lo que permite atraer a turistas	-Deficiencia en la infraestructura turística
-Destino turístico de fines de semana	-Desconocimiento de los atractivos turísticos
-Población predispuesta a trabajar en turismo	-No existe una imagen que identifique los atractivos del cantón
	-Falta de posicionamiento en el mercado

Fuente: Guamán, R (2020)

Análisis situacional externo

Se exhibe a continuación la matriz en donde se encuentran planteadas las oportunidades y amenazas del cantón.

Tabla 21. Matriz de evaluación de factores externos

Oportunidades	Amenazas
-Importante crecimiento del mercado turístico	-Falta de concientización por parte de la ciudadanía en conservar los atractivos
-La actividad turística como ingreso económico del sector	-Afectación al turismo por emergencia sanitaria
-Trabajo en conjunto con instituciones públicas, privadas y académicas	-Poco interés de visión común en el turismo.
-Bajo índice de competitividad	-Competencia con otros atractivos turísticos de la provincia.
-Aumento de la demanda en el cantón	-Predilección de los turistas por diferentes destinos turísticos.

Fuente: Guamán, R (2020)

Cruce de variables

Tabla 22. Cruce de variables

FODA Cruzado	Fortalezas	Debilidades
		<ul style="list-style-type: none"> -Cuenta con red vial de primer orden -Los atractivos turísticos se encuentran vinculados a los productos turísticos del cantón -Ubicación geográfica estratégica lo que permite atraer a turistas -Destino turístico de fines de semana -Población predispuesta a trabajar en turismo
Oportunidades	Estrategias FO	Estrategias DO
<ul style="list-style-type: none"> -Importante crecimiento del mercado turístico -La actividad turística como ingreso económico del sector -Trabajo en conjunto con instituciones públicas, privadas y académicas -Bajo índice de competitividad -Aumento de la demanda en el cantón 	<ul style="list-style-type: none"> -Aprovechar los productos turísticos para tener un crecimiento del mercado y mejorar la parte económica del cantón. -Mejorar los productos turísticos a través del fortalecimiento de convenios con diferentes instituciones públicas y privadas que ayuden a impulsar el turismo 	<ul style="list-style-type: none"> -Implementar una campaña de promoción y difusión a través de medios televisivos radiales, prensa escrita y redes sociales. -Participar y organizar ferias turísticas -Posicionar al cantón como una marca de destino turístico

Amenazas	Estrategias FA	Estrategias DA
-Falta de concientización por parte de la ciudadanía en conservar los atractivos	-Desarrollar análisis estadísticos sobre la afluencia de turistas que visitan el cantón	-Implementar una campaña de promoción bajo alianza municipal a fin de fortalecer el turismo en la localidad.
-Afectación al turismo por emergencia sanitaria	-Satisfacer cada necesidad del segmento de mercado	-Lograr el desarrollo del turismo en el cantón,
-Poco interés de visión común en el turismo.	-Desarrollar un programa de concientización y prevención de la contaminación ambiental	mediante la elaboración de un modelo de gestión
-Competencia con otros Atractivos turísticos de la provincia.	-incrementar la inversión publicitaria	
-Predilección de los turistas por diferentes destinos turísticos.	-Aprovechar el buen estado de las vías para crear vallas publicitarias que inciten al turista a visitar el cantón	

Elaborado por: Guamán, R (2020)

Análisis del modelo del diamante de Porter

El modelo de gestión que se utilizó en la presente propuesta es el del diamante de Michael Porter el cual se considera que es de gran importancia ya que está compuesto por 4 dimensiones fundamentales y 2 factores de análisis, las cuales interactúan entre sí para crear ventajas. Este modelo por lo tanto pretende evaluar el grado de atractivo del sector y considerarlo como potencial de competitividad para el cantón Cevallos.

Condiciones de los factores

El cantón Cevallos vive un proceso de desarrollo económico social impulsado por su gente y dirigido por sus autoridades. La inversión de recursos de Estado y Gobierno local genera infraestructura y servicios, sin embargo, la obra física requiere ser complementada con el desarrollo humano, la práctica de valores. La convivencia en

sociedad, lo cual es posible mediante la democratización de la oferta de las diversas expresiones culturales, con el impulso de la práctica de actividades, servicios, eventos culturales inclusivos y accesibles a toda la población para que se instituyen procesos de gestión cultural.

Sus atractivos naturales y la bondad de su gente la han convertido en un sitio acogedor y progresivo. Cevallos encierra encantos naturales donde los visitantes se pueden distraer y disfrutar de su entorno además que prestan para la distracción y el conocimiento de las costumbres propias de este sitio. Se puede manifestar que el GAD Municipal del cantón Cevallos junto al área de turismo y con el apoyo de la academia, han realizado la actualización del catastro turístico del territorio con el fin de tener conocimiento veraz sobre los atractivos que posee el lugar. En referencia a la herramienta se ha catalogado por sitios naturales y culturales que se describen a continuación.

Tabla 23. Cuadro resumen de atractivos turísticos del cantón Cevallos

Sitios naturales			
Nombre del atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo
Cascada de Jun Jun	Atractivo Natural	Rio	Cascada
Los Poguios el manantial	Atractivo Natural	Aguas Subterráneas	Manantial de agua mineral
Sitios culturales			
Nombre del atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo
Casa museo	Manifestación cultural	Arquitectura	Histórica/ver nácula
Estación del Tren	Manifestación cultural	Arquitectura	Histórica/ver nácula
Monumento ferroviario	Manifestación cultural	Arquitectura	Monumentos
Monumento a la Madre	Manifestación cultural	Arquitectura	Monumentos

Monumento a Pedro Fermín Cevallos	Manifestación cultural	Arquitectura		Monumentos
Caramelo artesanal	Manifestación cultural	Acervo popular	cultural y	Gastronomía
Iglesia Matriz	Manifestación cultural	Arquitectura		Histórica / vernácula
Sector calzado	Manifestación cultural	Acervo popular	cultural y	Artesanías y artes
Gastronomía	Manifestación cultural	Acervo popular	cultural y	Gastronomía

Fuente: Elaboración propia, a partir de la investigación

Elaborado por: Guamán, R (2020)

Condiciones de la demanda

Hoy en día en cantón Cevallos por medio de estudios realizados como el perfil del turista y visitante que llega a las festividades de cantonización de Cevallos en los años 2017, podemos observar el comportamiento de los turistas que llegan al territorio y cuál es su principal motivo por el que acuden.

Tabla 24. Datos estadísticos del turista que ha visitado el cantón en el año 2017

DATOS ESTADÍSTICOS TURISMO CEVALLOS 2017	
NÚMERO DE TURISTAS RECIBIDOS	
Recibidos en el Centro de Información Turístico Estación del Tren	1670
Ruta Tren del Hielo Tramo II	4 800
Otros	3 502
TOTAL	9,972
PERFIL DEL TURISTA	
Edad Promedio	25 – 60 y más
Renta promedio por turista	\$112.00
Motivo de visita	Compras en gastronomía, calzado, frutas, artesanías y productos agroindustriales
PERFIL OCUPACIONAL EN %	
Tercera Edad	24.4%
Familias	47.4%
Estudiantes	26.1%
Extranjeros	2.1%
MOTIVOS DE VIAJE EN %	
Turismo de Aventura	2.9%
Turismo Religioso	2.0%
Turismo de Negocios	38.0%
Turismo Gastronómico	27.0%
Turismo Rural	30.1%

Fuente: Plan cantonal del cantón Cevallos (2018)

Sectores de apoyo y relacionados

La potencialidad de la Provincia de Tungurahua en el turismo hoy en día, es gracias a un esfuerzo mancomunado de las cámaras de turismo, el gobierno Provincial, Municipales y la dirección Provincial de turismo, se han propuesto ya algunas alternativas para incrementar este potencial del cual somos afortunados de poseer y que podría ofrecer excelentes beneficios económicos y brindar desarrollo para la Provincia, la ruta de compras, gastronómica, cultural, y ecológica.

Tungurahua destaca su potencial turístico en el desarrollo económico cantonal y provincial que fue diseñada en el año 2008 por los propios actores públicos y privados de los nueve cantones de Tungurahua con la finalidad de todos trabajar con un objetivo y líneas estratégicas comunes aunando esfuerzos y recurso para convertir a Tungurahua en una potencia Turística del Ecuador. La estrategia de Turismo fue elaborada en el año 2008 por 280 actores públicos, privados, comunitarios que representan a las nueve Municipalidades, Universidades, Prestadores de Servicios, Cámara de Turismo, AHOTEC, Ministerio de Turismo, Juntas Parroquiales, comunidades y consejo provincial, quienes han desarrollado diferentes estrategias para el desarrollo turístico en los diferentes cantones.

Tabla 25. Actores vinculados a la actividad turística en el cantón

Institución	¿Qué hace?	Ámbito
GAD municipal Cevallos	Desarrollar proyectos turísticos enfocados a la creación de nuevos productos turísticos con referencia, atractivos naturales, culturales, patrimoniales, deportivos y recreacionales.	Local
	Proyecto construcción del parque de la familia del cantón Cevallos	Local
	Proyectar, adecuar, las infraestructuras necesarias en las zonas destinadas al turismo que se encuentran abandonadas	Local

Departamento de obras públicas		Mejorar las vías de acceso	Local
Asociación artesanos	de	Unirse para mejorar su imagen y brindar mejor servicio a los turistas nacionales y extranjeros	Local
Cooperativa transporte Quero	de Cevallos-	Capacitar a todos sus colaboradores para que demuestran amabilidad y respeto a sus usuarios.	Local
Restaurantes		Organizarse para ofrecer variedad, además demostrar amabilidad y respeto a los turistas	Local
Proyectos turismo	área de	Mejora y actualizar los proyectos y programas para el desarrollo de la ayuda técnica	Local
Consortio asociaciones cantón Cevallos	de del	Dar más capacitaciones para mejorar la crianza de especies menores y así mejorar los ingresos económicos de cada asociación	Nacional
Ministerio de turismo		Capacitar a los sectores productivos del cantón. Contribuir con publicidad para el cantón, radial, escrita, televisiva para promocionar los producto y servicios de Cevallos	Provincial
H. Consejo Provincial		Colocación de señalética en los diferentes atractivos turísticos naturales, culturales, artesanales, gastronómicos y recreacionales	Provincial
Banco fomento	nacional de	Macrocréditos con una extensión de plazos y con intereses bajos	nacional

Fuente: Plan cantonal del cantón Cevallos (2018)

Estrategia, estructura y competencia de la empresa

Actualmente en el cantón Cevallos encontramos un tipo de competencia interna que mediante un análisis observatorio en la localidad, podemos manifestar que la principal

competencia de mercado turístico es la Ruta del Hielo II, misma que se encuentra posicionada en la Provincia de Tungurahua y dentro del territorio, está travesía a bordo del auto ferro o tren panorámico lo realizan los fines de semana y feriados, podemos mencionar que el recorrido se lo realiza con parte de los productores turísticos del cantón Cevallos, dinamizando así la economía.

Por otra parte, una de las debilidades más grandes de muchos de los emprendimientos turísticos que existen en el cantón Cevallos es la falta de capacidad de comercialización turística que se da por parte de las comunidades convirtiéndose en un factor que mina la sostenibilidad de los emprendimientos turísticos.

La escasa habilidad de comercialización lleva a un nivel bajo de ventas y al desánimo y la frustración por parte de los prestadores de servicio hacia el turismo, por sus bajos beneficios económicos.

La metodología de asistencia técnica de gestión turística requiere cumplir con algunas estrategias para lograr el éxito en la comercialización:

- Conseguir que sean los propios emprendedores, a través de sus propias estructuras organizativas con apoyo del gobierno seccional, los que lleven a cabo la comercialización, la relación directa y el cierre de operaciones con los tours operadores o con los turistas directamente.
- Fortalecer las capacidades de comercialización de los emprendimientos beneficiarios para que puedan continuar autónomamente en el tiempo los procesos de vinculación con el mercado.
- Orientación al segmento de mercado objetivo, para conseguir año con año a un número mayor de visitantes, sus condiciones de pago por adelantado y por la generación de una relación comercial a largo plazo. Todo ello contribuye a garantizar una cierta estabilidad de ingresos para los beneficiarios del programa.

Gobierno

Según el Plan de desarrollo y ordenamiento territorial elaborado en el 2018 (PDOT), al cantón Cevallos no se lo menciona dentro de la propuesta de proyectos estratégicos a nivel nacional, pero se debe considerar al cantón dentro de los lineamientos para el cambio de la matriz productiva siendo estos los siguientes:

Tabla 26. Lineamientos de cambio dentro del cantón Cevallos

Lineamientos respecto a la matriz productiva	Lineamientos para el eje de reducción de brechas
Impulsar la industrialización de la manufactura, la agroindustria y los alimentos frescos y procesados, el desarrollo de servicios y la generación de valor agregado en la producción.	Promover redes sinérgicas y complementarias productivas relacionadas con agroindustria rural, turismo comunitario y bosques comunitarios, que generen para la población empleo y oportunidades sustentables a largo plazo.
Incrementar la productividad por medio de la expansión de encadenamientos productivos, la estructuración de redes complementarias y sinérgicas que favorezcan procesos productivos y el desarrollo de complejos industriales. Considerando a Cevallos en la red entre Ambato y Riobamba.	Promover el desarrollo rural con enfoque territorial a fin de garantizar que las oportunidades sean sustentables a largo plazo
	Potenciar las capacidades de los pequeños productores a través del apoyo en créditos, asistencia técnica y capacitación, considerando las particulares territoriales.
	Impulsar un adecuado uso de los recursos agua, suelo, vegetación y paisaje escénico, para garantizar a la población un ambiente sano y adecuado para la vida y su economía

Fuente: Plan de desarrollo y ordenamiento territorial (2018)

Casualidad

Porter también habla sobre los eventos que suceden, factores que no se pueden controlar en el entorno, los cuales pueden ser capaces de anular las ventajas competitivas de los rivales y aumentar las oportunidades de otra empresa y viceversa. Según el PDOT del 2018 elaborado en el cantón, Cevallos es muy susceptible a las sequías por el incremento en la temperatura de los últimos años, siendo esta una

amenaza leve en el turismo, pero muy significativa para la producción agropecuaria. Otra de las posibles amenazas que se podría presentar en el cantón es la presencia de ceniza, que afecta directamente al desarrollo del turismo. El cantón por otra tiene un 100% de riesgo en sismos ya que se encuentra en una zona aledaña al volcán Tungurahua.

Después de haber identificado las estrategias y conocer el estado en el que se encuentra el cantón Cevallos mediante la matriz Foda y el modelo de competitividad del diamante de Porter, la fase a continuación es proponer líneas estratégicas para mejorar la situación en la que se encuentran el territorio con el objetivo de convertirlo en un destino turístico.

Líneas estratégicas para la promoción

Frente a la poca innovación en promoción y difusión que posee el territorio, se han desarrollado líneas estratégicas para promocionar y difundir los atractivos turísticos que Cevallos tiene, con el objetivo de dar a conocer a los turistas la oferta del cantón y convertirlo en un destino turístico posicionado a nivel nacional.

Tabla 27. Matriz de líneas estratégicas para la promoción

Líneas estratégicas	Programas	Actividades/ proyectos
1.- Fortalecimiento de la imagen corporativa	1.1 Posicionamiento de la marca y eslogan	<ul style="list-style-type: none"> • Crear una marca • Crear un eslogan
2.- Promoción y difusión turística	3.1 Promocionar al cantón como un polo de desarrollo turístico en el ámbito cultural,	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de campañas publicitarias audiovisuales, radiales, televisivas que posicionen en el mercado

	<p>patrimonial, sostenible y de compras.</p>	<p>local la productividad Cevallese</p> <ul style="list-style-type: none"> • Participar y organizar en ferias locales, nacionales, e internacionales • Desarrollar análisis estadísticos sobre la afluencia de turistas que recepta el cantón • Contar con un plan de señalización turística que incluya las rutas y circuitos turísticos, huertos frutales, gastronomía, calzado y demás artesanías. • Desarrollo y gestión de ventas para promocionar las rutas turísticas del cantón Cevallos. • Diseñar material publicitario para la difusión de los atractivos turísticos • Innovar la información de los atractivos por medio de las redes sociales Facebook Instagram y Twitter
--	--	---

Elaborado por: Guamán, R (2020)

Fortalecimiento de la imagen corporativa

La creación de una imagen corporativa es uno de los aspectos más importantes para identificar lo que se quiere promocionar, a continuación, se presenta el logotipo, el slogan y la respectiva interpretación del uso de colores que se realizó para fortalecer la imagen corporativa del cantón.



Ilustración 1. Logo y slogan



Elaborado por: Guamán R (2020)

Ilustración 2. Interpretación de colores del logotipo creado



	El color verde representa la vida, es abundante en la naturaleza, significa crecimiento, renovación, la salud y el medio ambiente. El verde es el logotipo de los ecologistas, de los productos sanos y naturales, se relaciona con el dinero
	El color azul representa al agua en casi todas sus formas y destaca por su asociación con el cielo y genera experiencias emocionales concretas en las personas. Tienen como significado la tranquilidad que es un placer que se exterioriza en todas las culturas, además de ser envolvente y refrescante.

Elaborado por: Guamán, R (2020)

Promoción y publicidad

La promoción turística para el cantón Cevallos es de vital importancia ya que dará a conocer los atractivos turísticos, y crearán una rentabilidad y ampliarán el mercado turístico y económico del cantón así generando un desarrollo socio económico para el territorio y para sus pobladores, La técnica que será aplicada en este ámbito, es la publicidad, que se basa en estrategias de comunicación, con el objetivo de estimular los sentidos del consumidor y provocar el uso de un producto o servicio, con el único fin de satisfacer una necesidad o un deseo.

Medios Publicitarios

La información arrojada por la encuesta nos indica que los medios por los cuales se están promocionando los atractivos turísticos que el cantón Cevallos ofrece no son eficientes o son muy poco aprovechados, por tal razón la aplicación de nuevas estrategias e innovar las ya existentes permitirá fomentar la demanda en el cantón.

Tabla 28. Medios Publicitario

Tipo	Medios	Alcance	Frecuencia
Medios interactivos y alternativos	Facebook	4000 personas	Generación de contenido semanal
	Instagram		
	Twitter		
Material P.O.P	Dípticos	700 personas	Durante el año
	Trípticos	300 personas	
	Flayers	300 personas	
	Banners	500 personas	
	Tent cards	300 personas	
	Floor prints	600 personas	
	Stop portero	400 personas	
Material audiovisual	Videos Publicitarios	5000 personas	Durante el año
	Banners digitales	4000 personas	
	Vallas digitales	4000 personas	

Elaborado por: Guamán R (2020)

Medios interactivos y alternativos

En esta sección la publicidad se la realizará de una forma interactiva, convirtiendo al espectador pasivo en activo, gracias a las plataformas como Facebook, Twitter e Instagram que por medio de sus ``stories``, encuestas e imágenes en 360° se puede dar a conocer los diferentes atractivos turísticos que el cantón ofrece esto con el fin de transformar el mensaje que se quiere dar, en una experiencia.

Material P.O.P

Además de utilizar los materiales tradicionales como flyers, Dípticos Trípticos, banners y tent cards para atraer la atención del turista hay que innovar y salir de lo convencional para este caso se utilizara floor prints y stop portero materiales que pueden llegar a captar la atención del turista rápidamente y proporcionar la información de una manera más entretenida.

Material audiovisual

El material audiovisual está compuesto por videos en donde se muestran los atractivos turísticos que el cantón ofrece siendo este un medio tradicional que llega a personas a través de distintas plataformas por otro lado tenemos a la vallas digitales y pantallas publicitarias que muestran la oferta del territorio llegando a más personas.

Modelos del material P.O.P que se utilizará

Gráfico 15. Modelo de un banner publicitario



CONOCE QUE ES LO QUE TIENE
CEVALLOS
PARA TI



CASCADA Y MANANTIAL

El cantón Cevallos cuenta con encantos naturales. Cascada ubicada entre los límites de Quero y Cevallos es un encanto natural muy poco conocido que en sus alrededores cuenta con un bosque de eucalipto.



MONUMENTOS

Cevallos posee varias manifestaciones culturales de tipo arquitectónico como es la casa museo que se encuentra cerca de la estación del tren o los diferentes monumentos que conmemoran a Pedro Fermín Cevallos, a la madre y al ferroviario.



GASTRONOMÍA

Cevallos cuenta con diferentes platos típicos que deleitan a propios y extraños, como son el cuy, el conejo, el hornado el yahuarloco y la fritada, platillos que se los puede encontrar en los diferentes locales que se encuentran en el sector comercial.



ESTACIÓN DEL TREN

Considerada como una de las estaciones más importantes de la época, esta estación era una zona comercial ya que aquí se intercambiaban y se comercializaban productos entre la sierra y el oriente amazónico.



SECTOR CALZADO

Varios establecimientos en el sector comercial ofertan el calzado que en Cevallos se produce haciendo de este cantón el mayor productor de calzado y de artículos de cuero a nivel interno.

GAD MUNICIPAL DEL CANTÓN CEVALLOS

Elaborado por: Guamán, R (2020)

Gráfico 16. Modelo de un floor print



Elaborado por: Guamán, R (2020)

Gráfico 17. Modelo de un banner



Elaborado por: Guamán, R (2020)

Gráfico 18. Modelo de un tent card



Elaborado por: Guamán, R (2020)

Gráfico 19. Modelo de un flyer

CEVALLOS

Recorre, vive y siente

GAD MUNICIPAL DEL
CANTÓN CEVALLOS

ATRACTIVOS CULTURALES

- La Estación del Tren
- La casa museo
- Gastronomía
- Monumento a Pedro Fermin Cevallos
- Monumento a la Madre

- Monumento al Ferroviario
- Sector Calzado
- Iglesia Central
- Caramelo Artesanal Don Manuelito

ATRACTIVOS NATURALES

- Cascada de Jun Jun
- Poguios el manantial

VISITA EL CANTÓN CEVALLOS

Ubicado en el sector centro-sur de la provincia de Tungurahua a 15 minutos de Ambato

VEN RECORRE, VIVE Y SIENTE CADA UNO DE LOS ATRACTIVOS QUE TENEMOS PARA TI

Elaborado por: Guamán, R (2020)

Conclusiones

- Con una imagen corporativa adecuada se dará una identidad visual que el turista pueda reconocer fácilmente, fortaleciendo la relación entre el turista y el destino.
- Los beneficios que se espera al implantar un modelo de gestión en el ámbito de la promoción es el aumento del porcentaje de visitas dependiendo en cómo se ejecuten las estrategias.
- La aplicación de un modelo de gestión en la promoción del cantón Cevallos, permitirá mejorar el índice de visitas, debido a que en la presente investigación se detectó que, en la actualidad, las estrategias aplicadas, no causan el suficiente interés entre los turistas, por ello la ejecución del mismo permitirá llegar a nuevos mercados y posicionar al cantón a nivel local, provincial y nacional.

Recomendaciones

- Al ser útil como una herramienta estratégica, el modelo de gestión debe ser controlado permanentemente.
- Incentivar a la mejora continua y la innovación de nuevas estrategias para un mejor desarrollo de la promoción y difusión de la oferta turística.
- Mejorar las condiciones generales del cantón en seguridad, limpieza, tráfico vehicular y control de vendedores ambulantes.
- Es de suma importancia que el GAD municipal del cantón Cevallos trabaje en conjunto con los empresarios del sector turístico y la comunidad en general para desarrollar nuevas estrategias acorde a las necesidades de cada uno para fomentar el desarrollo socio económico y reactivar el turismo en el cantón.

MATERIALES DE REFERENCIA

Referencias bibliográficas

- Acerenza. (2008). Gestión municipal del turismo. México: trillas.
- Arias, f. (2012). El proyecto de investigación. En introducción a la metodología científica (pág. 31). Editorial episteme.
- Badilla, m. (2015). La satisfacción estudiantil universitaria: análisis estratégico a partir del análisis de factores. 9-18.
- Borja, j., herrera, p., & Sánchez, j. (2013). Evaluación del uso turístico y recreativo de olón en la provincia de santa elena. Obtenido de <http://www.dspace.espol.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/123456789/30399/d-64699.pdf?sequence=-1&isallowed=y>
- Carrillo, r. (30 de septiembre de 2017). La conversación.net. Recuperado el 20 de marzo de 2018, de <http://laconversacion.net/2017/09/el-turismo-sustentable-es-la-opcion-que-tiene-el-ecuador-para-convertirse-en-potencia-turistica/>
- Ejarque, j. (2005). Destinos turísticos de éxito: diseño, creación, gestión y marketing. Madrid: pirámide.
- Glagovsky, h. (2002). Esto es foda (fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas). Obtenido de http://www.produccion-animal.com.ar/empresa_agropecuaria/empresa_agropecuaria/10-esto_es_foda.pdf
- Gómez, e., Navas, d., Aponte, g., & Betancourt, l. (2014). Metodología para la revisión bibliográfica y la gestión de información de temas científicos, a través de su estructuración y sistematización. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=496/49630405022>
- González, r., & Rivas, h. (2008). Modelo de gestión integral de destinos turísticos. Obtenido de sernatur: <http://www.sernatur.cl/wp-content/uploads/downloads/2011/02/guiametodologicaprogramaszoit2008-versionfinal12-0071.pdf>
- González, r., & Salazar, f. (2008). Aspectos básicos del estudio de muestra y población para la elaboración de los proyectos de investigación. Obtenido de <http://recursos.salonesvirtuales.com/assets/bloques/raisirys-gonz%c3%a1lez.pdf>
- Guato, o. J. (29 de 10 de 2014). Repositorio digital. Obtenido de repositorio digital: <http://repo.uta.edu.ec/bitstream/123456789/7918/1/fche-cht-177.pdf>
- Gulcapi, d. F. (29 de 10 de 2013). Repositorio escuela politécnica de Chimborazo. Obtenido de repositorio escuela politécnica de Chimborazo: <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/2387/1/23t0348.pdf>

- H. Gobierno provincial de Tungurahua. (2011). Estrategia de turismo de la provincia de Tungurahua. Estrategia de turismo de la provincia de Tungurahua.
- López, h. (2012). Inventario turístico. Obtenido de <http://inventarioturisticolopez.blogspot.com.co/2012/12/inventario-turistico.html>
- Maisanche, f. (4 de junio de 2019). El cantón Cevallos, en Tungurahua, bulle con la fabricación de calzado. El comercio, pág. 10.
- Mendoza, r. (2006). Investigación cualitativa y cuantitativa - diferencias y limitaciones. Obtenido de <https://proyectointegrado11.files.wordpress.com/2015/05/investigacion-cualitativa-y-cuantitativa.pdf>
- Murillo, j. (2010). Métodos de investigación de enfoque experimental. Obtenido de <http://www.postgradoune.edu.pe/pdf/documentos-academicos/ciencias-de-la-educacion/10.pdf>
- Organización mundial del turismo. (1999). Desarrollo turístico sostenible. Obtenido de <https://es.scribd.com/document/181197847/desarrollo-turistico-sostenible-guia-para-administraciones-locales>
- Pailiacho, c. (2013). Diseño de un modelo de gestión turística sostenible para el aprovechamiento del patrimonio natural y cultural de la microcuenca del río Chimborazo. Obtenido de <file:///c:/users/david/downloads/modelo%20de%20gesti%c3%b3n%20tur%c3%adstica%20epoch.pdf>
- Pérez, r., & González, l. (2013). Propuesta de un modelo de gestión de la reputación online en las empresas turísticas. Turismo y desarrollo local, 1-33. Obtenido de modelo de gestión para fomentar el desarrollo turístico de las comunidades manabitas, ecuador: [file:///users/daniel/downloads/dialnet-modelodegestionparafomentareldesarrolloturistico-6311570%20\(1\).pdf](file:///users/daniel/downloads/dialnet-modelodegestionparafomentareldesarrolloturistico-6311570%20(1).pdf)
- Ponce, h. (2007). La matriz foda: alternativa de diagnóstico y determinación de estrategias de intervención en diversas organizaciones. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/292/29212108.pdf>
- Porto, j. P. (2008.). Definición de modelo de gestión. Obtenido de <http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/2150>
- Rainforest alliance. (2008). [Www.rainforest-alliance.org](http://www.rainforest-alliance.org). Recuperado el 20 de marzo de 2018, de www.rainforest-alliance.org: https://www.rainforest-alliance.org/business/tourism/documents/tourism_practices_guide_spanish.pdf
- Reinoso, n. G. (6 de noviembre de 2017). Modelo de gestión para fomentar el desarrollo turístico de las comunidades manabitas, ecuador. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6311570.pdf>

- Reyes, m. V. (2018). Teoría y desarrollo turístico. Teoría y desarrollo turístico, 123.
- Sarli, r., González, s., & Ayres, n. (2015). Análisis foda. Una herramienta necesaria. Revista de la facultad de odontología, 17-20.
- Sulca, m. (20 de diciembre de 2019). Número de turistas en un feriado. (r. Guaman, entrevistador)
- Viteri, d. (2018). Diseño de un producto turístico para el cantón Cevallos, provincia de Tungurahua. Obtenido de file:///users/daniel/downloads/23t0700%20(3).pdf
- Wallingre, n., & Toyos, m. (2010). Diccionario de turismo, hotelería y transportes. Obtenido de http://catedraabiertadeturismo.unq.edu.ar/wp-content/uploads/2018/12/diccionario-de-turismo-hoteler%3%ada-y-transportes_noem%3%ad-wallingre-m%3%b3nica-toyos.pdf
- Wttc. (marzo de 2018). Wwww.wttc.org. Recuperado el 01 de abril de 2018, de <https://www.wttc.org/research/economic-research/economic-impact-analysis/>

Anexos

Anexo 1. Carta de compromiso

CARTA DE COMPROMISO

Ambato, 17 de Octubre del 2019

Ingeniero
Javier Salazar
Presidente
Unidad de Titulación
Carrera de Turismo y Hotelería
Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación

Yo, Maribel Sulca en mi calidad de Técnica de Turismo del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Cevallos, me permito poner en su conocimiento la aceptación y respaldo para el desarrollo del Trabajo de Titulación bajo el Tema: "Modelo de Gestión para la Promoción de los Atractivos Turísticos del Cantón Cevallos" propuesto por el estudiante Guaman Guevara Rodney Marcelo, portador de la Cédula de Ciudadanía: 1805287958, estudiante de la Carrera de Turismo y Hotelería, Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación de la Universidad Técnica de Ambato.

A nombre de la Institución a la cual represento, me comprometo a apoyar en el desarrollo del proyecto.

Particular que comunico a usted para los fines pertinentes.

Atentamente.



Ing. Maribel Sulca
Técnica de Turismo Del Cantón Cevallos
C.I 0927661090



Anexo 2. Formato de la encuesta digital

Modelo de gestión para la promoción de los atractivos turísticos del cantón Cevallos

Objetivo de la encuesta: Identificar la importancia de un modelo de gestión para la promoción de los atractivos turísticos del cantón Cevallos.

Modelo de Gestión: es una herramienta estratégica que busca hacer mas eficiente la prestación de un servicio con altos niveles de calidad.

1. Género: *

Masculino

Femenino

2. Es usted una persona: *

Nacional

Nota: La encuesta fue realizada a través de la herramienta de Microsoft, llamada Forms, la cual permite crear encuestas y aplicarlas en línea. Dicha encuesta se la aplico por la actual emergencia sanitaria que existe en el país.

Anexo 3. Fichas para el levantamiento y jerarquización de los atractivos turísticos


Ficha de jerarquización Cascada de Jun Jun

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																			
Código del atractivo:	1	8	0	3	5	O	M	C	O	1	O	6	0	2	G	0	1		
	Provincia		Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo				
1. DATOS GENERALES																			
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																			
CASCADA JUN JUN																			
1.2 Categoría						1.3 Tipo						1.4 Subtipo							
ATRATIVOS_NATURALES						RÍOS						CASCADA							
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO																			
2.1 Provincia						2.2 Cantón						2.3 Parroquia							
TUNGURAHUA						CEVALLOS						CEVALLOS.							
2.4 Barrio, Sector o Comuna						2.5 Calle Principal			2.6 Número			2.7 Transversal							
QUEROCHACA																			
2.8 Latitud (grados decimales)						2.9 Longitud (grados decimales)						2.10 Altura (msnm)							
-1°22'2.31"						-78°36'13.36"						2.814							
2.11 Información del administrador																			
a. Tipo de Administrador: texto						b. Nombre de la Institución: texto													
c. Nombre del Administrador: texto						d. Cargo que ocupa: texto													
e. Teléfono / Celular: (+593)						f. Correo Electrónico: texto													
Observaciones: texto																			
3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO																			
3.1 Características climatológicas <input checked="" type="checkbox"/>																			
a. Clima: MESO TÉRMICO SECO						b. Temperatura(°C): 11-15 °C						c. Precipitación Pluviométrica (mm): 440 - 820							
3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U) <input type="checkbox"/>																			
a. Cultura <input type="checkbox"/>						b. Naturaleza <input checked="" type="checkbox"/>						c. Aventura							
3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico <input type="checkbox"/>																			
a. Prístino <input type="checkbox"/>			b. Primitivo <input checked="" type="checkbox"/>			c. Rústico Natural <input type="checkbox"/>			d. Rural			e. Urbano							
3.4 Ingreso al atractivo (U) <input type="checkbox"/>																			
a. Tipo de Ingreso			b. Horario de Atención			c. Atención													
			Ingreso	Salida		Todos los días		Fines de semana y feriados		Solo días hábiles		Otro Especificar							
Libre <input checked="" type="checkbox"/>			7:00	18:00		<input checked="" type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>				texto							
Restringido <input type="checkbox"/>			0:00	0:00		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>				texto							
Pagado <input type="checkbox"/>			0:00	0:00		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>				texto							
d. Maneja un sistema de reservas: <input type="checkbox"/>				f. Forma de Pago:				Efectivo <input type="checkbox"/>		Dinero Electrónico <input type="checkbox"/>		Depósito Bancario		Tarjeta de Débito					
e. Precio:		Desde 0,00		Hasta 0,00		Tarjeta de Crédito <input type="checkbox"/>		Transferencia Bancaria		Cheque									
g. Meses recomendables de visita:				Agosto-Septiembre															
Observaciones: El acceso al atractivo es libre de tarifas monetarias, sin embargo, la entrada es por la puerta principal de la Universidad Técnica de Ambato, por esta razón se manejan los horarios de acuerdo a la Universidad, además es conveniente que en las horas de la noche la gente no ingrese debido a que no existe el control y la seguridad suficiente y pueden existir peligros ocultos.																			

B. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO										S4	S4C	S4D												
b. Número de la ciudad o población más cercana (Cual promedia consideramos caminos de servicios)										CENSALECHS														
b. Distancia desde la ciudad o población más cercana (Cual promedia consideramos caminos de servicios)										1.000.000														
Observaciones:																								
b.2 Vías de Acceso (NE)																								
Tipo de vía										Coordenada de inicio			Coordenada de fin			Distancia (km)			Tipo de material			Estado		
a. Terrestres (NE)										a. Pistas asfaltadas			b. Pistas de tierra			c. Pistas de concreto			d. Pistas de adoquín			e. Pistas de otros materiales		
Observaciones:																								
b. Acuáticas (U)										a. Puertos / Muelle de pasajeros			b. Puertos / Muelle de carga			c. Puertos / Muelle de botes			d. Puertos / Muelle de otros usos					
Observaciones:																								
c. Aéreo (U)										a. Nacional			b. Internacional			c. Otros								
Observaciones:																								
b.3 Servicios de transporte (NE)																								
a. Tipo										b. Destino			c. Transporte de B.			d. Tarifas			e. Motores			f. Tarifarios		
a. Camión										b. Bata			c. Bici			d. Taxi			e. Motores			f. Tarifarios		
a. Helicóptero										b. Moto			c. Bici			d. Taxi			e. Motores			f. Tarifarios		
Observaciones:																								
b.3.1 Estado de transporte hacia el atractivo (NE)																								
a. Situación de la carretera o carretera que presta el servicio										b. Estado / material			c. Estado			d. Estado (Cambio origen / destino)								
Observaciones:																								
b.3.2 Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad (NE)																								
a. General										b. Accesibilidad Física			c. Accesibilidad Visual			d. Accesibilidad Auditiva			e. Accesibilidad Intelectual o Psicomotriz			f. No es accesible		
Observaciones:																								
b.3.3 Señalización de accesibilidad al atractivo										a. Símbolos			b. Braille			c. Braille			d. Braille					
Observaciones:																								
b.3.4 Señalización de accesibilidad al atractivo										a. Símbolos			b. Braille			c. Braille			d. Braille					
Observaciones:																								
b.4 Señalización de accesibilidad al atractivo										a. Símbolos			b. Braille			c. Braille			d. Braille					
Observaciones:																								
b.5 PLANES TURÍSTICOS / COMPLEMENTARIOS																								
b.5.1 Planes turísticos (NE)																								
a. En el Atractivo										b. En la ciudad o población cercana														
a.1 Alojamiento										a. Alojamiento			b. Alojamiento			c. Alojamiento			d. Alojamiento					
Observaciones:																								
a.2 Alimentación										a. Alimentación			b. Alimentación			c. Alimentación			d. Alimentación					
Observaciones:																								
a.3 Actividades										a. Actividades			b. Actividades			c. Actividades			d. Actividades					
Observaciones:																								
a.4 Agencias de Viaje										a. Agencias de Viaje			b. Agencias de Viaje			c. Agencias de Viaje			d. Agencias de Viaje					
Observaciones:																								
b.5.2 Instalaciones en el entorno del atractivo																								
a. Estructuras										b. Estructuras			c. Estructuras			d. Estructuras								
Observaciones:																								
b.5.3 Complementarios a la actividad turística (NE)																								
a. Alojamiento y venta de equipaje										b. Alojamiento y venta de equipaje			c. Alojamiento y venta de equipaje			d. Alojamiento y venta de equipaje								
Observaciones:																								
b.5.4 ESTADO DE CONSERVACION E INTEGRACION ATRACTIVO (ENFOCO)																								
b.5.4.1 Atractivo (E)																								
a. Conservado										b. Atractivo			c. En proceso de deterioro			d. Deteriorado								
Observaciones:																								
b.5.4.2 Factores de atracción y deterioro (NE)																								
a. Estructura										b. Estructura			c. Estructura			d. Estructura								
Observaciones:																								
b.5.4.3 Factores de atracción y deterioro (NE)																								
a. Estructura										b. Estructura			c. Estructura			d. Estructura								
Observaciones:																								
b.5.4.4 Factores de atracción y deterioro (NE)																								
a. Estructura										b. Estructura			c. Estructura			d. Estructura								
Observaciones:																								
b.5.4.5 Factores de atracción y deterioro (NE)																								
a. Estructura										b. Estructura			c. Estructura			d. Estructura								
Observaciones:																								
b.5.4.6 Factores de atracción y deterioro (NE)																								
a. Estructura										b. Estructura			c. Estructura			d. Estructura								
Observaciones:																								

7. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA										SI	NO	S/I
7.1 Servicios Básicos												
a. En el atractivo						b. En la ciudad o poblado mas cercano						
Agua:						Agua Potable						
Especifique: texto						Especifique: POTABLE DE LA REGIONAL YANAHUICO Y LA OREJA DEL DIABLO						
Energía eléctrica:						Energía eléctrica Red electrica de servicio publico						
Especifique: texto						Especifique: GENERADOR DE LUZ						
Saneamiento:						Saneamiento: Red pública						
Especifique: texto						Especifique: ALCANTARILLADO						
Disposición de desechos:						Disposición de desechos: Cero Residuos						
Especifique: texto						Especifique: EL CANTON CUENTA CON UN SISTEMA DE MANEJO DE DESECHOS SOLIDOS DE DOMINGO A DOMINGO						
Observaciones: texto												
7.2 Señalética en el atractivo												
7.2.1 Ambiente		7.2.2. Tipo				7.2.3. Materialidad					7.2.4. Estado	
						a. Madera b. Aluminio c. Otro					Especifique	
											B R M	
En áreas urbanas		Pictograma de atractivos naturales				0 0 0					texto	
		Pictograma de atractivos culturales				0 0 0					texto	
		Pictograma de actividades turísticas				0 3 0					UBICADOS EN EL BARRIO MANZANA DE ORO SECTOR ULLACHI DURANTE LOS DIAS	
		Pictograma de servicios de apoyo				0 0 0					texto	
		Pictogramas de restricción				0 0 0					texto	
		Totems de atractivos turísticos				0 0 0					texto	
		Totems de sitio				0 0 0					texto	
		Totems direccionales				0 0 0					texto	
En áreas naturales		Pictograma de atractivos naturales				0 0 0					texto	
		Pictograma de atractivos culturales				0 0 0					texto	
		Pictograma de actividades turísticas				0 0 0					texto	
		Pictograma de servicios de apoyo				0 0 0					texto	
		Pictogramas de restricción				0 0 0					texto	
		Señales turísticas de aproximación				0 2 0					UBICADO EN EL BARRIO LOS VIÑES	
		Paneles de direccionamiento hacia atractivos				0 0 0					texto	
		Panel informativo de atractivos				0 0 0					texto	
		Panel informativo de direccionamiento hacia atractivos, servicios y actividades				0 1 0					UBICADOS EN LA ZONA COMERCIAL EN EL CENTRO DEL CANTON POR LOS	
		Mesas interpretativas				0 0 0					texto	
Lustreros informativos		Totem de sitio				0 0 0					texto	
		Totem de direccionamiento				0 0 0					texto	
		De información botánica				0 0 0					texto	
Señalética interna de seguridad		Normativos de concienciación				0 0 0					texto	
		Protección de los elementos del atractivo				0 0 0					texto	
Otros						texto						
Observaciones: texto												
7.3 Salud (más cercano) (M)												
a. En el atractivo						b. En la ciudad o poblado mas cercano						
Hospital o Clínica		Cambió	0				Hospital o Clínica		Cambió	0		
Puesto / Centro de salud			0				Puesto / Centro de salud			1		
Dispensario médico			0				Dispensario médico			1		
Botiquin de primeros auxilios			1				Botiquin de primeros auxilios			0		
Otros			0				Otros			0		
Observaciones: texto												
7.4 Seguridad (M)												
a. Privada		Detalle	texto									
b. Policía nacional			DETACAMENTO DE LA POLICIA DEL CANTON CEVALLOS									
c. Policía metropolitana / Municipal			LA POLICIA MUNICIPAL LABORA CONJUNTO A LA COMISARIA MUNICIPAL LOS JUEVES Y DOMINGOS EN LAS FERIAS QUE SE DAN DENTRO DEL CANTON									
d. Otra			texto									
Observaciones: texto												
7.5 Servicio de comunicación de uso público (M)												
a. En el atractivo						b. En la ciudad o poblado mas cercano						
Telefonía (M)						Telefonía (M)						
Conexión a internet (M)						Conexión a internet (M)						
Fija		Línea telefónica		Fibra óptica		Fija		Línea telefónica		Fibra óptica		
Móvil		Satélite		Redes inalámbricas		Móvil		Satélite		Redes inalámbricas		
Satelital		Telefonía móvil				Satelital		Telefonía móvil				
Observaciones: texto												
Radio portátil (U)												
De uso exclusivo para el visitante				De uso exclusivo para comunicación interna				De uso exclusivo en caso de emergencia				
Observaciones: texto												
7.6 Multiamenazas (M)												
Deslaves			Sismos			Erupciones volcánicas			Incendios forestales			
Sequía			Inundaciones			Aguajes			Tsunami			
¿Existe un plan de contingencia en caso de catástrofe?			Institución que elaboró el documento			Nombre del documento			Año de elaboración		de 0	
Observaciones: LOS ALREDEDORES DEL SITIO NATURAL ESTAN EXPUESTO A LAS SEQUIAS ADIEMAS DE LOS INCENDIOS FORESTALES QUE SE PRODUCEN POR EL VERANO												
8. POLITICAS Y REGULACIONES												
a. ¿El GAD cuenta con el Plan de Desarrollo Turístico Territorial?						SI NO		Año de elaboración:				
b. ¿El atractivo se encuentra dentro de la planificación turística territorial (GAD'S)?						SI NO		Especifique:				
EN EL DEPARTAMENTO DE PLANIFICACION ESTRATEGICA SE HA PREVISTO REALIZAR LA RECUPERACION DEL ATRACTIVO NATURAL PARA EL DESARROLLO TURISTICO DEL CANTON												
c. ¿Existen normativas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?						SI NO		Especifique:				
Dentro del COOTAD dice que la función del gobierno autónomo descentralizado municipal es Regular, controlar y promover el desarrollo de la actividad turística cultural en coordinación con los demás gobiernos autónomos descentralizados, promoviendo especialmente la creación y funcionamiento de organizaciones asociativas y empresas comunitarias de turismo.												
d. ¿Existen ordenanzas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?						SI NO		Especifique:				
AL MOMENTO NO EXISTE UNA ORDENANZA QUE REGULE LA PARTE O LA ACTIVIDAD TURISTICA DENTRO DE LOS ATRACTIVOS DEL CANTON SEAN ESTOS NATURALES Y CULTURALES DEL CANTON												
Observaciones: texto												

9. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U)					SI	NO	S/I		
9.1 ATRACTIVOS NATURALES (M)									
9.1.1 En el Agua (M)									
a. Buceo	b. Kayak de mar	c. Kayak lacustre	d. Kayak de Río	e. Surf					
f. Kite surf	g. Rafting	h. Snorkel	i. Tubing	j. Regata					
k. Paseo en panga	l. Paseo en bote	m. Paseo en lancha	n. Paseo en moto acuática	o. Parasailing					
p. Esquí acuático	q. Banana flotante	r. Boya	s. Pesca deportiva	Otro			texto		
Observaciones: texto									
9.1.2 En el Aire (M)									
a. Alas Delta	b. Canopy	c. Parapente	d. Otro				texto		
Observaciones: texto									
9.1.3 En Superficie Terrestre (M)									
a. Montañismo	b. Escalada	c. Senderismo	d. Cicloturismo	e. Canyoning					
f. Exploración de cuevas	g. Actividades Recreativas	h. Cabalgata	i. Caminata	j. Camping					
k. Píenic	l. Observación de flora y fauna	m. Observación de astros	n. Otro				texto		
Observaciones: texto									
9.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U)									
9.2.1 Tangibles e intangibles									
a. Recorridos guiados	b. Recorrido autoguiados	c. Visita a talleres artísticos							
h. Participación en talleres artísticos	d. Visita a talleres artesanales	i. Participación en talleres artesanales							
e. Exposiciones temáticas permanentes, temporales y eventuales	f. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales.	i. Actividades vivenciales y/o lúdicas							
g. Presentaciones o representaciones en vivo	h. Muestras audiovisuales	g. Fotografía							
j. Degustación de platos tradicionales	l. Participación de la celebración	m. Compra de artesanías							
n. Convivencia	o. Medicina ancestral	Otro					texto		
Observaciones: texto									
10. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO					SI	NO	S/I		
10.1. Medios de Promoción del Atractivo (M)									
¿Existe un plan de promoción turística cantonal?					SI	NO	Especifique: texto		
¿El Atractivo se encuentra incluido en el plan de promoción turístico cantonal?					SI	NO			
Medio Promocional	Dirección y nombre de los medios promocionales			Periodicidad de la promoción					
a. Página WEB	URL: https://www.cevallos.gob.ec/			Ninguna					
b. Red Social	Nombre: TWITTER Y FACEBOOK COMO GAD MUNICIPAL DEL CANTÓN CEVALLOS			Todas					
c. Revistas Especializadas	Nombre: REVISTA EL CANTONAL Y REVISTA PROMOCIONAL DEL HONORABLE GOBIERNO PROVINCIAL			Anual					
d. Material POP	Nombre: TRÍPTICOS, REVISTAS, HISTORIETAS, BANNERS, FOTOGRAFÍAS			Anual					
e. Oficina de Información Turística	Nombre: UBICADO EN LA ESTACIÓN DEL TREN EN LA CALLES ESPAÑA Y ORIENTE			Todas					
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa)	Nombre: TELEAMAZONAS, RADIO LA BRUIJA, ZARACAY, CANELA			Anual					
g. Asistencia a ferias turísticas	Nombre: FERIAS CANTONALES, PROVINCIALES E INTERNACIONALES			Todas					
h. Otro	Nombre: texto			Ninguna					
Observaciones: texto									
10.2. El atractivo forma parte de una oferta establecida (paquete turístico)					SI	NO	Especifique: texto		
Observaciones: texto									
11. REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA (M)					SI	NO	S/I		
11.1. Frecuencia de visita según datos estadísticos									
a. ¿Posee un sistema de registro de visitantes?	SI	NO	Tipo: Digital	Papel	Años de registro		0		
b. ¿Se genera reporte de estadísticas de visita al atractivo?	SI	NO	Frecuencia de los reportes:		Ninguna				
c. Temporalidad de visita al atractivo									
Alta (meses)	Especifique	texto			Número de visitantes	0			
Baja (meses)		texto				0			
d. Llegada de turistas									
Turista nacional		Llegadas mensuales		Total anual	Turista extranjero		Llegadas mensuales		Total Anual
Ciudades de origen	texto	0	0	Países de origen	texto	0	0		
	texto	0	0		texto	0	0		
	texto	0	0		texto	0	0		
Observaciones: texto									
11.2. Frecuencia de visita según informantes clave									
Nombre del Informante Clave: texto				Contacto: (+593)					
Demanda según días de visita				Demanda según frecuencia de visita					
Lunes a viernes	0	Fines de semana	0	Días feriados	0	Permanente	Estacional	Esporádica	Inexistente
Observaciones: texto									

12. RECURSO HUMANO				SI	NO	S/I							
a. Número de personas a cargo de la administración y operación del atractivo <input type="checkbox"/>			0	d. Número de personas especializadas en turismo			0						
e. Número de personas con nivel de instrucción (M): <input type="checkbox"/>			f. Número de personas capacitadas por temática (M)			g. Número de personas que manejan algún de Idiomas (M)							
Primaria	0	Secundaria	0	Primeros Auxilios	0	Hospitalidad	0	Inglés	0	Alemán	0		
Tercer Nivel	0	Cuarto Nivel	0	Atención al Cliente	0	Guianza	0	Francés	0	Italiano	0		
Otro	texto			Sensibilización discapacidades	de	0	Otro	texto		Chino	0	Otro	texto
Observaciones: texto													
13. DESCRIPCION DEL ATRACTIVO (500 caracteres)													
<p>La cascada de "Jun Jun" es un sitio natural y singular se encuentra en medio de rocas basálticas y un bosque primario de eucaliptos, y las riberas del río Pachanlica. Se encuentra localizado dentro de un encañonado en donde se observar la solidificación de la lava volcánica posiblemente venida desde el Igualata, el río Pachanlica tienen su único salto en este lugar, alcanza una altura aproximada de 15 metros.</p>													
14. ANEXOS													
a. Archivo Fotográfico (dos) (HD)													
													
Fuente: Nota: Viteri Dario, 2018													
b. Ubicación gráfica del Atractivo													
<p>Fuente: https://www.google.com/maps/@78.6043046,-204m/data=!3m1!1e3!4m8!1m2!12m1!1s1+2272.31%22,+78+36°13.36%22+cascada+jun+jun!3m4!1s0x91d39d3c5b079faf0x55e5c40576cf9bde!8m2!13d-1.3674038!4d-78.6036999</p>													

Fuente: Área de turismo del cantón Cevallos (2019)



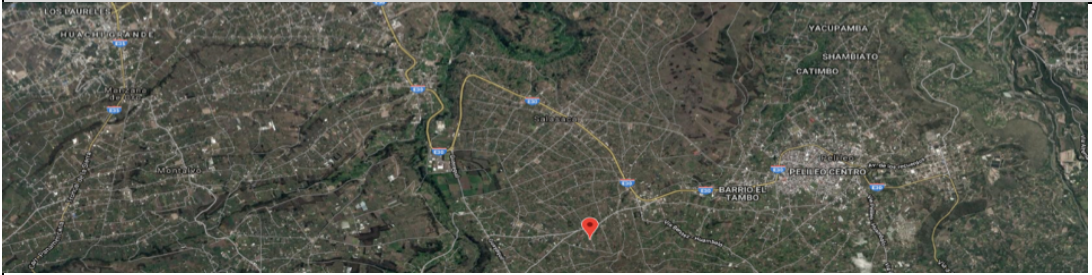
Ficha de Jerarquización Los Poguios el manantial

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																			
Código del atractivo:	1	8	0	3	#	#	A	N	O	7	O	1	0	1	0	0	8		
	Provincia		Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo				
1. DATOS GENERALES																			
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																			
LOS POGUIOS EL MANANTIAL																			
1.2 Categoría					1.3 Tipo					1.4 Subtipo									
ATRATIVOS_NATURALES					AGUAS_SUBTERRÁNEAS					MANANTIAL DE AGUA MINERAL									
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO																			
2.1 Provincia					2.2 Cantón					2.3 Parroquia									
TUNGURAHUA					CEVALLOS					CEVALLOS.									
2.4 Barrio, Sector o Comuna					2.5 Calle Principal			2.6 Número		2.7 Transversal									
MANANTIAL					VÍA PELILEO			S/N											
2.8 Latitud (grados decimales)					2.9 Longitud (grados decimales)					2.10 Altura (msnm)									
-1°20' 50.50 32"					-75°35' 58.68					2.768									
2.11 Información del administrador																			
a. Tipo de Administrador: texto					b. Nombre de la Institución: texto														
c. Nombre del Administrador: texto					d. Cargo que ocupa: texto														
e. Teléfono / Celular: (+593)					f. Correo Electrónico: texto														
Observaciones: texto																			
3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO																			
3.1 Características climatológicas																			
a. Clima: MESO TÉRMICO SECO					b. Temperatura(°C): 11 - 15°					c. Precipitación Pluviométrica (mm): 440 - 820									
3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U)																			
a. Cultura					b. Naturaleza					c. Aventura									
3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico																			
a. Prístino <input type="checkbox"/>					b. Primitivo			c. Rústico Natural			d. Rural			e. Urbano					
3.4 Ingreso al atractivo (U)																			
a. Tipo de Ingreso		b. Horario de Atención			c. Atención														
		Ingreso	Salida		Todos los días			Fines de semana y feriados			Solo días hábiles			Otro			Especificar		
Libre <input checked="" type="checkbox"/>		8:00		18:00											texto				
Restringido <input type="checkbox"/>		0:00		0:00											texto				
Pagado <input type="checkbox"/>		0:00		0:00											texto				
d. Maneja un sistema de reservas: <input type="checkbox"/>					f. Forma de Pago:														
					Efectivo			Dinero Electrónico			Depósito Bancario			Tarjeta de Débito					
e. Precio:		Desde 0,00		Hasta 0,00		Tarjeta de Crédito			Transferencia Bancaria			Cheque							
g. Meses recomendables de visita:					texto														
Observaciones:					EL SITIO NATURAL SE ENCUENTRA EN EL SECTOR DEL BARRIO EL MANANTIAL CONOCIDO COMO LOS POGUIOS DE CEVALLOS DONDE NACE UNA GRAN CANTIDAD DE AGUAS SUBTERRANIAS, ALREDEDOR DEL LUGAR EXISTE PASTIZALES Y UN BOSQUE DE EUCALIPTO.														

B. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO										N4		N5		N6							
b. Número de la ciudad o poblado más cercano (Que presente evidencias físicas de servicios)										CALLE DEL AMERICANO 113		CALLE DEL AMERICANO 113		CALLE DEL AMERICANO 113							
b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano										1.1.0 km		1.1.0 km		1.1.0 km							
Observaciones																					
c. Vías de Acceso (N4)																					
a. Terrestre (N4)										Tipo de vía		Coordenada de inicio		Coordenada de fin		Distancia (km)		Tipo de material		Estado	
Observaciones																					
b. Acuático (U)										Marítimo		Puerto / Suelo de partida		Puerto / Suelo de llegada							
Observaciones																					
c. Aéreo (U)										Nacional				Internacional							
Observaciones																					
d.3 Servicio de transporte (N4)																					
a. Bus										b. Ferrocarril		c. Transporte 3x3		d. Taxi		e. Mototaxi		f. Teleférico			
Observaciones																					
d.3.1 Estado de transporte físico al atractivo (N4)																					
a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio										b. Estación / terminal		c. Pasajeros		d. Estado (Estado origen / destino)							
Observaciones																					
d.4 Condiciones de accesibilidad del atractivo físico al medio físico para personas con discapacidad (N4)																					
Observaciones																					
d.5 Rehabilitación																					
Observaciones																					
e. PLAN DE ACCIÓN ESTRATÉGICA Y COMPLEMENTARIAS																					
e.1 Planes turísticos (N4)																					
a. En el Atractivo										b. En la ciudad o poblado cercano											
Observaciones																					
e.2 Instalaciones en el entorno del atractivo																					
Observaciones																					
e.3 Complementarios a la actividad turística (N4)																					
Observaciones																					
e.4 Estado de conservación e integración atractivo/entorno																					
Observaciones																					
e.5 Estado de conservación e integración atractivo/entorno																					
Observaciones																					
e.6 Estado de conservación e integración atractivo/entorno																					
Observaciones																					
e.7 Estado de conservación e integración atractivo/entorno																					
Observaciones																					
e.8 Estado de conservación e integración atractivo/entorno																					
Observaciones																					
e.9 Estado de conservación e integración atractivo/entorno																					
Observaciones																					
e.10 Estado de conservación e integración atractivo/entorno																					
Observaciones																					
e.11 Estado de conservación e integración atractivo/entorno																					
Observaciones																					
e.12 Estado de conservación e integración atractivo/entorno																					
Observaciones																					
e.13 Estado de conservación e integración atractivo/entorno																					
Observaciones																					
e.14 Estado de conservación e integración atractivo/entorno																					
Observaciones																					
e.15 Estado de conservación e integración atractivo/entorno																					
Observaciones																					
e.16 Estado de conservación e integración atractivo/entorno																					
Observaciones																					
e.17 Estado de conservación e integración atractivo/entorno																					
Observaciones																					
e.18 Estado de conservación e integración atractivo/entorno																					
Observaciones																					
e.19 Estado de conservación e integración atractivo/entorno																					
Observaciones																					
e.20 Estado de conservación e integración atractivo/entorno																					
Observaciones																					
e.21 Estado de conservación e integración atractivo/entorno																					
Observaciones																					
e.22 Estado de conservación e integración atractivo/entorno																					
Observaciones																					
e.23 Estado de conservación e integración atractivo/entorno																					
Observaciones																					
e.24 Estado de conservación e integración atractivo/entorno																					
Observaciones																					
e.25 Estado de conservación e integración atractivo/entorno																					
Observaciones																					
e.26 Estado de conservación e integración atractivo/entorno																					
Observaciones																					
e.27 Estado de conservación e integración atractivo/entorno																					
Observaciones																					
e.28 Estado de conservación e integración atractivo/entorno																					
Observaciones																					
e.29 Estado de conservación e integración atractivo/entorno																					
Observaciones																					
e.30 Estado de conservación e integración atractivo/entorno																					
Observaciones																					
e.31 Estado de conservación e integración atractivo/entorno																					
Observaciones																					
e.32 Estado de conservación e integración atractivo/entorno																					
Observaciones																					
e.33 Estado de conservación e integración atractivo/entorno																					
Observaciones																					
e.34 Estado de conservación e integración atractivo/entorno																					
Observaciones																					
e.35 Estado de conservación e integración atractivo/entorno																					
Observaciones																					
e.36 Estado de conservación e integración atractivo/entorno																					
Observaciones																					
e.37 Estado de conservación e integración atractivo/entorno																					
Observaciones																					
e.38 Estado de conservación e integración atractivo/entorno																					
Observaciones																					
e.39 Estado de conservación e integración atractivo/entorno																					
Observaciones																					
e.40 Estado de conservación e integración atractivo/entorno																					
Observaciones																					
e.41 Estado de conservación e integración atractivo/entorno																					
Observaciones																					
e.42 Estado de conservación e integración atractivo/entorno																					
Observaciones																					
e.43 Estado de conservación e integración atractivo/entorno																					
Observaciones																					
e.44 Estado de conservación e integración atractivo/entorno																					
Observaciones																					
e.45 Estado de conservación e integración atractivo/entorno																					
Observaciones																					
e.46 Estado de conservación e integración atractivo/entorno																					
Observaciones																					
e.47 Estado de conservación e integración atractivo/entorno																					
Observaciones																					
e.48 Estado de conservación e integración atractivo/entorno																					
Observaciones																					
e.49 Estado de conservación e integración atractivo/entorno																					
Observaciones																					
e.50 Estado de conservación e integración atractivo/entorno																					
Observaciones																					
e.51 Estado de conservación e integración atractivo/entorno																					
Observaciones																					
e.52 Estado de conservación e integración atractivo/entorno																					
Observaciones																					
e.53 Estado de conservación e integración atractivo/entorno																					
Observaciones																					
e.54 Estado de conservación e integración atractivo/entorno																					
Observaciones																					
e.55 Estado de conservación e integración atractivo/entorno																					
Observaciones																					
e.56 Estado de conservación e integración atractivo/entorno																					
Observaciones																					
e.57 Estado de conservación e integración atractivo/entorno																					
Observaciones																					
e.58 Estado de conservación e integración atractivo/entorno																					
Observaciones																					
e.59 Estado de conservación e integración atractivo/entorno																					
Observaciones																					
e.60 Estado de conservación e integración atractivo/entorno																					
Observaciones																					
e.61 Estado de conservación e integración atractivo/entorno																					
Observaciones																					
e.62 Estado de conservación e integración atractivo/entorno																					
Observaciones																					
e.63 Estado de conservación e integración atractivo/entorno																					
Observaciones																					
e.64 Estado de conservación e integración atractivo/entorno																					
Observaciones																					
e.65 Estado de conservación e integración atractivo/entorno																					
Observaciones																					
e.66 Estado de conservación e integración atractivo/entorno																					
Observaciones																					
e.67 Estado de conservación e integración atractivo/entorno																					
Observaciones																					
e.68 Estado de conservación e integración atractivo/entorno																					
Observaciones																					
e.69 Estado de conservación e integración atractivo/entorno																					
Observaciones																					
e.70 Estado de conservación e integración atractivo/entorno																					
Observaciones																					
e.71 Estado de conservación e integración atractivo/entorno																					
Observaciones																					
e.72 Estado de conservación e integración atractivo/entorno																					
Observaciones																					
e.73 Estado de conservación e integración atractivo/entorno																					
Observaciones																					
e.74 Estado de conservación e integración atractivo/entorno																					
Observaciones																					
e.75 Estado de conservación e integración atractivo/entorno																					
Observaciones																					
e.76 Estado de conservación e integración atractivo/entorno																					
Observaciones																					
e.77 Estado de conservación e integración atractivo/entorno																					
Observaciones																					
e.78 Estado de conservación e integración atractivo/entorno																					
Observaciones																					
e.79 Estado de conservación e integración atractivo/entorno																					
Observaciones																					
e.80 Estado de conservación e integración atractivo/entorno																					
Observaciones																					
e.81 Estado de conservación e integración atractivo/entorno																					
Observaciones																					
e.82 Estado de conservación e integración atractivo/entorno																					
Observaciones																					
e.83 Estado de conservación e integración atractivo/entorno																					
Observaciones																					
e.84 Estado de conservación e integración atractivo/entorno																					
Observaciones																					
e.85 Estado de conservación e integración atractivo/entorno																					
Observaciones																					
e.86 Estado de conservación e integración atractivo/entorno																					
Observaciones																					
e.87 Estado de conservación e integración atractivo/entorno																					
Observaciones																					
e.88 Estado de conservación e integración atractivo/entorno																					
Observaciones																					
e.89 Estado de conservación e integración atractivo/entorno																					
Observaciones																					
e.90 Estado de conservación e integración atractivo/entorno																					
Observaciones																					
e.91 Estado de conservación e integración atractivo/entorno																					
Observaciones																					
e.92 Estado de conservación e integración atractivo/entorno																					
Observaciones																					
e.93 Estado de conservación e integración atractivo/entorno																					
Observaciones																					
e.94 Estado de conservación e integración atractivo/entorno																					
Observaciones																					
e.95 Estado de conservación e integración atractivo/entorno																					
Observaciones																					
e.96 Estado de conservación e integración atractivo/ent																					

7. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA										SI	NO	S/I			
7.1 Servicios Básicos															
a. En el atractivo						b. En la ciudad o poblado mas cercano									
Agua:						Agua: Potable									
Especifique: TEXTO						Especifique: POTABLE DE LA REGIONAL YANAHUICO Y LA OREJA DEL DIABLO									
Energía eléctrica:						Energía eléctrica: Red eléctrica de servicio público									
Especifique: TEXTO						Especifique: GENERADOR DE LUZ									
Saneamiento:						Saneamiento: Red pública									
Especifique: TEXTO						Especifique: ALCANTARILLADO									
Disposición de desechos:						Disposición de desechos: Curro Resolutor									
Especifique: TEXTO						Especifique: EL CANTON CUENTA CON UN SISTEMA DE MANEJO DE DESECHOS SOLIDOS DE DOMINGO A DOMINGO									
Observaciones: TEXTO															
7.2 Señalética en el atractivo															
7.2.1 Ambiente		7.2.2. Tipo				7.2.3. Materialidad				7.2.4. Estado					
		a. Madera		b. Aluminio		c. Otro		Especifique			B	R	M		
En áreas urbanas		Pictograma de atractivos naturales		0		0		0		TEXTO					
		Pictograma de atractivos culturales		0		0		0		TEXTO					
		Pictograma de actividades turísticas		0		3		0		UBICADO EN EL BARRIO MANGANZA DEL ORO SECTOR EL AGUACERANO EN EL CANTON DOMINGO EL CHISTEVA LOS					
		Pictograma de servicios de apoyo		0		0		0		TEXTO					
		Pictogramas de restricción		0		0		0		TEXTO					
		Tótems de atractivos turísticos		0		0		0		TEXTO					
		Tótems de sitio		0		0		0		TEXTO					
En áreas naturales		Tótems direccionales		0		0		0		TEXTO					
		Pictograma de atractivos naturales		0		0		0		TEXTO					
		Pictograma de atractivos culturales		0		0		0		TEXTO					
		Pictograma de actividades turísticas		0		0		0		TEXTO					
		Pictograma de servicios de apoyo		0		0		0		TEXTO					
		Pictogramas de restricción		0		0		0		TEXTO					
		Señales turísticas de aproximación		0		2		0		UBICADO EN EL BARRIO LOS VINCER					
Letreros informativos		Paneles de direccionamiento hacia atractivos		0		0		0		TEXTO					
		Panel informativo de atractivos		0		0		0		TEXTO					
		Panel informativo de direccionamiento hacia atractivos, servicios y actividades		0		10		0		UBICADO EN LA ZONA COMERCIAL EN EL CENTRO DEL CANTON Y POR LOS ALREDEDORES DE LOS ALREDEDORES DEL CANTON					
		Mesas interpretativas		0		0		0		TEXTO					
		Tótem de sitio		0		0		0		TEXTO					
		Tótem de direccionamiento		0		0		0		TEXTO					
		De información botánica		0		0		0		TEXTO					
Señalética interna de seguridad		Normativos de concienciación		0		0		0		TEXTO					
		Protección de los elementos del atractivo		0		0		0		TEXTO					
Otros						TEXTO									
Observaciones: TEXTO															
7.3 Salud (más cercano (M))															
a. En el atractivo						b. En la ciudad o poblado mas cercano									
Hospital o Clínica		0				Hospital o Clínica		0							
Puesto / Centro de salud		0				Puesto / Centro de salud		1							
Dispensario médico		0				Dispensario médico		0							
Botiquin de primeros auxilios		0				Botiquin de primeros auxilios		0							
Otros		0				Otros		0							
Observaciones: TEXTO															
7.4 Seguridad (M)															
a. Privada		TEXTO													
b. Policia nacional		DETACAMENTO DE LA POLICIA DEL CANTON CEVALLOS													
c. Policia metropolitana / Municipal		TEXTO													
d. Otra		TEXTO													
Observaciones: TEXTO															
7.5 Servicio de comunicación de uso público (M)															
a. En el atractivo						b. En la ciudad o poblado mas cercano									
Telefonía (M)		Conexión a internet (M)				Telefonía (M)		Conexión a internet (M)							
Fija	Línea telefónica	Fibra óptica			Fija	Línea telefónica	Fibra óptica								
Móvil	Satélite	Redes inalámbricas			Móvil	Satélite	Redes inalámbricas								
Satelital	Telefonía móvil					Satelital	Telefonía móvil								
Observaciones: TEXTO															
Radio portátil (U)															
De uso exclusivo para el visitante				De uso exclusivo para comunicación interna				De uso exclusivo en caso de emergencia							
Observaciones: TEXTO															
7.6 Multiamenazas (M)															
Deslaves			Sismos			Erupciones volcánicas			Incendios forestales						
Sequia			Inundaciones			Aguajes			Tsunami						
¿Existe un plan de contingencia en caso de catástrofe?			Institución que elaboró el documento:			Nombre del documento:			Año de elaboración: de 0						
Observaciones: LOS ALREDEDORES DEL SITIO NATURAL ESTAN EXPUESTO A LAS SEQUIAS ADIMAS DE LOS INCENDIOS FORESTALES QUE SE PRODUCEN POR EL VERANO.															
R. POLITICAS Y REGULACIONES															
a. ¿El GAD cuenta con el Plan de Desarrollo Turístico Territorial?										SI	NO	Año de elaboración:			
b. ¿El atractivo se encuentra dentro de la planificación turística territorial (GAD S)?										SI	NO	Especifique:			
EN EL DEPARTAMENTO DE PLANIFICACION ESTRATEGICA SE HA PREVISTO REALIZAR LA RECUPERACION DEL ATRACTIVO NATURAL PARA EL DESARROLLO TURISTICO DEL CANTON															
c. ¿Existen normativas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?										SI	NO	Especifique:			
entro del COOTAD dice que la función del gobierno autónomo descentralizado municipal es 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.															
d. ¿Existen ordenanzas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?										SI	NO	Especifique:			
AL MOMENTO NO EXISTE UNA ORDENANZA QUE REGULE LA PARTE O LA ACTIVIDAD TURISTICA DENTRO DE LOS ATRACTIVOS DEL CANTON SEAN ESTOS NATURALES Y CULTURALES DEL CANTON.															
Observaciones: TEXTO															

9. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U)					SI	NO	S/I
9.1 ATRACTIVOS NATURALES (M)							
9.1.1 En el Agua (M)							
a. Buceo	b. Kayak de mar	c. Kayak lacustre	d. Kayak de Río	e. Surf			
f. Kite surf	g. Rafting	h. Snorkel	i. Tubing	j. Regata			
k. Paseo en panga	l. Paseo en bote	m. Paseo en lancha	n. Paseo en moto acuática	o. Parasailing			
p. Esquí acuático	q. Banana flotante	r. Boya	s. Pesca deportiva	Otro			texto
Observaciones: texto							
9.1.2 En el Aire (M)							
a. Alas Delta	b. Canopy	c. Parapente	d. Otro				texto
Observaciones: texto							
9.1.3 En Superficie Terrestre (M)							
a. Montañismo	b. Escalada	c. Senderismo	d. Cicloturismo	e. Canyoning			
f. Exploración de cuevas	g. Actividades Recreativas	h. Cabalgata	i. Caminata	j. Camping			
k. Picnic	l. Observación de flora y fauna	m. Observación de astros	n. Otro				texto
Observaciones: texto							
9.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U)							
9.2.1 Tangibles e intangibles							
a. Recorridos guiados	b. Recorrido autoguiados	c. Visita a talleres artísticos					
b. Participación en talleres artísticos	d. Visita a talleres artesanales	i. Participación en talleres artesanales					
c. Exposiciones temáticas permanentes, temporales y eventuales	f. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales.	i. Actividades vivenciales y/o lúdicas					
g. Presentaciones o representaciones en vivo	h. Muestras audiovisuales	g. Fotografía					
j. Degustación de platos tradicionales	l. Participación de la celebración	m. Compra de artesanías					
n. Convivencia	o. Medicina ancestral	Otro					texto
Observaciones: texto							
10. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO							
10.1. Medios de Promoción del Atractivo (M)							
¿Existe un plan de promoción turística cantonal?					SI	NO	Especifique: Dentro del presupuesto del área de turismo se destina un rubro presupuestario para la promoción y difusión de los atractivos naturales y culturales del cantón
¿El Atractivo se encuentra incluido en el plan de promoción turístico cantonal?					SI	NO	
Medio Promocional	Dirección y nombre de los medios promocionales			Periodicidad de la promoción			
a. Página WEB	URL: https://www.cevallos.gob.ec/			Ninguna			
b. Red Social	Nombre: texto			Ninguna			
c. Revistas Especializadas	Nombre: texto			Ninguna			
d. Material POP <input type="checkbox"/>	Nombre: texto			Ninguna			
e. Oficina de Información Turística <input type="checkbox"/>	Nombre: texto			Ninguna			
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa) <input type="checkbox"/>	Nombre: texto			Ninguna			
g. Asistencia a ferias turísticas <input type="checkbox"/>	Nombre: texto			Ninguna			
h. Otro <input type="checkbox"/>	Nombre: texto			Ninguna			
Observaciones: texto							
10.2. El atractivo forma parte de una oferta establecida (paquete turístico)					SI	NO	Especifique: texto
Observaciones: texto							
11. REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA (M)							
11.1. Frecuencia de visita según datos estadísticos <input type="checkbox"/>							
a. ¿Posee un sistema de registro de visitantes?	SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	Tipo: Digital	Papel	Años de registro	0	
b. ¿Se genera reporte de estadísticas de visita al atractivo?	SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	Frecuencia de los reportes:			Ninguna	
c. Temporalidad de visita al atractivo							
Alta (meses) <input type="checkbox"/>	Especifique	texto			Número de visitantes	0	
Baja (meses) <input type="checkbox"/>		texto				0	
d. Llegada de turistas							
<input type="checkbox"/>	Turista nacional			<input type="checkbox"/>	Turista extranjero		
Ciudades de origen	Llegadas mensuales		Total anual	Países de origen	Llegadas mensuales		Total Anual
	texto	0	0		texto	0	0
	texto	0	0		texto	0	0
texto	0	0	texto	0	0		
Observaciones: texto							
11.2. Frecuencia de visita según informantes clave <input type="checkbox"/>							
Nombre del Informante Clave: texto			Contacto: (+593)				
Demanda según días de visita <input type="checkbox"/>				Demanda según frecuencia de visita			
Lunes a viernes	0	Fines de semana	0	Días feriados	0	Permanente	Estacional
				Esporádica			
				Inexistente			
Observaciones: texto							

12. RECURSO HUMANO		SI	NO	S/I							
a. Número de personas a cargo de la administración y operación del atractivo		0	d. Número de personas especializadas en turismo								
e. Número de personas con nivel de instrucción (M):		f. Número de personas capacitadas por temática (M)		g. Número de personas que manejan algún de Idiomas (M)							
Primaria	0	Secundaria	0	Primeros Auxilios	0	Hospitalidad	0	Inglés	0	Alemán	0
Tercer Nivel	0	Cuarto Nivel	0	Atención al Cliente	0	Guianza	0	Francés	0	Italiano	0
Otro	texto	Sensibilización de discapacidades	de	0	Otro	texto	Chino	0	Otro	texto	
Observaciones: texto											
13. DESCRIPCION DEL ATRACTIVO (500 caracteres)											
<p>POGYO, PALABRA QUICHUA QUE SIGNIFICA OJO DE AGUA, LÍQUIDO QUE BROTA DESDE LAS ENTRAÑAS DE LA MONTAÑA. AGUA MÁS PRÓXIMA A TIBIA QUE FRÍA, Y DE UN AGRADABLE SABOR A MINERAL HECHO DE DULCE Y SAL. LA EXTENSIÓN DE LOS OJOS DE AGUA ES GRANDE DE 4KM DESDE EL SECTOR DEL BARRIO JESÚS DEL GRAN PODER HASTA EL BARRIO MANANTIAL. EL AGUA ES DE COLOR TRANSPARENTE. EL SUELO ES DE COMPOSICIÓN ARENOSA Y CASCAJO LO QUE AYUDA A LA FILTRACIÓN NATURAL DEL AGUA.</p>											
14. ANEXOS											
a. Archivo Fotográfico (dos) (HD)											
											
Fuente: GAD Municipal del Cantón Cevallos											
b. Ubicación gráfica del Atractivo											
											
Fuente: https://www.google.com/maps/dir/pogyos/cevallos/@-1.3663079,-78.7999898,19.08z/data=!4m1!3!4m1!2!1m5!1m1!1s0x91d3705a362dd5c7:0x7ef3e254b835cc9012m2!1d-78.812d:1.36666711m5!1m1!1s0x91d39d21397b0b9:0x2eeceaba069b2e7a12m2!1d-78.615756512d:1.3547187											


Fuente: Área de turismo del cantón Cevallos (2019)

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																											
Código del atractivo:	1	8	0	3	5	0	M	C	0	1	0	6	0	2	G	0	1										
	Provincia		Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo												
1. DATOS GENERALES																											
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																											
GASTRONOMIA DEL CANTÓN CEVALLOS																											
1.2 Categoría				1.3 Tipo				1.4 Subtipo																			
MANIFESTACIONES_CULTURALES				ACERVO_CULTURAL_Y_POPULAR				GASTRONOMÍA																			
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO																											
2.1 Provincia				2.2 Cantón				2.3 Parroquia																			
TUNGURAHUA				CEVALLOS				CEVALLOS.																			
2.4 Barrio, Sector o Comuna				2.5 Calle Principal		2.6 Número		2.7 Transversal																			
CABECERA CANTONAL				YANAHURCO		S/N																					
2.8 Latitud (grados decimales)				2.9 Longitud (grados decimales)				2.10 Altura (msnm)																			
-1.353094				-78.618353				2.903																			
2.11 Información del administrador																											
a. Tipo de Administrador:				texto				b. Nombre de la Institución:				texto															
c. Nombre del Administrador:				texto				d. Cargo que ocupa:				texto															
e. Teléfono / Celular:				(+593)				f. Correo Electrónico:				texto															
Observaciones:				texto																							
3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO																											
3.1 Características climatológicas <input checked="" type="checkbox"/>																											
a. Clima:				ECUATORIAL MESOTÉRMICO				b. Temperatura(°C):		14°C		c. Precipitación Pluviométrica (mm):				400 a 500											
3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>																											
a. Cultura				<input checked="" type="checkbox"/>				b. Naturaleza				c. Aventura															
3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico <input type="checkbox"/>																											
a. Pristino				<input type="checkbox"/>				b. Primitivo				<input type="checkbox"/>				c. Rústico Natural				d. Rural				e. Urbano			
3.4 Ingreso al atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>																											
a. Tipo de Ingreso		b. Horario de Atención				c. Atención																					
		Ingreso		Salida		Todos los días		Fines de semana y feriados		Solo días hábiles		Otro				Especificar											
Libre		10:00		18:00:00 a. m.								texto															
Restringido		0:00		0:00								texto															
Pagado		0:00		0:00								texto															
d. Maneja un sistema de reservas:				f. Forma de Pago:		Efectivo		Dinero Electrónico		Depósito Bancario		Tarjeta de Débito															
e. Precio:		Desde 0,00 Hasta 0,00				Tarjeta de Crédito		Transferencia Bancaria		Cheque																	
g. Meses recomendables de visita:				texto																							
Observaciones:				texto																							

6. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO										SI	NO	NO
6.1. Descripción de la ciudad o población más cercana (Que presente condiciones similares de accesión)										CANTÓN CANAL DE SHIBAHU (CANTÓN)		
6.1.1. Distancia desde la ciudad o población más cercana (Que presente condiciones similares de accesión)										CANTÓN CANAL DE SHIBAHU (CANTÓN)		
6.1.2. Vías de Acceso (SI)										CANTÓN CANAL DE SHIBAHU (CANTÓN)		
6.1.3. Servicios de transporte (SI)										CANTÓN CANAL DE SHIBAHU (CANTÓN)		
6.1.4. Estado de transporte hacia el atractivo (SI)										CANTÓN CANAL DE SHIBAHU (CANTÓN)		
6.1.5. Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad (SI)										CANTÓN CANAL DE SHIBAHU (CANTÓN)		
6.1.6. Señalización (SI)										CANTÓN CANAL DE SHIBAHU (CANTÓN)		
6.2. PLANEACIÓN URBANA / COMPLEMENTARIOS										SI	NO	NO
6.2.1. Planes turísticos (SI)										CANTÓN CANAL DE SHIBAHU (CANTÓN)		
6.2.2. Facilidades en el entorno al atractivo (SI)										CANTÓN CANAL DE SHIBAHU (CANTÓN)		
6.2.3. Complementarios a la actividad turística (SI)										CANTÓN CANAL DE SHIBAHU (CANTÓN)		
6.3. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO										SI	NO	NO
6.3.1. Atractivo (SI)										CANTÓN CANAL DE SHIBAHU (CANTÓN)		
6.3.1.1. Factores de atracción y deterioro (SI)										CANTÓN CANAL DE SHIBAHU (CANTÓN)		
6.3.1.2. Atractivos / Antropogénicos (SI)										CANTÓN CANAL DE SHIBAHU (CANTÓN)		
6.3.2. Entorno (SI)										CANTÓN CANAL DE SHIBAHU (CANTÓN)		
6.3.2.1. Factores de atracción y deterioro (SI)										CANTÓN CANAL DE SHIBAHU (CANTÓN)		
6.3.2.1.1. Naturales (SI)										CANTÓN CANAL DE SHIBAHU (CANTÓN)		
6.3.2.1.2. Antropogénicos / Antropogénicos (SI)										CANTÓN CANAL DE SHIBAHU (CANTÓN)		
6.3.3. Estructura del espacio turístico vinculada al atractivo (SI)										CANTÓN CANAL DE SHIBAHU (CANTÓN)		

7. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA		SI	NO	S/I		
7.1 Servicios Básicos						
a. En el atractivo		b. En la ciudad o poblado más cercano				
Agua:	Potable	Agua:	Potable			
Especifique:	POTABLE DE LA REGIONAL YANAHURCO Y LA OREJA DEL DIABLO	Especifique:	POTABLE DE LA REGIONAL YANAHURCO Y LA OREJA DEL DIABLO			
Energía eléctrica:	Red eléctrica de servicio público	Energía eléctrica:	Red eléctrica de servicio público			
Especifique:	GENERADOR DE LUZ	Especifique:	GENERADOR DE LUZ			
Saneamiento:	Red pública	Saneamiento:	Red pública			
Especifique:	ALCANTARILLADO	Especifique:	ALCANTARILLADO			
Disposición de desechos:	Carro Recolector	Disposición de desechos:	Carro Recolector			
Especifique:	EL CANTÓN CUENTA CON UN SISTEMA DE MANEJO DE DESECHOS SÓLIDOS DE DOMINGO A DOMINGO	Especifique:	EL CANTÓN CUENTA CON UN SISTEMA DE MANEJO DE DESECHOS SÓLIDOS DE DOMINGO A DOMINGO			
Observaciones:	texto					
7.2 Señalética en el atractivo						
7.2.1 Ambiente	7.2.2. Tipo	7.2.3. Materialidad			7.2.4. Estado	
		a. Madera	b. Aluminio	c. Otro		Especifique
En áreas urbanas	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	texto	
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	texto	
	Pictograma de actividades turísticas	0	3	0	URB. ATOR EN EL BARRIO MANZANA DEL ORO SECTORS HUACHI GRANDE FONDI SE	
	Pictograma de servicios de apoyo	0	2	0	URB. CANO EN LA CALLE 24 DEL MAYO CERCA DEL ATRACTIVO	
	Pictogramas de restricción	0	0	0	texto	
	Tótems de atractivos turísticos	0	3	0	URB. ATOR EN LAS CALLES 24 DE MAYO, CALLE ESPAÑA Y CALLE 14 DEL MANO	
	Tótems de sitio	0	0	0	texto	
	Tótem direccionales	0	0	0	texto	
	En áreas naturales	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	texto
		Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	texto
Pictograma de actividades turísticas		0	0	0	texto	
Pictograma de servicios de apoyo		0	0	0	texto	
Pictogramas de restricción		0	0	0	texto	
Señales turísticas de aproximación		0	0	0	texto	
Panels de direccionamiento hacia atractivos		0	0	0	texto	
Panel informativo de atractivos		0	0	0	texto	
Panel informativo de direccionamiento hacia atractivos, servicios y actividades		0	0	0	texto	
Mesas interpretativas		0	0	0	texto	
Letreros informativos	De información botánica	0	0	0	texto	
	Normativos de concientización	0	0	0	texto	
Señalética interna de seguridad	Protección de los elementos del atractivo	0	0	0	texto	
	Otros	texto				
Observaciones:	texto					
7.3 Salud (más cercano) (M)						
a. En el atractivo		b. En la ciudad o poblado más cercano				
Hospital o Clínica	Cantidad	0	Hospital o Clínica	0		
Puesto / Centro de salud		1	Puesto / Centro de salud	1		
Dispensario médico		0	Dispensario médico	1		
Botiquín de primeros auxilios		0	Botiquín de primeros auxilios	0		
Otros		0	Otros	0		
Observaciones:	texto					
7.4 Seguridad (M)						
a. Privada	Detalle	texto				
b. Policía nacional		DETACAMENTO DE LA POLICIA DEL CANTÓN CEVALLOS				
c. Policía metropolitana / Municipal		LA POLICIA MUNICIPAL LABORA CONJUNTO A LA COMISARIA MUNICIPAL LOS JUEVES Y DOMINGOS EN LAS FERIAS QUE SE DAN DENTRO DEL CANTÓN				
d. Otra		texto				
Observaciones:	texto					
7.5 Servicio de comunicación de uso público (M)						
a. En el atractivo		b. En la ciudad o poblado más cercano				
Telefonía (M)	Conexión a internet (M)		Telefonía (M)	Conexión a internet (M)		
Fija	Línea telefónica	Fibra óptica	Fija	Línea telefónica		
Móvil	Satélite	Redes inalámbricas	Móvil	Satélite		
Satélite	Telefonía móvil		Satélite	Telefonía móvil		
Observaciones:	texto					
Radio portátil (U)						
De uso exclusivo para el visitante	De uso exclusivo para comunicación interna		De uso exclusivo en caso de emergencia			
Observaciones:	texto					
7.6 Multiamenazas (M)						
Deslaves	Sismos		Erupciones volcánicas	Incendios forestales		
Sequía	Inundaciones		Aguajes	Tsunami		
¿Existe un plan de contingencia en caso de catástrofes?	Institución que elaboró el documento:	texto	Nombre documento: del	texto		
Observaciones:	texto					
8. POLÍTICAS Y REGULACIONES						
a. ¿El GAD cuenta con el Plan de Desarrollo Turístico Territorial?		SI	NO	Año de elaboración:		
b. ¿El atractivo se encuentra dentro de la planificación turística territorial (GAD S)?		SI	NO	Especifique:		
EN EL DEPARTAMENTO DE PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA SE HA PREVISTO REALIZAR LA RECUPERACIÓN DEL ATRACTIVO CULTURAL PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO DEL CANTÓN						
c. ¿Existen normativas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?		SI	NO	Especifique:		
Dentro del COTAD dice que la función del gobierno autónomo descentralizado municipal es: 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.						
d. ¿Existen ordenanzas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?		SI	NO	Especifique:		
AL MOMENTO NO EXISTE UNA ORDENANZA QUE REGULE LA PARTE O LA ACTIVIDAD TURÍSTICA DENTRO DE LOS ATRACTIVOS DEL CANTÓN SEAN ESTOS NATURALES O CULTURALES.						
Observaciones:	texto					

9. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U)					SI	NO	S/I
9.1 ATRACTIVOS NATURALES (M)							
9.1.1 En el Agua (M)							
a. Buceo	b. Kayak de mar	c. Kayak lacustre	d. Kayak de Río	e. Surf			
f. Kite surf	g. Rafting	h. Snorkel	i. Tubing	j. Regata			
k. Paseo en panga	l. Paseo en bote	m. Paseo en lancha	n. Paseo en moto acuática	o. Parasailing			
p. Esquí acuático	q. Banana flotante	r. Boya	s. Pesca deportiva	Otro			texto
Observaciones: texto							
9.1.2 En el Aire (M)							
a. Alas Delta	<input type="checkbox"/>	b. Canopy	<input type="checkbox"/>	c. Parapente			texto
Observaciones: texto							
9.1.3 En Superficie Terrestre (M) <input checked="" type="checkbox"/>							
a. Montañismo	<input type="checkbox"/>	b. Escalada	<input type="checkbox"/>	c. Senderismo	d. Cicloturismo	e. Canyoning	
f. Exploración de cuevas	<input type="checkbox"/>	g. Actividades Recreativas	<input checked="" type="checkbox"/>	h. Cabalgata	i. Caminata	j. Camping	
k. Picnic	<input type="checkbox"/>	l. Observación de flora y fauna	<input type="checkbox"/>	m. Observación de astros	n. Otro		texto
Observaciones: texto							
9.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U) <input checked="" type="checkbox"/>							
9.2.1 Tangibles e intangibles <input checked="" type="checkbox"/>							
a. Recorridos guiados	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Recorrido autoguiados		c. Visita a talleres artísticos			
b. Participación en talleres artísticos	<input type="checkbox"/>	d. Visita a talleres artesanales		i. Participación en talleres artesanales			
c. Exposiciones temáticas permanentes, temporales y eventuales	<input type="checkbox"/>	f. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales.		i. Actividades vivenciales y/o lúdicas			
g. Presentaciones o representaciones en vivo	<input type="checkbox"/>	h. Muestras audiovisuales		g. Fotografía			
j. Degustación de platos tradicionales	<input checked="" type="checkbox"/>	l. Participación de la celebración		m. Compra de artesanías			
n. Convivencia	<input checked="" type="checkbox"/>	o. Medicina ancestral		Otro			texto
Observaciones: texto							
10. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO							
10.1. Medios de Promoción del Atractivo (M)							
¿Existe un plan de promoción turística cantonal?					SI	NO	Especifique: Dentro del presupuesto del área de turismo se destina un rubro presupuestario para la promoción y difusión de los atractivos naturales y culturales del cantón
¿El Atractivo se encuentra incluido en el plan de promoción turístico cantonal?					SI	NO	
Medio Promocional	<input type="checkbox"/>	Dirección y nombre de los medios promocionales			Periodicidad de la promoción		
a. Página WEB	<input checked="" type="checkbox"/>	URL: https://www.cevallos.gob.ec/			Ninguna		
b. Red Social	<input checked="" type="checkbox"/>	Nombre: TWITTER Y FACEBOOK COMO GAD MUNICIPAL DEL CANTÓN CEVALLOS			Todas		
c. Revistas Especializadas	<input checked="" type="checkbox"/>	Nombre: REVISTA EL CANTONAL Y REVISTA PROMOCIONAL DEL HONORABLE GOBIERNO PROVINCIAL			Anual		
d. Material POP	<input checked="" type="checkbox"/>	Nombre: TRIFTHCOS, REVISTAS, HISTORIETAS, BANNERS, FOTOGRAFÍAS			Anual		
e. Oficina de Información Turística	<input checked="" type="checkbox"/>	Nombre: UBICADO EN LA ESTACIÓN DEL TREN EN LA CALLES ESPAÑA Y ORIENTE			Todas		
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa)	<input checked="" type="checkbox"/>	Nombre: TELEAMAZONAS, RADIO LA BRUJA, ZARACAY, CANELA			Anual		
g. Asistencia a ferias turísticas	<input checked="" type="checkbox"/>	Nombre: FERIAS CANTONALES, PROVINCIALES E INTERNACIONALES			Todas		
h. Otro	<input type="checkbox"/>	Nombre: texto			Ninguna		
Observaciones: texto							
10.2. El atractivo forma parte de una oferta establecida (paquete turístico)					SI	NO	Especifique: ESTA DENTRO DE LA RUTA AGROTURÍSTICA DEL CANTÓN CEVALLOS
Observaciones: texto							
11. REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA (M)							
11.1. Frecuencia de visita según datos estadísticos							
a. ¿Posee un sistema de registro de visitantes?	SI	<input type="checkbox"/>	NO	Tipo: Digital	Papel	Años de registro	0
b. ¿Se genera reporte de estadísticas de visita al atractivo?	SI		NO	Frecuencia de los reportes:		Ninguna	
c. Temporalidad de visita al atractivo							
Alta (meses)	Especifique	texto			Número de visitantes	0	
Baja (meses)		texto				0	
d. Llegada de turistas							
Turista nacional		Llegadas mensuales		Total anual		Turista extranjero	
Ciudades de origen	texto	0	0	Paises de origen	texto	0	0
	texto	0	0		texto	0	0
	texto	0	0		texto	0	0
Observaciones: texto							
11.2. Frecuencia de visita según informantes clave							
Nombre del Informante Clave:		texto			Contacto: (+593)		
Demanda según días de visita				Demanda según frecuencia de visita			
Lunes a viernes	0	Fines de semana	0	Días feriados	0	Permanente	Estacional
				Esporádica			
				Inexistente			
Observaciones: texto							

12. RECURSO HUMANO				SI	NO	S/I						
a. Número de personas a cargo de la administración y operación del atractivo			0	d. Número de personas especializadas en turismo			0					
e. Número de personas con nivel de instrucción (M): <input type="checkbox"/>			f. Número de personas capacitadas por temática (M)		g. Número de personas que manejan algún de Idiomas (M)							
Primaria	0	Secundaria	0	Primeros Auxilios	0	Hospitalidad	0	Inglés	0	Alemán	0	
Tercer Nivel	0	Cuarto Nivel	0	Atención al Cliente	0	Guianza	0	Francés	0	Italiano	0	
Otro	texto			Sensibilización discapacidades	de	0	Otro	texto	Chino	0	Otro	texto
Observaciones: texto												
13. DESCRIPCION DEL ATRACTIVO (500 caracteres)												
LA GASTRONOMIA DE CANTON CEVALLOS LA PODEMOS HALLAR EN LA PARTE COMERCIAL DEL CANTÓN ENTRE VARIOS DE LOS EMPRENDIMIENTOS QUE AQUÍ SE ENCUENTRAN EN EL CANTÓN CEVALLOS PODEMOS ENCONTRAR DIFERENTES LOCALES CON VARIIDADES DE PLATILLOS, VARIOS DE LOS PLATOS TÍPICOS QUE DELEITAN A PROPIOS Y EXTRAÑOS SON EL HORNADO, LA FRITADA, EL CUY, EL CONEJO ASADO Y EL YAHUARLOCO.												
14. ANEXOS												
a. Archivo Fotográfico (dos) (HD)												
												
Fuente: GAD municipal del cantón Cevallos												
b. Ubicación gráfica del Atractivo												
Fuente: https://www.google.com/maps/@-1.3532791,-78.6183633,282m/data=!3m1!1e3												



Fuente: Área de turismo del cantón Cevallos (2019)

Ficha de Jerarquización Caramelo Artesanal Don Manuelito

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																	
Código del atractivo:	1	8	0	3	5	0	M	C	0	1	0	6	0	2	G	0	1
	Provincia		Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo		
1. DATOS GENERALES																	
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																	
CARAMELO ARTESANAL " DON MANUELITO"																	
1.2 Categoría				1.3 Tipo				1.4 Subtipo									
MANIFESTACIONES_CULTURALES				ACERVO_CULTURAL_Y_POPULAR				GASTRONOMÍA									
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO																	
2.1 Provincia				2.2 Cantón				2.3 Parroquia									
TUNGURAHUA				CEVALLOS				CEVALLOS.									
2.4 Barrio, Sector o Comuna				2.5 Calle Principal		2.6 Número		2.7 Transversal									
CABECERA CANTONAL				JUAN ABEL GUEVARA		S/N		AV. 24 DE MAYO									
2.8 Latitud (grados decimales)				2.9 Longitud (grados decimales)				2.10 Altura (msnm)									
-1.353580				-78.616210				2.890									
2.11 Información del administrador																	
a. Tipo de Administrador:				PATRICIA CONDO				b. Nombre de la Institución:				CARAMELO ARTESANAL DON MANUELITO					
c. Nombre del Administrador:				CONDO MANUEL				d. Cargo que ocupa:				GERENTE					
e. Teléfono / Celular:				(+593) 03 287 25				f. Correo Electrónico:				jose.manuel.condo@gmail.com					
Observaciones: texto																	
3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO																	
3.1 Características climatológicas <input checked="" type="checkbox"/>																	
a. Clima:				ECUATORIAL MESOTÉRMICO				b. Temperatura(°C):		14°C		c. Precipitación Pluviométrica (mm):				400 a 500	
3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>																	
a. Cultura				<input checked="" type="checkbox"/>				b. Naturaleza				c. Aventura					
3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico <input type="checkbox"/>																	
a. Prístino				<input type="checkbox"/>				b. Primitivo				<input type="checkbox"/>					
c. Rústico Natural				<input type="checkbox"/>				d. Rural				e. Urbano					
3.4 Ingreso al atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>																	
a. Tipo de Ingreso		b. Horario de Atención				c. Atención											
		Ingreso		Salida		Todos los días		Fines de semana y feriados		Solo días hábiles		Otro Especificar					
Libre		10:00		18:00								texto					
Restringido		0:00		0:00								texto					
Pagado		0:00		0:00								texto					
d. Maneja un sistema de reservas:				f. Forma de Pago:		Efectivo		Dinero Electrónico		Depósito Bancario		Tarjeta de Débito					
e. Precio:		Desde 0,00 Hasta 0,00				Tarjeta de Crédito		Transferencia Bancaria		Cheque							
g. Meses recomendables de visita:				texto													
Observaciones: texto																	

7. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA							SI	NO	S/I
7.1 Servicios Básicos									
a. En el atractivo					b. En la ciudad o poblado más cercano				
Agua:	Potable				Agua:	Potable			
Especifique:	POTABLE DE LA REGIONAL YANAHURCO Y LA OREJA DEL DIABLO				Especifique:	POTABLE DE LA REGIONAL YANAHURCO Y LA OREJA DEL DIABLO			
Energía eléctrica:	Red eléctrica de servicio público				Energía eléctrica:	Red eléctrica de servicio público			
Especifique:	GENERADOR DE LUZ				Especifique:	GENERADOR DE LUZ			
Saneamiento:	Red pública				Saneamiento:	Red pública			
Especifique:	ALCANTARILLADO				Especifique:	ALCANTARILLADO			
Disposición de desechos:	Carro Recolector				Disposición de desechos:	Carro Recolector			
Especifique:	EL CANTÓN CUENTA CON UN SISTEMA DE MANEJO DE DESECHOS SÓLIDOS DE DOMINGO A DOMINGO				Especifique:	EL CANTÓN CUENTA CON UN SISTEMA DE MANEJO DE DESECHOS SÓLIDOS DE DOMINGO A DOMINGO			
Observaciones:	texto				Observaciones:	texto			
7.2 Señalética en el atractivo									
7.2.1 Ambiente	7.2.2. Tipo			7.2.3. Materialidad				7.2.4. Estado	
		a. Madera	b. Aluminio	c. Otro	Especifique		B	R	M
En áreas urbanas	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	texto				
	Pictograma de atractivos culturales	0	1	0	DIBUJADO POR RETIROS DEL ATRACTIVO EN LA AV. 24 DE MAYO				
	Pictograma de actividades turísticas	0	3	0	DIBUJADO EN EL BARRIO BARRAGANA DE OREJA, PUEBLO DE OREJA, CANTÓN OREJA, PUEBLO DE OREJA, CANTÓN OREJA				
	Pictograma de servicios de apoyo	0	2	0	DIBUJADO EN LA CALLE 24 DE MAYO CERCA DEL ATRACTIVO				
	Pictogramas de restricción	0	0	0	texto				
	Tótems de atractivos turísticos	0	3	0	DIBUJADO EN LAS CALLES 11 DE MAYO, CALLE ESPAÑA Y CALLE 13 DE MAYO				
En áreas naturales	Tótems de sitio	0	0	0	texto				
	Tótema direccionales	0	0	0	texto				
	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	texto				
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	texto				
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	texto				
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	texto				
	Pictogramas de restricción	0	0	0	texto				
	Señales turísticas de aproximación	0	0	0	texto				
	Paneles de direccionamiento hacia atractivos	0	0	0	texto				
	Panel informativo de atractivos	0	0	0	texto				
	Panel informativo de direccionamiento hacia atractivos, servicios y actividades	0	0	0	texto				
	Mesas interpretativas	0	0	0	texto				
Letreros informativos	De información botánica	0	0	0	texto				
	Normativos de concientización	0	0	0	texto				
Señalética interna de seguridad	Protección de los elementos del atractivo	0	0	0	texto				
Otros					texto				
Observaciones:	texto				Observaciones:	texto			
7.3 Salud (más cercano) (M)									
a. En el atractivo					b. En la ciudad o poblado más cercano				
Hospital o Clínica	<input type="checkbox"/>	Cantidad	0	Hospital o Clínica	<input type="checkbox"/>	Cantidad	0		
Puesto / Centro de salud	<input type="checkbox"/>		0	Puesto / Centro de salud	<input type="checkbox"/>		1		
Dispensario médico	<input checked="" type="checkbox"/>		1	Dispensario médico	<input checked="" type="checkbox"/>		3		
Botiquín de primeros auxilios	<input checked="" type="checkbox"/>		1	Botiquín de primeros auxilios	<input type="checkbox"/>		0		
Otros	<input type="checkbox"/>		0	Otros	<input type="checkbox"/>		0		
Observaciones:	texto				Observaciones:	texto			
7.4 Seguridad (M)									
a. Privada	<input type="checkbox"/>	Detalle	texto	b. Policía nacional	<input checked="" type="checkbox"/>	Detalle	DETACAMENTO DE LA POLICIA DEL CANTÓN CEVALLOS		
c. Policía metropolitana / Municipal	<input checked="" type="checkbox"/>		texto	c. Policía metropolitana / Municipal	<input checked="" type="checkbox"/>		LA POLICIA MUNICIPAL LABORA CONJUNTO A LA COMISARIA MUNICIPAL LOS JUEVES Y DOMINGOS EN LAS FERIAS QUE SE DAN DENTRO DEL CANTÓN		
d. Otra	<input type="checkbox"/>		texto	d. Otra	<input type="checkbox"/>		texto		
Observaciones:	texto				Observaciones:		texto		
7.5 Servicio de comunicación de uso público (M)									
a. En el atractivo					b. En la ciudad o poblado más cercano				
Telefonía (M)	<input checked="" type="checkbox"/>	Conexión a internet (M)			<input checked="" type="checkbox"/>	Telefonía (M)	Conexión a internet (M)		
Fija	<input checked="" type="checkbox"/>	Línea telefónica	<input checked="" type="checkbox"/>	Fibra óptica	<input type="checkbox"/>	Fija	Línea telefónica	Fibra óptica	
Móvil	----	Satélite	----	Redes inalámbricas	----	Móvil	Satélite	Redes inalámbricas	
Satélite		Telefonía móvil				Satélite	Telefonía móvil		
Observaciones:	texto				Observaciones:	texto			
Radio portátil (U)									
De uso exclusivo para el visitante			De uso exclusivo para comunicación interna			De uso exclusivo en caso de emergencia			
Observaciones:	texto				Observaciones:	texto			
7.6 Multiamenazas (M)									
Deslaves		Sismos		Erupciones volcánicas		Incendios forestales			
Sequía		Inundaciones		Aguajes		Tsunami			
¿Existe un plan de contingencia en caso de catástrofes?		Institución que elaboró el documento:		texto	Nombre documento:	del	texto	Año elaboración:	de
Observaciones:	texto				Observaciones:	texto			
8. POLÍTICAS Y REGULACIONES									
a. ¿El GAD cuenta con el Plan de Desarrollo Turístico Territorial?							SI	NO	Año de elaboración:
b. ¿El atractivo se encuentra dentro de la planificación turística territorial (GAD S)?							SI	NO	Especifique:
EN EL DEPARTAMENTO DE PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA SE HA PREVISTO REALIZAR LA RECUPERACIÓN DEL ATRACTIVO CULTURAL PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO DEL CANTÓN									
c. ¿Existen normativas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?							SI	NO	Especifique:
Dentro del COTAD dice que la función del gobierno autónomo descentralizado municipal es: 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.									
d. ¿Existen ordenanzas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?							SI	NO	Especifique:
AL MOMENTO NO EXISTE UNA ORDENANZA QUE REGULE LA PARTE O LA ACTIVIDAD TURÍSTICA DENTRO DE LOS ATRACTIVOS DEL CANTÓN SEAN ESTOS NATURALES O CULTURALES.									
Observaciones:	texto				Observaciones:	texto			

9. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U)							SI	NO	S/I
9.1 ATRACTIVOS NATURALES (M)							<input type="checkbox"/>		
9.1.1 En el Agua (M)							<input type="checkbox"/>		
a. Buceo	<input type="checkbox"/>	b. Kayak de mar	<input type="checkbox"/>	c. Kayak lacustre	d. Kayak de Río	e. Surf			
f. Kite surf	<input type="checkbox"/>	g. Rafting	<input type="checkbox"/>	h. Snorkel	i. Tubing	j. Regata			
k. Paseo en panga	<input type="checkbox"/>	l. Paseo en bote	<input type="checkbox"/>	m. Paseo en lancha	n. Paseo en moto acuática	o. Parasailing			
p. Esquí acuático	<input type="checkbox"/>	q. Banana flotante	<input type="checkbox"/>	r. Boya	s. Pesca deportiva	Otro		texto	
Observaciones:							texto		
9.1.2 En el Aire (M)							<input type="checkbox"/>		
a. Alas Delta	<input type="checkbox"/>	b. Canopy	<input type="checkbox"/>	c. Parapente	d. Otro			texto	
Observaciones:							texto		
9.1.3 En Superficie Terrestre (M)							<input type="checkbox"/>		
a. Montañismo	<input type="checkbox"/>	b. Escalada	<input type="checkbox"/>	c. Senderismo	d. Cicloturismo	e. Canyoning			
f. Exploración de cuevas	<input type="checkbox"/>	g. Actividades Recreativas	<input type="checkbox"/>	h. Cabalgata	i. Caminata	j. Camping			
k. Picnic	<input type="checkbox"/>	l. Observación de flora y fauna	<input type="checkbox"/>	m. Observación de astros	n. Otro			texto	
Observaciones:							texto		
9.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U)							<input checked="" type="checkbox"/>		
9.2.1 Tangibles e intangibles							<input checked="" type="checkbox"/>		
a. Recorridos guiados	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Recorrido autoguiados		c. Visita a talleres artísticos					
b. Participación en talleres artísticos		d. Visita a talleres artesanales		i. Participación en talleres artesanales					
c. Exposiciones temáticas permanentes, temporales y eventuales		f. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales.		i. Actividades vivenciales y/o lúdicas					
g. Presentaciones o representaciones en vivo		h. Muestras audiovisuales		g. Fotografía					
j. Degustación de platos tradicionales		l. Participación de la celebración		m. Compra de artesanías					
n. Convivencia		o. Medicina ancestral		Otro				texto	
Observaciones:							texto		
10. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO							SI	NO	S/I
10.1. Medios de Promoción del Atractivo (M)									
¿Existe un plan de promoción turística cantonal?							SI	NO	Especifique:
¿El Atractivo se encuentra incluido en el plan de promoción turístico cantonal?							SI	NO	
Dentro del presupuesto del área de turismo se destina un rubro presupuestario para la promoción y difusión de los atractivos naturales y culturales del cantón									
Medio Promocional		Dirección y nombre de los medios promocionales				Periodicidad de la promoción			
a. Página WEB		URL: https://www.cevallos.gob.ec/				Ninguna			
b. Red Social		Nombre: TWITTER Y FACEBOOK COMO GAD MUNICIPAL DEL CANTÓN CEVALLOS				Todas			
c. Revistas Especializadas		Nombre: REVISTA EL CANTONAL Y REVISTA PROMOCIONAL DEL HONORABLE GOBIERNO PROVINCIAL				Anual			
d. Material POP		Nombre: TRIFTCOS, REVISTAS, HISTORIETAS, BANNERS, FOTOGRAFÍAS				Anual			
e. Oficina de Información Turística		Nombre: UBICADO EN LA ESTACIÓN DEL TREN EN LA CALLES ESPAÑA Y ORIENTE				Todas			
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa)		Nombre: TELEAMAZONAS, RADIO LA BRUJA, ZARACAY, CANELA				Anual			
g. Asistencia a ferias turísticas		Nombre: FERIAS CANTONALES, PROVINCIALES E INTERNACIONALES				Todas			
h. Otro		Nombre: texto				Ninguna			
Observaciones:							texto		
10.2. El atractivo forma parte de una oferta establecida (paquete turístico)							SI	NO	Especifique:
Observaciones:							texto		
11. REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA (M)							SI	NO	S/I
11.1. Frecuencia de visita según datos estadísticos									
a. ¿Posee un sistema de registro de visitantes?							SI	NO	Tipo: Digital Papel Años de registro 0
b. ¿Se genera reporte de estadísticas de visita al atractivo?							SI	NO	Frecuencia de los reportes: Ninguna
c. Temporalidad de visita al atractivo									
Alta (meses)		Especifique	texto			Número de visitantes	0		
Baja (meses)			texto				0		
d. Llegada de turistas									
Turista nacional		Llegadas mensuales		Total anual		Turista extranjero		Llegadas mensuales Total Anual	
Ciudades de origen		texto	0	0	Paises de origen		texto	0	0
		texto	0	0			texto	0	0
		texto	0	0			texto	0	0
Observaciones:							texto		
11.2. Frecuencia de visita según informantes clave									
Nombre del Informante Clave:		texto			Contacto:		(+593)		
Demanda según días de visita				Demanda según frecuencia de visita					
Lunes a viernes	0	Fines de semana	0	Días feriados	0	Permanente	Estacional	Esporádica	Inexistente
Observaciones:							texto		


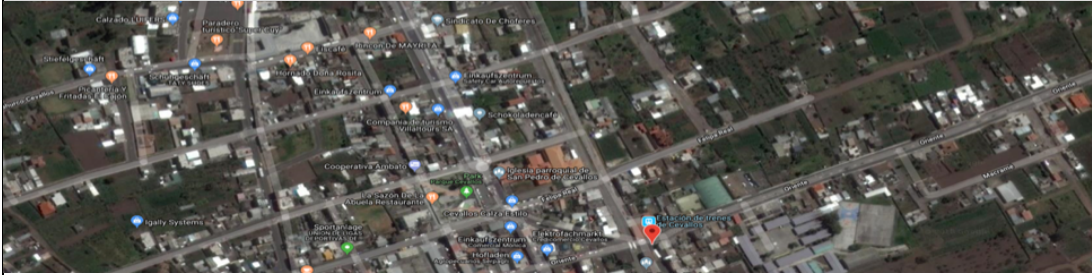
12. RECURSO HUMANO				SI	NO	S/I					
a. Número de personas a cargo de la administración y operación del atractivo <input checked="" type="checkbox"/>			23	d. Número de personas especializadas en turismo			0				
e. Número de personas con nivel de instrucción (M): <input checked="" type="checkbox"/>			f. Número de personas capacitadas por temática (M)			g. Número de personas que manejan algún de Idiomas (M)					
Primaria	0	Secundaria	0	Primeros Auxilios	0	Hospitalidad	0	Inglés	0	Alemán	0
Tercer Nivel	8	Cuarto Nivel	2	Atención al Cliente	0	Guianza	0	Francés	0	Italiano	0
Otro	texto			Sensibilización de discapacidades	0	Otro	texto	Chino	0	Otro	texto
Observaciones: texto											
13. DESCRIPCION DEL ATRACTIVO (500 caracteres)											
<p>El caramelo es la actividad económica central de la familia Condo en el cantón Cevallos provincia de Tungurahua, actividad que ha ayudado a la familia a crecer de manera económica, además de ser considerado como uno de los primeros oficios a nivel local. Es por eso que se ha transmitido a otras generaciones que dependen económicamente de este emprendimiento la familia Condo mantienen la tradición de la elaboración del caramelo ya en cuarta generación.</p>											
14. ANEXOS											
a. Archivo Fotográfico (dos) (HD)											
											
Fuente: GAD municipal del cantón Cevallos											
b. Ubicación gráfica del Atractivo											
<p>Fuente: https://www.google.com.ec/maps/@-1.3536638,-78.6162544,305a,40.3v,0.13h/data=!3m1!1e3</p>											

Fuente: Área de turismo del cantón Cevallos (2019)

Ficha de Jerarquización Estación del Tren

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																	
Código del atractivo:	1	8	0	3	5	0	M	C	0	1	0	1	0	2	0	0	1
	Provincia		Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo		
1. DATOS GENERALES																	
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																	
ESTACIÓN DEL TREN																	
1.2 Categoría				1.3 Tipo				1.4 Subtipo									
ATRATIVOS_NATURALES				AMBIENTES_LACUSTRES				LAGUNA									
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO																	
2.1 Provincia				2.2 Cantón				2.3 Parroquia									
TUNGURAHUA				CEVALLOS				CEVALLOS									
2.4 Barrio, Sector o Comuna				2.5 Calle Principal				2.6 Número		2.7 Transversal							
FERROVIARIO				ESPAÑA S/N ORIENTE				S/N		POLICARPA TINAJERO							
2.8 Latitud (grados decimales)				2.9 Longitud (grados decimales)				2.10 Altura (msnm)									
-1.355369				-78.614956				2.910									
2.11 Información del administrador																	
a. Tipo de Administrador: SECTOR PÚBLICO				b. Nombre de la Institución: GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DEL CANTÓN CEVALLOS													
c. Nombre del Administrador: GAD MUNICIPAL DEL CANTÓN CEVALLOS				d. Cargo que ocupa: ADMINISTRADOR DEL BIEN													
e. Teléfono / Celular: 032872149				f. Correo Electrónico: municipio@cevallos.gob.ec													
Observaciones: EL BIEN INMUEBLE SE ENCUENTRA ADMINISTRADA POR LA MUNICIPALIDAD DEL CANTÓN CEVALLOS BAJO UN CONVENIO DE COOPERACIÓN, FIRMADO EL PASADO 28 DE DICIEMBRE DEL 2016, EN QUE ESIPULA LA RENOVACIÓN DEL MISMO CADA 4 AÑOS.																	
3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO																	
3.1 Características climatológicas <input checked="" type="checkbox"/>																	
a. Clima: ECUATORIAL MESOTÉRMICO				b. Temperatura(°C): 14°C				c. Precipitación Pluviométrica (mm): 400 A 500									
3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>																	
a. Cultura <input checked="" type="checkbox"/>				b. Naturaleza				c. Aventura									
3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico <input checked="" type="checkbox"/>																	
a. Prístino <input type="checkbox"/>				b. Primitivo <input type="checkbox"/>				c. Rústico Natural		d. Rural		e. Urbano					
3.4 Ingreso al atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>																	
a. Tipo de Ingreso		b. Horario de Atención				c. Atención											
		Ingreso	Salida	Todos los días		Fines de semana y feriados		Solo días hábiles		Otro		Especificar					
Libre		8:00	18:00							texto							
Restringido		0:00	0:00							texto							
Pagado		0:00	0:00							texto							
d. Maneja un sistema de reservas:				f. Forma de Pago:		Efectivo		Dinero Electrónico		Depósito Bancario		Tarjeta de Débito					
e. Precio:		Desde	0,00	Hasta	0,00	Tarjeta de Crédito		Transferencia Bancaria		Cheque							
g. Meses recomendables de visita:				texto													
Observaciones: EL BIEN INMUEBLE SE ENCUENTRA A DISPOSICIÓN DEL PÚBLICO LOS 365 DÍAS DEL AÑO, SU INGRESO NO TIENE COSTO ALGUNO.																	

9. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U)						SI	NO	S/I	
9.1 ATRACTIVOS NATURALES (M)						<input type="checkbox"/>			
9.1.1 En el Agua (M)						<input type="checkbox"/>			
a. Buceo	<input type="checkbox"/>	b. Kayak de mar	<input type="checkbox"/>	c. Kayak lacustre	d. Kayak de Río	e. Surf			
f. Kite surf	<input type="checkbox"/>	g. Rafting	<input type="checkbox"/>	h. Snorkel	i. Tubing	j. Regata			
k. Paseo en panga	<input type="checkbox"/>	l. Paseo en bote	<input type="checkbox"/>	m. Paseo en lancha	n. Paseo en moto acuática	o. Parasailing			
p. Esquí acuático	<input type="checkbox"/>	q. Banana flotante	<input type="checkbox"/>	r. Boya	s. Pesca deportiva	Otro	texto		
Observaciones:						texto			
9.1.2 En el Aire (M)						<input type="checkbox"/>			
a. Alas Delta	<input type="checkbox"/>	b. Canopy	<input type="checkbox"/>	c. Parapente	d. Otro		texto		
Observaciones:						texto			
9.1.3 En Superficie Terrestre (M)						<input checked="" type="checkbox"/>			
a. Montañismo	<input type="checkbox"/>	b. Escalada	<input type="checkbox"/>	c. Senderismo	d. Cicloturismo	e. Canyoning			
f. Exploración de cuevas	<input type="checkbox"/>	g. Actividades Recreativas	<input type="checkbox"/>	h. Cabalgata	i. Caminata	j. Camping			
k. Picnic	<input type="checkbox"/>	l. Observación de flora y fauna	<input type="checkbox"/>	m. Observación de astros	n. Otro		texto		
Observaciones:						texto			
9.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U)						<input checked="" type="checkbox"/>			
9.2.1 Tangibles e intangibles						<input checked="" type="checkbox"/>			
a. Recorridos guiados	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Recorrido autoguiados		c. Visita a talleres artísticos					
b. Participación en talleres artísticos	<input type="checkbox"/>	d. Visita a talleres artesanales		i. Participación en talleres artesanales					
c. Exposiciones temáticas permanentes, temporales y eventuales		f. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales		i. Actividades vivenciales y/o lúdicas					
g. Presentaciones o representaciones en vivo		h. Muestras audiovisuales		g. Fotografía					
j. Degustación de platos tradicionales		l. Participación de la celebración		m. Compra de artesanías					
n. Convivencia		o. Medicina ancestral		Otro			texto		
Observaciones:						texto			
10. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO						SI	NO	S/I	
10.1. Medios de Promoción del Atractivo (M)									
¿Existe un plan de promoción turística cantonal?						SI	NO	Especifique: texto	
¿El Atractivo se encuentra incluido en el plan de promoción turístico cantonal?						SI	NO		
Medio Promocional	Dirección y nombre de los medios promocionales					Periodicidad de la promoción			
a. Página WEB	URL: https://www.cevallos.gob.ec/					Ninguna			
b. Red Social	Nombre: TWITTER Y FACEBOOK COMO GAD MUNICIPAL DEL CANTÓN CEVALLOS					Todas			
c. Revistas Especializadas	Nombre: REVISTA EL CANTONAL Y REVISTA PROMOCIONAL DEL HONORABLE GOBIERNO PROVINCIAL					Anual			
d. Material POP	Nombre: TRIFLICOS, REVISTAS, HISTORIETAS, BANNERS, FOTOGRAFÍAS					Anual			
e. Oficina de Información Turística	Nombre: UBICADO EN LA ESTACIÓN DEL TREN EN LA CALLES ESPAÑA Y ORIENTE					Todas			
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa)	Nombre: TELEAMAZONAS, RADIO LA BRUJA, ZARACAY, CANELA					Todas			
g. Asistencia a ferias turísticas	Nombre: FERIAS CANTONALES, PROVINCIALES E INTERNACIONALES					Todas			
h. Otro	Nombre: texto					Ninguna			
Observaciones:						texto			
10.2. El atractivo forma parte de una oferta establecida (paquete turístico)						SI	NO	Especifique: texto	
Observaciones:						texto			
11. REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA (M)						SI	NO	S/I	
11.1. Frecuencia de visita según datos estadísticos									
a. ¿Posee un sistema de registro de visitantes?	SI	NO	Tipo:	Digital	Papel	Años de registro	0		
b. ¿Se genera reporte de estadísticas de visita al atractivo?	SI	NO	Frecuencia de los reportes:	Semestral					
c. Temporalidad de visita al atractivo									
Alta (meses)	Especifique	texto				Número de visitantes	0		
Baja (meses)		texto					0		
d. Llegada de turistas									
Turista nacional		Llegadas mensuales		Total anual	Turista extranjero		Llegadas mensuales		Total Anual
Ciudades de origen	Guayaquil			0	Países de origen	texto	0	0	
	Quito	0		0		texto	0	0	
	Ambato	0		0		texto	0	0	
Observaciones:						texto			
11.2. Frecuencia de visita según informantes clave									
Nombre del Informante Clave:		texto			Contacto:		(+593)		
Demanda según días de visita				Demanda según frecuencia de visita					
Lunes a viernes	0	Fines de semana	0	Días feriados	0	Permanente	Estacional	Esporádica	Inexistente
Observaciones:						texto			

12. RECURSO HUMANO				SI	NO	S/I					
a. Número de personas a cargo de la administración y operación del atractivo			1	d. Número de personas especializadas en turismo			1				
e. Número de personas con nivel de instrucción (M):		f. Número de personas capacitadas por temática (M)			g. Número de personas que manejan algún de Idiomas (M)						
Primaria	0	Secundaria	0	Primeros Auxilios	0	Hospitalidad	0	Inglés	1	Alemán	0
Tercer Nivel	0	Cuarto Nivel	1	Atención al Cliente	0	Guianza	1	Francés	0	Italiano	0
Otro	texto	Sensibilización de discapacidades		de	0	Otro	texto	Chino	0	Otro	texto
Observaciones: texto											
13. DESCRIPCION DEL ATRACTIVO (500 caracteres)											
<p>LA ESTACIÓN DEL TREN ES UNA DE LAS CONSTRUCCIONES QUE SE HA REMODELADO AL QUERER RECUPERAR EL FERROCARRIL DEL ECUADOR PROPUESTO POR EL ACTUAL GOBIERNO ES PARTE DE LA RUTA TREN DEL HIELO II. LA ESTACIÓN ES CONSIDERADA UN PATRIMONIO LOCAL, FUE CONSIDERADA COMO UNA DE LAS ESTACIONES MÁS IMPORTANTES DEL ECUADOR. LLAMADA ASÍ LA PUERTA AL ORIENTE O "ESTACIÓN BANDERA", POR QUE ESTA ESTACIÓN FUE UN PUNTO DE COMERCIALIZACIÓN E INTERCAMBIO DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS Y DEMÁS, DE LAS TRES REGIONES DEL PAÍS</p>											
14. ANEXOS											
											
Fuente: GAD municipio del cantón Cevallos											
b. Ubicación gráfica del Atractivo											
											
Fuente: https://www.google.com.ec/maps/search/estacion+del+tren+cevallos/@-1.3542866,-78.6186759,17z/data=!3m1!1e1											

Fuente: Área de turismo del cantón Cevallos (2019)

Ficha de Jerarquización Casa Museo

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																	
Código del atractivo:	1	8	0	3	5	0	M	C	0	1	0	6	0	2	G	0	1
	Provincia		Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo		
1. DATOS GENERALES																	
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																	
CASA HISTÓRICA ARCHER HARMAN (CASA MUSEO)																	
1.2 Categoría				1.3 Tipo				1.4 Subtipo									
MANIFESTACIONES_CULTURALES				ARQUITECTURA				INFRAESTRUCTURA CULTURAL									
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO																	
2.1 Provincia				2.2 Cantón				2.3 Parroquia									
TUNGURAHUA				CEVALLOS				CEVALLOS									
2.4 Barrio, Sector o Comuna				2.5 Calle Principal				2.6 Número		2.7 Transversal							
29 DE ABRIL				ESPAÑA				S/N		TINAJERO							
2.8 Latitud (grados decimales)				2.9 Longitud (grados decimales)				Click		2.10 Altura (msnm)							
-1.355641				-78.614793						2.890							
2.11 Información del administrador																	
a. Tipo de Administrador:				Privado				b. Nombre de la Institución:				texto					
c. Nombre del Administrador:				texto				d. Cargo que ocupa:				texto					
e. Teléfono / Celular:				(+593)				f. Correo Electrónico:				texto					
Observaciones:				texto													
3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO																	
3.1 Características climatológicas <input checked="" type="checkbox"/>																	
a. Clima:				ECUATORIAL MESOTÉRMICO				b. Temperatura(°C):				14°C					
								c. Precipitación Pluviométrica (mm):				400 a 500					
3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U) <input type="checkbox"/>																	
a. Cultura				<input checked="" type="checkbox"/>				b. Naturaleza				c. Aventura					
3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico <input type="checkbox"/>																	
a. Prístino <input type="checkbox"/>				b. Primitivo <input type="checkbox"/>				c. Rústico Natural				d. Rural					
												e. Urbano					
3.4 Ingreso al atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>																	
a. Tipo de Ingreso		b. Horario de Atención				c. Atención											
		Ingreso	Salida	Todos los días		Fines de semana y feriados		Solo días hábiles		Otro		Especificar					
Libre	<input type="checkbox"/>	0:00	0:00	<input type="checkbox"/>						texto							
Restringido	<input type="checkbox"/>	0:00	0:00	<input type="checkbox"/>						texto							
Pagado	<input checked="" type="checkbox"/>	10:00	18:00	<input type="checkbox"/>						texto							
d. Maneja un sistema de reservas:				<input type="checkbox"/>				f. Forma de Pago:				Efectivo <input checked="" type="checkbox"/>					
								Dinero Electrónico				Depósito Bancario					
e. Precio:				Desde 0.50 Hasta 1.00				Tarjeta de Crédito				Transferencia Bancaria					
												Tarjeta de Débito					
g. Meses recomendables de visita:				texto													
Observaciones:				EL ATRACTIVO SE ENCUENTRA FUERA DE FUNCIONAMIENTO													

6. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO 64 65 66

a. Nombre de la ciudad o población más cercana (que presente condiciones similares de servicios) CIUDAD DE GUAYAMA, GUAYAMA, GUAYAMA

b. Distancia desde la ciudad o población más cercana (que presente condiciones similares de servicios) 0,00 km

c. Tiempo estimado de traslado desde la ciudad o población más cercana (que presente condiciones similares de servicios) 00:00 horas

d. Características físicas del terreno Llanura

e. Observaciones 00:00

6.2 Vías de Acceso (M)

a. Tipo de vía Carretera de tierra

b. Estado de conservación Regular

c. Observaciones 00:00

6.3 Servicios de transporte (M)

a. Tipo de servicio Taxi

b. Estado de conservación Regular

c. Observaciones 00:00

6.4 Detalles de transporte hacia el atractivo (M)

a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio COOPERATIVA DE TRANSPORTE COMUNAL

b. Frecuencia / hora 00:00

c. Costo 00:00

d. Detalles (rutas origen / destino) 00:00

e. Observaciones 00:00

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

a. Tipo de accesibilidad Accesibilidad física

b. Estado de conservación Regular

c. Observaciones 00:00

6.6 ANEXOS, FOTOGRAFÍAS Y COMPROMISOS 67 68 69

6.7 Planes turísticos (M)

a. En el Atractivo 00:00

b. En la ciudad o población cercana 00:00

c. Observaciones 00:00

6.8 Agencias de viaje (M)

a. En el Atractivo 00:00

b. En la ciudad o población cercana 00:00

c. Observaciones 00:00

6.9 Facilidades en el entorno al atractivo (M)

a. Tipo de facilidad Punto de información

b. Cantidad 00:00

c. Estado de conservación Regular

d. Observaciones 00:00

6.10 Complementarios a la actividad turística (M)

a. En el Atractivo 00:00

b. En la ciudad o población cercana 00:00

c. Observaciones 00:00

6.11 Estado de conservación e integración atractivo / entorno (M)

a. Atractivo 00:00

b. Entorno 00:00

c. Observaciones 00:00

6.12 Factores de alteración y deterioro (M)

a. Tipo de factor Factores naturales

b. Estado de conservación Regular

c. Observaciones 00:00

6.13 Factores de alteración y deterioro (M)

a. Tipo de factor Factores culturales

b. Estado de conservación Regular

c. Observaciones 00:00

6.14 Factores de alteración y deterioro (M)

a. Tipo de factor Factores económicos

b. Estado de conservación Regular

c. Observaciones 00:00

6.15 Factores de alteración y deterioro (M)

a. Tipo de factor Factores políticos / sociales

b. Estado de conservación Regular

c. Observaciones 00:00

6.16 Factores de alteración y deterioro (M)

a. Tipo de factor Factores tecnológicos

b. Estado de conservación Regular

c. Observaciones 00:00

6.17 Factores de alteración y deterioro (M)

a. Tipo de factor Factores de gestión

b. Estado de conservación Regular

c. Observaciones 00:00

6.18 Factores de alteración y deterioro (M)

a. Tipo de factor Factores de infraestructura

b. Estado de conservación Regular

c. Observaciones 00:00

6.19 Factores de alteración y deterioro (M)

a. Tipo de factor Factores de seguridad

b. Estado de conservación Regular

c. Observaciones 00:00

6.20 Factores de alteración y deterioro (M)

a. Tipo de factor Factores de salud

b. Estado de conservación Regular

c. Observaciones 00:00

6.21 Factores de alteración y deterioro (M)


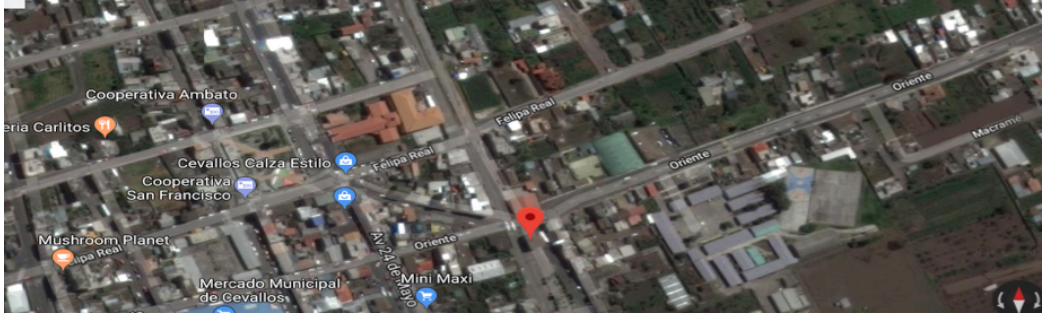
a. Tipo de factor Factores de medio ambiente

b. Estado de conservación Regular

c. Observaciones 00:00

7. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA										SI	NO	S/I
7.1 Servicios Básicos <input checked="" type="checkbox"/>												
a. En el atractivo <input checked="" type="checkbox"/>						b. En la ciudad o poblado más cercano						
Agua: <input checked="" type="checkbox"/> Potable						Agua: <input type="checkbox"/> Potable						
Especifique: POTABLE DE LA REGIONAL YANAHURCO Y LA OREJA DEL DIABLO						Especifique: POTABLE DE LA REGIONAL YANAHURCO Y LA OREJA DEL DIABLO						
Energía eléctrica: <input checked="" type="checkbox"/> Red eléctrica de servicio público						Energía eléctrica: <input type="checkbox"/> Red eléctrica de servicio público						
Especifique: GENERADOR DE LUZ						Especifique: GENERADOR DE LUZ						
Saneamiento: <input type="checkbox"/> Red pública						Saneamiento: <input type="checkbox"/> Red pública						
Especifique: ALCANTARILLADO						Especifique: ALCANTARILLADO						
Disposición de desechos: <input type="checkbox"/> Carro Recolector						Disposición de desechos: <input type="checkbox"/> Carro Recolector						
Especifique: EL CANTÓN CUENTA CON UN SISTEMA DE MANEJO DE DESECHOS SÓLIDOS DE DOMINGO A DOMINGO						Especifique: EL CANTÓN CUENTA CON UN SISTEMA DE MANEJO DE DESECHOS SÓLIDOS DE DOMINGO A DOMINGO						
Observaciones: <input type="checkbox"/>												
7.2 Señalética en el atractivo <input checked="" type="checkbox"/>												
7.2.1 Ambiente		7.2.2. Tipo				7.2.3. Materialidad				7.2.4. Estado		
		a. Madera		b. Aluminio		c. Otro		Especifique		B R M		
En áreas urbanas		Pictograma de atractivos naturales		0		0		0		NO		
		Pictograma de atractivos culturales		0		0		0		NO		
		Pictograma de actividades turísticas		0		3		0		UBICADOS EN EL BARRIO MANZANA DE ORO SECTORES HUACHI GRANDE, DOMESTIC		
		Pictograma de servicios de apoyo		0		0		0		NO		
		Pictogramas de restricción		0		0		0		NO		
		Tótems de atractivos turísticos		0		1		0		NO		
		Tótems de sitio		0		0		0		NO		
En áreas naturales		Tótem direccionales		0		1		0		NO		
		Pictograma de atractivos naturales		0		0		0		NO		
		Pictograma de atractivos culturales		0		0		0		NO		
		Pictograma de actividades turísticas		0		0		0		NO		
		Pictograma de servicios de apoyo		0		0		0		NO		
		Pictogramas de restricción		0		2		0		UBICADO EN EL BARRIO LOS VINCES		
		Señales turísticas de aproximación		0		0		0		NO		
		Paneles de direccionamiento hacia atractivos		0		0		0		NO		
		Panel informativo de atractivos		0		10		0		UBICADOS EN LA ZONA COMERCIAL EN EL CENTRO DEL CAZAJOLA Y BARLAS		
		Panel informativo de direccionamiento hacia atractivos, servicios y actividades		0		0		0		NO		
Letreros informativos		Mesas interpretativas		0		0		0		NO		
		Tótem de sitio		0		0		0		NO		
		Tótem de direccionamiento		0		0		0		NO		
		De información botánica		0		0		0		NO		
		Normativos de concientización		0		0		0		NO		
Señalética interna de seguridad		Protección de los elementos del atractivo		0		0		0		NO		
Otros: <input type="checkbox"/> NO												
Observaciones: <input type="checkbox"/>												
7.3 Salud (más cercano) (M)												
a. En el atractivo						b. En la ciudad o poblado más cercano						
Hospital o Clínica		0		Hospital o Clínica		0						
Puesto / Centro de salud		0		Puesto / Centro de salud		1						
Dispensario médico		0		Dispensario médico		0						
Botiquín de primeros auxilios		1		Botiquín de primeros auxilios		1						
Otros		0		Otros		0						
Observaciones: <input type="checkbox"/> EL CANTÓN CEVALLOS CUENTA CON UN CENTRO DE SALUD TIPO C												
7.4 Seguridad (M)												
a. Privada <input type="checkbox"/> NO												
b. Policía nacional <input type="checkbox"/> DETACAMENTO DE LA POLICIA DEL CANTÓN CEVALLOS												
c. Policía metropolitana / Municipal <input type="checkbox"/> LA POLICIA MUNICIPAL LABORA CONJUNTO A LA COMISARIA MUNICIPAL LOS JUEVES Y DOMINGOS EN LAS FERIAS QUE SE DAN DENTRO DEL CANTÓN												
d. Otra <input type="checkbox"/> NO												
Observaciones: <input type="checkbox"/>												
7.5 Servicio de comunicación de uso público (M)												
a. En el atractivo						b. En la ciudad o poblado más cercano						
Telefonía (M)		Conexión a internet (M)				Telefonía (M)		Conexión a internet (M)				
Fija		Línea telefónica		Fibra óptica		Fija		Línea telefónica		Fibra óptica		
Móvil		Satélite		Redes inalámbricas		Móvil		Satélite		Redes inalámbricas		
Satelital		Telefonía móvil				Satelital		Telefonía móvil				
Observaciones: <input type="checkbox"/>												
Radio portátil (U)												
De uso exclusivo para el visitante				De uso exclusivo para comunicación interna				De uso exclusivo en caso de emergencia				
Observaciones: <input type="checkbox"/>												
7.6 Multiamenazas (M)												
Deslaves			Sismos			Erupciones volcánicas			Incendios forestales			
Sequía			Inundaciones			Aguajes			Tsunami			
¿Existe un plan de contingencia en caso de catástrofes?			Institución que elaboró el documento:			Nombre documento: del			Año elaboración: de			
Observaciones: <input type="checkbox"/>			NO			del			NO			
8. POLÍTICAS Y REGULACIONES												
SI NO S/I												
a. ¿El GAD cuenta con el Plan de Desarrollo Turístico Territorial? SI NO Año de elaboración: Especifique:												
b. ¿El atractivo se encuentra dentro de la planificación turística territorial (GAD'S)? SI NO Especifique: EN EL DEPARTAMENTO DE PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA SE HA PREVISTO REALIZAR LA RECUPERACIÓN DEL ATRACTIVO CULTURAL PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO DEL CANTÓN												
c. ¿Existen normativas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo? SI NO Especifique: entro del COOTAD dice que la función del gobierno autónomo descentralizado municipal es 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.												
d. ¿Existen ordenanzas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo? SI NO Especifique: AL MOMENTO NO EXISTE UNA ORDENANZA QUE REGULE LA PARTE O LA ACTIVIDAD TURISTICA DENTRO DE LOS ATRACTIVOS DEL CANTON SEAN ESTOS NATURALES Y CULTURALES DEL CANTÓN												
Observaciones: <input type="checkbox"/>												

9. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U)					SI	NO	S/I		
9.1 ATRACTIVOS NATURALES (M)									
9.1.1 En el Agua (M)									
a. Buceo	b. Kayak de mar	c. Kayak lacustre	d. Kayak de Río	e. Surf					
f. Kite surf	g. Rafting	h. Snorkel	i. Tubing	j. Regata					
k. Paseo en panga	l. Paseo en bote	m. Paseo en lancha	n. Paseo en moto acuática	o. Parasailing					
p. Esquí acuático	q. Banana flotante	r. Boya	s. Pesca deportiva	Otro			texto		
Observaciones: texto									
9.1.2 En el Aire (M)									
a. Alas Delta	b. Canopy	c. Parapente	d. Otro				texto		
Observaciones: texto									
9.1.3 En Superficie Terrestre (M)									
a. Montañismo	b. Escalada	c. Senderismo	d. Cicloturismo	e. Canyoning					
f. Exploración de cuevas	g. Actividades Recreativas	h. Cabalgata	i. Caminata	j. Camping					
k. Picnic	l. Observación de flora y fauna	m. Observación de astros	n. Otro				texto		
Observaciones: texto									
9.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U)									
9.2.1 Tangibles e intangibles									
a. Recorridos guiados	b. Recorrido autoguiados	c. Visita a talleres artísticos							
b. Participación en talleres artísticos	<input type="checkbox"/>	d. Visita a talleres artesanales	i. Participación en talleres artesanales						
c. Exposiciones temáticas permanentes, temporales y eventuales	<input type="checkbox"/>	f. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales.	i. Actividades vivenciales y/o lúdicas						
g. Presentaciones o representaciones en vivo	<input type="checkbox"/>	h. Muestras audiovisuales	g. Fotografía						
j. Degustación de platos tradicionales	<input type="checkbox"/>	l. Participación de la celebración	m. Compra de artesanías						
n. Convivencia	<input type="checkbox"/>	o. Medicina ancestral	Otro				texto		
Observaciones: texto									
10. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO									
10.1. Medios de Promoción del Atractivo (M)									
¿Existe un plan de promoción turística cantonal?					SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	Especifique: Dentro del presupuesto del área de turismo se destina un rubro presupuestario para la promoción y difusión de los atractivos naturales y culturales del cantón	
¿El Atractivo se encuentra incluido en el plan de promoción turístico cantonal?					SI	<input type="checkbox"/>	NO		
Medio Promocional	<input type="checkbox"/>	Dirección y nombre de los medios promocionales			Periodicidad de la promoción				
a. Página WEB	<input checked="" type="checkbox"/>	URL: https://www.cevallos.gob.ec/			Ninguna				
b. Red Social	<input checked="" type="checkbox"/>	Nombre: TWITTER Y FACEBOOK COMO GAD MUNICIPAL DEL CANTÓN CEVALLOS			Todas				
c. Revistas Especializadas	<input checked="" type="checkbox"/>	Nombre: REVISTA EL CANTONAL Y REVISTA PROMOCIONAL DEL HONORABLE GOBIERNO PROVINCIAL			Anual				
d. Material POP	<input checked="" type="checkbox"/>	Nombre: TRIFTHCOS, REVISTAS, HISTORIETAS, BANNERS, FOTOGRAFÍAS			Anual				
e. Oficina de Información Turística	<input checked="" type="checkbox"/>	Nombre: UBICADO EN LA ESTACIÓN DEL TREN EN LA CALLES ESPAÑA Y ORIENTE			Todas				
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa)	<input checked="" type="checkbox"/>	Nombre: TELEAMAZONAS, RADIO LA BRUJA, ZARACAY, CANELA			Anual				
g. Asistencia a ferias turísticas	<input checked="" type="checkbox"/>	Nombre: FERIAS CANTONALES, PROVINCIALES E INTERNACIONALES			Todas				
h. Otro	<input type="checkbox"/>	Nombre: texto			Ninguna				
Observaciones: texto									
10.2. El atractivo forma parte de una oferta establecida (paquete turístico)					SI	<input type="checkbox"/>	NO	Especifique: texto	
Observaciones: texto									
11. REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA (M)									
11.1. Frecuencia de visita según datos estadísticos									
<input type="checkbox"/>									
a. ¿Posee un sistema de registro de visitantes?	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	Tipo: Digital	Papel	Años de registro	0	
b. ¿Se genera reporte de estadísticas de visita al atractivo?	SI	<input type="checkbox"/>	NO		Frecuencia de los reportes:		Ninguna		
c. Temporalidad de visita al atractivo									
Alta (meses)	<input type="checkbox"/>	Especifique	texto		Número de visitantes		0		
Baja (meses)	<input type="checkbox"/>		texto				0		
d. Llegada de turistas									
Turista nacional		Llegadas mensuales		Total anual	Turista extranjero		Llegadas mensuales	Total Anual	
Ciudades de origen	texto	0	0	Países de origen	texto	0	0		
	texto	0	0		texto	0	0		
	texto	0	0		texto	0	0		
Observaciones: texto									
11.2. Frecuencia de visita según informantes clave									
Nombre del Informante Clave:		texto			Contacto:		(+593)		
Demanda según días de visita				Demanda según frecuencia de visita					
Lunes a viernes	0	Fines de semana	0	Días feriados	0	Permanente	Estacional	Esporádica	Inexistente
Observaciones: texto									

12. RECURSO HUMANO				SI	NO	S/I					
a. Número de personas a cargo de la administración y operación del atractivo		0		d. Número de personas especializadas en turismo		0					
e. Número de personas con nivel de instrucción (M):		f. Número de personas capacitadas por temática (M)		g. Número de personas que manejan algún de Idiomas (M)							
Primaria	0	Secundaria	0	Primeros Auxilios	0	Hospitalidad	0	Inglés	0	Alemán	0
Tercer Nivel	0	Cuarto Nivel	0	Atención al Cliente	0	Guianza	0	Francés	0	Italiano	0
Otro	texto	Sensibilización de discapacidades	de 0	Otro	texto	Chino	0	Otro	texto		
Observaciones: texto											
13. DESCRIPCION DEL ATRACTIVO (500 caracteres)											
EN EL AÑO 1902, SE CREA LA PRIMERA CASA TIPO COLONIAL., CON MATERIAL DE LA ZONA, CON MADERA DE LAUREL EN LAS VIGAS Y PIEDRA PILLILATA, DECORACIONES SEGUN LA EPOCA Y TEJA LA CASA FUE UTILIZADA PARA LA VENTA Y CONTABILIDAD DE BOLETOS PARA TRANSPORTE DE CARGA EN EL TREN. PERTENECIO A ARCHER HARMAN, ESTADOUNIDENSE PROMOTOR Y CONSTRUCTOR DEL FERROCARRIL GUAYAQUIL QUITO, EN ESE LUGAR PERNOCTO EL GENERAL ELOY ALFARO, EX PRESIDENTE DEL ECUADOR.											
14. ANEXOS											
a. Archivo Fotográfico (dos) (HD)											
											
Fuente: GAD municipal del cantón Cevallos											
b. Ubicación gráfica del Atractivo											
											
Fuente: https://www.google.com/maps/place/1%C2%B021'20.3%22S+78%C2%B036'53.3%22W/@-1.355641,-78.6158873,18z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x0:0x018m2!3d-1.355641!4d-78.614793											

Fuente: Área de turismo del cantón Cevallos (2019)

Ficha de Jerarquización Iglesia Central

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																	
Código del atractivo:	1	8	0	3	5	O	M	C	O	1	O	6	0	2	G	0	1
	Provincia		Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo		
1. DATOS GENERALES																	
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																	
IGLESIA CENTRAL																	
1.2 Categoría				1.3 Tipo				1.4 Subtipo									
MANIFESTACIONES_CULTURALES				ARQUITECTURA				OTRAS INFRAESTRUCTURAS SOCIALES									
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO																	
2.1 Provincia				2.2 Cantón				2.3 Parroquia									
TUNGURAHUA				CEVALLOS				CEVALLOS									
2.4 Barrio, Sector o Comuna				2.5 Calle Principal				2.6 Número		2.7 Transversal							
CABECERA CANTONAL				AV. 24 DE MAYO				S/N		FELIPE REAL							
2.8 Latitud (grados decimales)				2.9 Longitud (grados decimales)				2.10 Altura (msnm)									
-1.354855				-78.616478				2.890									
2.11 Información del administrador																	
a. Tipo de Administrador: texto				b. Nombre de la Institución: texto													
c. Nombre del Administrador: texto				d. Cargo que ocupa: texto													
e. Teléfono / Celular: (+593)				f. Correo Electrónico: texto													
Observaciones: texto																	
3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO																	
3.1 Características climatológicas <input checked="" type="checkbox"/>																	
a. Clima: ECUATORIAL MESOTÉRMICO				b. Temperatura(°C): 14°C				c. Precipitación Pluviométrica (mm): 400 a 500									
3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>																	
a. Cultura <input checked="" type="checkbox"/>				b. Naturaleza				c. Aventura									
3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico <input type="checkbox"/>																	
a. Prístino <input type="checkbox"/>				b. Primitivo <input type="checkbox"/>				c. Rústico Natural		d. Rural		e. Urbano					
3.4 Ingreso al atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>																	
a. Tipo de Ingreso		b. Horario de Atención				c. Atención											
		Ingreso	Salida	Todos los días		Fines de semana y feriados		Solo días hábiles		Otro		Especificar					
Libre		7:00	19:00							texto							
Restringido		0:00	0:00							texto							
Pagado		0:00	0:00							texto							
d. Maneja un sistema de reservas:				f. Forma de Pago:		Efectivo		Dinero Electrónico		Depósito Bancario		Tarjeta de Débito					
e. Precio:		Desde 0,00	Hasta 0,00			Tarjeta de Crédito		Transferencia Bancaria		Cheque							
g. Meses recomendables de visita:				texto													
Observaciones: texto																	

6. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO 64 65 66

a. Nombre de la ciudad o población más cercana (Que presente condiciones extremas de accesión): CANTÓN CANAL CHICO (0907001400-000-0000000)

b. Distancia desde la ciudad o población más cercana: D. Coordenadas Geográficas: Lat: -1.346336 Long: -78.016336

6.2 Vías de Acceso (M)		Coordenada de inicio		Coordenada de fin		Distancia (Km)		Tipo de material		Estado	
a. Terrestre (M)	a. Primeras orlas	1.346336	-78.016336	1.346336	-78.016336	0.00	Asfalto				
	b. Segunda orlas					0	Grava				
	c. Tercera orlas					0	Grava				

6.3 Aviones (U)		Nacional		Internacional	
a. Aviones (U)					

6.4 Servicios de transporte (M)

a. Tipo: b. Frecuencia: c. Transporte: d. Tasa: e. Moto taxi: f. Teleférico

a. Frecuencia: b. Hora: c. Buses: d. Camión: e. Avión: f. Avión

a. Frecuencia: b. Hora: c. Buses: d. Camión: e. Avión: f. Avión

6.4.1 Detalle de transporte hacia el atractivo (M)

a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio: b. Estación / Terminal: c. Frecuencia: d. Detalle (Creador origen / destino)

6.5 Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad (M)	
General	Disapacidad Física
Disapacidad Visual	Disapacidad Auditiva
Disapacidad Intelectual o Psicomotriz	d. No es accesible

6.6 Subestación: Estado (U) Buena Regular Mala

6. ANÁLISIS AMBIENTAL / COMPLEMENTARIOS 68 69 70

6.1 Planta turística (M)

a. En el Atractivo: b. En la ciudad o población cercana

Alojamiento				Alimentación			
Establecimientos registrados	Número de Establecimientos	Número de Habitaciones	Número de Plazas	Establecimientos registrados	Número de Establecimientos	Número de Habitaciones	Número de Plazas
Hotel	1	30	30	Hotel	1	30	30
Hostal	0	0	0	Hostal	0	0	0
Finca	1	20	20	Finca	1	20	20
Finca rural turística	0	0	0	Finca rural turística	0	0	0
Estancia	0	0	0	Estancia	0	0	0
Reserva	0	0	0	Reserva	0	0	0
Parque	0	0	0	Parque	0	0	0
Compartimiento turístico	0	0	0	Compartimiento turístico	0	0	0
Casa de Hospedaje	0	0	0	Casa de Hospedaje	0	0	0

Bebidas y comidas				Atracciones y actividades			
Establecimientos registrados	Número de Establecimientos	Número de Habitaciones	Número de Plazas	Establecimientos registrados	Número de Establecimientos	Número de Habitaciones	Número de Plazas
Restaurante	1	3	3	Restaurante	1	3	3
Cafetería	0	0	0	Cafetería	0	0	0
Bar	0	0	0	Bar	0	0	0
Panadería de masa	0	0	0	Panadería de masa	0	0	0

Agencias de Viaje				Agencias de Viaje			
Establecimientos registrados	Número de Establecimientos	Número de Habitaciones	Número de Plazas	Establecimientos registrados	Número de Establecimientos	Número de Habitaciones	Número de Plazas
Agencias de Viaje	0	0	0	Agencias de Viaje	0	0	0
Agencias de Viaje	0	0	0	Agencias de Viaje	0	0	0
Agencias de Viaje	0	0	0	Agencias de Viaje	0	0	0

6.2 Facilidades en el entorno al atractivo (M)

a. De apoyo a la gestión turística: b. De información y señalización: c. De recreación y actividades: d. De servicios: e. Otros

6.3 Complementarios a la actividad turística (M)	
a. Alquiler y venta de equipos deportivos: b. Alquiler y venta de equipos deportivos	
Casa de cambio: Cajeros automáticos: Otros: Casa de cambio: Cajeros automáticos: Otros	

6. ESTADO DE CONSERVACION E INTEGRACION ATRACTIVO / ENTORNO 81 82 83

6.1 Atractivo (U)

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

6.1.1 Factores de alteración y deterioro (M)

6.1.1.1 Naturales (M): a. Frecuencia: b. Humedad: c. Elementos naturales: d. Fuego/tema: e. Otros

6.1.1.2 Antrópicas / Antropogénicas (M): a. Actividades agrícolas y ganaderas: b. Actividades forestales: c. Negligencia / abandono: d. Condiciones de uso y explotación: e. Contaminación de residuos: f. Desarrollo industrial / comercial: g. Desarrollo urbano: h. Actividades extractivas / minería: i. Fugas de contaminación: j. Espasmos urbanos: k. Sismicidad

6.2 Entorno (U)

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

6.2.1 Factores de alteración y deterioro (M)

6.2.1.1 Naturales (M): a. Frecuencia: b. Humedad: c. Elementos naturales: d. Fuego/tema: e. Otros




6.2.1.2 Antrópicas / Antropogénicas (M): a. Actividades agrícolas y ganaderas: b. Actividades forestales: c. Negligencia / abandono: d. Condiciones de uso y explotación: e. Contaminación de residuos: f. Desarrollo industrial / comercial: g. Desarrollo urbano: h. Actividades extractivas / minería: i. Fugas de contaminación: j. Espasmos urbanos: k. Sismicidad

6.3 Efectividad del espacio turístico asociado al atractivo

a. Deteriorado: b. Deteriorado: c. Deteriorado: d. Deteriorado: e. Alterado: f. Deteriorado

7. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA										SI	NO	S/I
7.1 Servicios Básicos												
<input checked="" type="checkbox"/>												
a. En el atractivo						b. En la ciudad o poblado más cercano						
Agua: <input checked="" type="checkbox"/> Potable						Agua: <input checked="" type="checkbox"/> Potable						
Especifique: POTABLE DE LA REGIONAL YANAHURCO Y LA OREJA DEL DIABLO						Especifique: POTABLE DE LA REGIONAL YANAHURCO Y LA OREJA DEL DIABLO						
Energía eléctrica: <input checked="" type="checkbox"/> Red eléctrica de servicio público						Energía eléctrica: <input checked="" type="checkbox"/> Red eléctrica de servicio público						
Especifique: GENERADOR DE LUZ						Especifique: GENERADOR DE LUZ						
Saneamiento: <input checked="" type="checkbox"/> Red pública						Saneamiento: <input checked="" type="checkbox"/> Red pública						
Especifique: ALCANTARILLADO						Especifique: ALCANTARILLADO						
Disposición de desechos: <input checked="" type="checkbox"/> Carro Recolector						Disposición de desechos: <input checked="" type="checkbox"/> Carro Recolector						
Especifique: EL CANTÓN CUENTA CON UN SISTEMA DE MANEJO DE DESECHOS SÓLIDOS DE DOMINGO A DOMINGO						Especifique: EL CANTÓN CUENTA CON UN SISTEMA DE MANEJO DE DESECHOS SÓLIDOS DE DOMINGO A DOMINGO						
Observaciones: <input checked="" type="checkbox"/>						Observaciones: <input checked="" type="checkbox"/>						
7.2 Señalética en el atractivo												
<input checked="" type="checkbox"/>												
7.2.1 Ambiente	7.2.2. Tipo					7.2.3. Materialidad				7.2.4. Estado		
			a. Madera	b. Aluminio	c. Otro	Especifique			B	R	M	
En áreas urbanas	Pictograma de atractivos naturales		0	0	0	TEXTO						
	Pictograma de atractivos culturales		0	0	0	TEXTO						
	Pictograma de actividades turísticas		0	3	0	UBICADOS EN EL BARRIO MANZANA DE ORO SECTOR HUACHI GRANDE DOMINGO SE						
	Pictograma de servicios de apoyo		0	0	0	TEXTO						
	Pictogramas de restricción		0	0	0	TEXTO						
	Tótems de atractivos turísticos		0	0	0	TEXTO						
	Tótems de sitio		0	0	0	TEXTO						
En áreas naturales	Tótema direccionales		0	0	0	TEXTO						
	Pictograma de atractivos naturales		0	0	0	TEXTO						
	Pictograma de atractivos culturales		0	0	0	TEXTO						
	Pictograma de actividades turísticas		0	0	0	TEXTO						
	Pictograma de servicios de apoyo		0	0	0	TEXTO						
	Pictogramas de restricción		0	0	0	TEXTO						
	Señales turísticas de aproximación		0	2	0	UBICADO EN EL BARRIO LOS VINCES						
	Panels de direccionamiento hacia atractivos		0	0	0	TEXTO						
	Panel informativo de atractivos		0	0	0	TEXTO						
	Panel informativo de direccionamiento hacia atractivos, servicios y actividades		0	1.0	0	UBICADOS EN LA ZONA COMERCIAL EN EL CENTRO DEL CASABLANCA DE LOS						
Letreros informativos	Mesas interpretativas		0	0	0	TEXTO						
	Tótem de sitio		0	0	0	TEXTO						
	Tótem de direccionamiento		0	0	0	TEXTO						
	De información botánica		0	0	0	TEXTO						
	Normativos de concientización		0	0	0	TEXTO						
Señalética interna de seguridad	Protección de los elementos del atractivo		0	0	0	TEXTO						
	Otros		TEXTO									
Observaciones: <input checked="" type="checkbox"/>												
7.3 Salud (más cercano) (M)												
a. En el atractivo						b. En la ciudad o poblado más cercano						
Hospital o Clínica	Cantidad		0	Hospital o Clínica		Cantidad		0				
Puesto / Centro de salud		1	Puesto / Centro de salud		1							
Dispensario médico		0	Dispensario médico		0							
Botiquín de primeros auxilios		1	Botiquín de primeros auxilios		0							
Otros		0	Otros		0							
Observaciones: <input checked="" type="checkbox"/> EL CANTÓN CEVALLOS CUENTA CON UN CENTRO DE SALUD TIPO C												
7.4 Seguridad (M)												
a. Privada	Detalle	TEXTO										
b. Policía nacional		DESTACAMENTO DE LA POLICIA DEL CANTÓN CEVALLOS										
c. Policía metropolitana / Municipal		DESTACAMENTO DE LA POLICIA DEL CANTÓN CEVALLOS										
d. Otra		TEXTO										
Observaciones: <input checked="" type="checkbox"/>												
7.5 Servicio de comunicación de uso público (M)												
a. En el atractivo						b. En la ciudad o poblado más cercano						
Telefonía (M)						Telefonía (M)						
Conexión a internet (M)						Conexión a internet (M)						
Fija	Línea telefónica	Fibra óptica	Fija			Línea telefónica	Fibra óptica					
Móvil	Satélite	Redes inalámbricas	Móvil			Satélite	Redes inalámbricas					
Satélite	Telefonía móvil		Satélite			Telefonía móvil						
Observaciones: <input checked="" type="checkbox"/>												
Radio portátil (U)												
De uso exclusivo para el visitante				De uso exclusivo para comunicación interna				De uso exclusivo en caso de emergencia				
Observaciones: <input checked="" type="checkbox"/>												
7.6 Multiamenazas (M)												
Deslaves			Sismos			Erupciones volcánicas			Incendios forestales			
Sequía			Inundaciones			Aguajes			Tsunami			
¿Existe un plan de contingencia en caso de catástrofes?			Institución que elaboró el documento:			Nombre documento: del			Año elaboración: de			
Observaciones: <input checked="" type="checkbox"/>												
8. POLÍTICAS Y REGULACIONES												
<input checked="" type="checkbox"/>												
SI												
NO												
S/I												
a. ¿El GAD cuenta con el Plan de Desarrollo Turístico Territorial? <input checked="" type="checkbox"/>												
SI NO Año de elaboración: Especifique:												
b. ¿El atractivo se encuentra dentro de la planificación turística territorial (GAD'S)? <input checked="" type="checkbox"/>												
SI NO Especifique: EN EL DEPARTAMENTO DE PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA SE HA PREVISTO REALIZAR LA RECUPERACIÓN DEL ATRACTIVO CULTURAL PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO DEL CANTÓN												
c. ¿Existen normativas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo? <input checked="" type="checkbox"/>												
SI NO Especifique: Dentro del COTAD dice que la función del gobierno autónomo descentralizado municipal es: 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.												
d. ¿Existen ordenanzas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo? <input checked="" type="checkbox"/>												
SI NO Especifique: AL MOMENTO NO EXISTE UNA ORDENANZA QUE REGULE LA PARTE O LA ACTIVIDAD TURÍSTICA DENTRO DE LOS ATRACTIVOS DEL CANTÓN SEAN ESTOS NATURALES Y CULTURALES DEL CANTÓN												
Observaciones: <input checked="" type="checkbox"/>												

9. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U)					SI	NO	S/I		
9.1 ATRACTIVOS NATURALES (M)									
9.1.1 En el Agua (M)									
a. Buceo	b. Kayak de mar	c. Kayak lacustre	d. Kayak de Río	e. Surf					
f. Kite surf	g. Rafting	h. Snorkel	i. Tubing	j. Regata					
k. Paseo en panga	l. Paseo en bote	m. Paseo en lancha	n. Paseo en moto acuática	o. Parasailing					
p. Esquí acuático	q. Banana flotante	r. Boya	s. Pesca deportiva	Otro			texto		
Observaciones: texto									
9.1.2 En el Aire (M)									
a. Alas Delta	b. Canopy	c. Parapente	d. Otro				texto		
Observaciones: texto									
9.1.3 En Superficie Terrestre (M)									
a. Montañismo	b. Escalada	c. Senderismo	d. Cicloturismo	e. Canyoning					
f. Exploración de cuevas	g. Actividades Recreativas	h. Cabalgata	i. Caminata	j. Camping					
k. Picnic	l. Observación de flora y fauna	m. Observación de astros	n. Otro				texto		
Observaciones: texto									
9.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U)									
9.2.1 Tangibles e intangibles									
a. Recorridos guiados		b. Recorrido autoguiados		c. Visita a talleres artísticos					
b. Participación en talleres artísticos	<input type="checkbox"/>	d. Visita a talleres artesanales		i. Participación en talleres artesanales					
c. Exposiciones temáticas permanentes, temporales y eventuales	<input type="checkbox"/>	f. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales.		i. Actividades vivenciales y/o lúdicas					
g. Presentaciones o representaciones en vivo	<input checked="" type="checkbox"/>	h. Muestras audiovisuales		g. Fotografía					
j. Degustación de platos tradicionales	<input type="checkbox"/>	l. Participación de la celebración		m. Compra de artesanías					
n. Convivencia	<input type="checkbox"/>	o. Medicina ancestral		Otro			texto		
Observaciones: texto									
10. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO									
10.1. Medios de Promoción del Atractivo (M)									
¿Existe un plan de promoción turística cantonal?					SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	Especifique: Dentro del presupuesto del área de turismo se destina un rubro presupuestario para la promoción y difusión de los atractivos naturales y culturales del cantón	
¿El Atractivo se encuentra incluido en el plan de promoción turístico cantonal?					SI		NO		
Medio Promocional	<input type="checkbox"/>	Dirección y nombre de los medios promocionales			Periodicidad de la promoción				
a. Página WEB	<input checked="" type="checkbox"/>	URL: https://www.cevallos.gob.ec/			Ninguna				
b. Red Social	<input type="checkbox"/>	Nombre: texto			Ninguna				
c. Revistas Especializadas	<input type="checkbox"/>	Nombre: texto			Ninguna				
d. Material POP	<input type="checkbox"/>	Nombre: texto			Ninguna				
e. Oficina de Información Turística	<input type="checkbox"/>	Nombre: texto			Ninguna				
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa)	<input type="checkbox"/>	Nombre: texto			Ninguna				
g. Asistencia a ferias turísticas	<input type="checkbox"/>	Nombre: texto			Ninguna				
h. Otro	<input type="checkbox"/>	Nombre: texto			Ninguna				
Observaciones: texto									
10.2. El atractivo forma parte de una oferta establecida (paquete turístico)					SI		NO	Especifique: texto	
Observaciones: texto									
11. REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA (M)									
11.1. Frecuencia de visita según datos estadísticos									
<input type="checkbox"/>									
a. ¿Posee un sistema de registro de visitantes?	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	Tipo: Digital	Papel	Años de registro	0	
b. ¿Se genera reporte de estadísticas de visita al atractivo?	SI	<input type="checkbox"/>	NO		Frecuencia de los reportes:		Ninguna		
c. Temporalidad de visita al atractivo									
Alta (meses)	<input type="checkbox"/>	Especifique	texto			Número de visitantes	0		
Baja (meses)	<input type="checkbox"/>		texto				0		
d. Llegada de turistas									
Turista nacional		Llegadas mensuales		Total anual	Turista extranjero		Llegadas mensuales		Total Anual
Ciudades de origen	texto	0	0		Paises de origen	texto	0	0	
	texto	0	0			texto	0	0	
	texto	0	0			texto	0	0	
Observaciones: texto									
11.2. Frecuencia de visita según informantes clave									
Nombre del Informante Clave:			texto			Contacto:			(+593)
Demanda según días de visita				Demanda según frecuencia de visita					
Lunes a viernes	0	Fines de semana	0	Días feriados	0	Permanente	Estacional	Esporádica	Inexistente
Observaciones: texto									

12. RECURSO HUMANO				SI	NO	Inexistente	S/I				
a. Número de personas a cargo de la administración y operación del atractivo				0	d. Número de personas especializadas en turismo			0			
e. Número de personas con nivel de instrucción (M):		f. Número de personas capacitadas por temática (M)			g. Número de personas que manejan algún de Idiomas (M)						
Primaria	0	Secundaria	0	Primeros Auxilios	0	Hospitalidad	0	Inglés	0	Alemán	0
Tercer Nivel	1	Cuarto Nivel	0	Atención al Cliente	0	Guianza	0	Francés	0	Italiano	0
Otro	texto	Sensibilización de discapacidades	0	Otro	texto	Chino	0	Otro	texto		
Observaciones: texto											
13. DESCRIPCION DEL ATRACTIVO (500 caracteres)											
EL INMUEBLE PRESENTA UNA ARQUITECTURA MODERNA CON VALOR RECONOCIDO A NIVEL LOCAL, SU FACHADA ES DE FORMA TRIANGULAR, LAS PAREDES SON DE COLOR ROSADO, BASE DE PIEDRA DE COLOR CREMA, CONSTA DE UN VANO Y UNA CAMPANA EN LA PARTE SUPERIOR CENTRAL. LA IGLESIA MATRIZ TAMBIÉN MANTIENE VALORES HISTÓRICOS, TESTIMONIALES Y SIMBÓLICOS YA QUE ES EL ESPACIO PARA LA ORACIÓN											
14. ANEXOS											
a. Archivo Fotográfico (dos) (HD)											
											
Fuente: GAD municipal del cantón Cevallos											
b. Ubicación gráfica del Atractivo											
											
Fuente: https://www.google.com/maps/place/iglesia+parroquial+de+San+Pedro+de+Cevallos/@1.3546646,-78.6167133,48.29z/data=!4m5!3m4!1s0x91d39d216a6b24bb:0x056725648c9e349a18m2!3d-1.3547842!4d-78.6160222											

Fuente: Área de turismo del cantón Cevallos (2019)



Ficha de Jerarquización Monumento a Pedro Fermín Cevallos

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																	
Código del atractivo:	1	8	0	3	5	O	M	C	O	1	O	6	0	2	G	0	1
	Provincia		Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo		
1. DATOS GENERALES																	
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																	
MONUMENTO PEDRO F. CEVALLOS																	
1.2 Categoría					1.3 Tipo					1.4 Subtipo							
MANIFESTACIONES CULTURALES					ARQUITECTURA					MONUMENTOS							
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO																	
2.1 Provincia					2.2 Cantón					2.3 Parroquia							
TUNGURAHUA					CEVALLOS					CEVALLOS.							
2.4 Barrio, Sector o Comuna					2.5 Calle Principal			2.6 Número		2.7 Transversal							
CABECERA CANTONAL					AV. 24 DE MAYO			S/N		FELIPE REAL							
2.8 Latitud (grados decimales)					2.9 Longitud (grados decimales)					2.10 Altura (msnm)							
-1.354963					-78.616294					2.890							
2.11 Información del administrador																	
a. Tipo de Administrador:					b. Nombre de la Institución:												
c. Nombre del Administrador:					d. Cargo que ocupa:												
e. Teléfono / Celular:					f. Correo Electrónico:												
Observaciones:																	
3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO																	
3.1 Características climatológicas																	
a. Clima:					b. Temperatura(°C):					c. Precipitación Pluviométrica (mm):							
ECUATORIAL MESOTÉRMICO					14°C					400 a 500							
3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U)																	
a. Cultura					b. Naturaleza					c. Aventura							
3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico																	
a. Prístino			b. Primitivo			c. Rústico Natural			d. Rural			e. Urbano					
3.4 Ingreso al atractivo (U)																	
a. Tipo de Ingreso		b. Horario de Atención			c. Atención												
		Ingreso	Salida		Todos los días			Fines de semana y feriados			Solo días hábiles			Otro			Especificar
Libre		0:00	0:00											texto			
Restringido		0:00	0:00											texto			
Pagado		0:00	0:00											texto			
d. Maneja un sistema de reservas:				f. Forma de Pago:		Efectivo		Dinero Electrónico		Depósito Bancario		Tarjeta de Débito					
e. Precio:		Desde	0,00			Hasta	0,00	Tarjeta de Crédito		Transferencia Bancaria			Cheque				
g. Meses recomendables de visita:				texto													
Observaciones:				texto													

B. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO										S4	S63	S64																		
b. Número de la ciudad o poblado más cercano (Que presente evidencias visuales de servicios)										CANTÓN GENERAL DON SIMÓN BOLÍVAR - ACACAY																				
b.1. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano										0.00	km	0.00	km	0.00	km	0.00	km	0.00	km											
Observaciones										El poblado más cercano es el mismo.																				
b.2. Vías de Acceso (M)																														
a. Terrestre (M)																														
Tipo de vía										Coordinada de inicio			Coordinada de Fin			Distancia (Km)			Tipo de material			Estado								
a. Primer orden										11.888330, -78.610000			11.888330, -78.610000			0.00			Asfalto/Grava			Bueno								
b. Segundo orden																														
c. Tercer orden																														
Observaciones																														
b. Acuático (U)																														
Naturales										Puerto / Suelo de llegada						Puerto / Suelo de Llegada														
Estructuras										Puerto / Suelo de llegada						Puerto / Suelo de Llegada														
Fisical										Puerto / Suelo de llegada						Puerto / Suelo de Llegada														
Observaciones																														
c. Aéreo (U)										Natural			Informacional																	
Observaciones																														
b.3. Servicios de transporte (M)																														
a. Bus										b. Ferrocarril			c. Transporte 3o d.			e. Taxis			f. Otros taxi			g. Telefónicos								
h. Lancha										i. Bote			j. Barco			k. Camión			l. Avión			m. Ascensor								
Observaciones										Español/Quechua			Español/Quechua																	
b.3.1. Estado de transporte hacia el atractivo (M)																														
a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio										b. Estación / terminal			c. Pasajeros			d. Estado (Creado origen / destino)														
COOPERATIVA DE LOS ASES										CEN DE LOS ASES			100			Bueno			Bueno											
COOPERATIVA DEL TRÁNSITO DEL GENERAL DON SIMÓN BOLÍVAR										COOPERATIVA GENERAL DEL TRÁNSITO DEL GENERAL DON SIMÓN BOLÍVAR			100			Bueno			Bueno											
Observaciones																														
b.3.2. Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad (M)																														
General										Especialidad Física			Especialidad Visual			Especialidad Auditiva			Especialidad Intelectual o Psicomotriz			d. No es accesible								
Observaciones																														
b.3.3. Señalización																														
a. Señalización de aproximación al atractivo										Estado (U)			Bueno			Regular			Malo											
Observaciones																														
B. PLANES Y POLÍTICAS / COMPLEMENTARIAS										S4	S63	S64																		
b.1. Planes turísticos (M)																														
a. En el Atractivo										b. En la ciudad o poblado cercano																				
Alojamiento										Establecimientos registrados			Número de Habitaciones			Número de Pisos			Alojamiento			Establecimientos registrados			Número de Habitaciones			Número de Pisos		
Hotel										0			0			0			Hotel			1			00			00		
Hostal										0			0			0			Hostal			0			0			0		
Hacienda										0			0			0			Hacienda			1			00			00		
Hacienda Turística										0			0			0			Hacienda Turística			0			0			0		
Ecoturaje										0			0			0			Ecoturaje			0			0			0		
Reserva										0			0			0			Reserva			0			0			0		
Refugio										0			0			0			Refugio			0			0			0		
Empresarios Turísticos										0			0			0			Empresarios Turísticos			0			0			0		
Casa de Hospedaje										0			0			0			Casa de Hospedaje			0			0			0		
Observaciones																														
Alimentación y bebidas										Establecimientos registrados			Número de Mesas			Número de Pisos			Alimentación y bebidas			Establecimientos registrados			Número de Mesas			Número de Pisos		
Restaurante										0			0			0			Restaurante			0			0			0		
Cafetería										0			0			0			Cafetería			0			0			0		
Bar										0			0			0			Bar			0			0			0		
Puestos de comida										0			0			0			Puestos de comida			0			0			0		
Observaciones																														
Agencias de Viaje										Establecimientos registrados						Agencias de Viaje			Establecimientos registrados											
Simpliciter										0			0			Simpliciter			0			0			0					
Intermedios										0			0			Intermedios			0			0			0					
Especialistas										0			0			Especialistas			0			0			0					
Observaciones										EL CANTÓN DEL CUEVA CON UNA AGENCIA DE VIAJES						Observaciones			EL CANTÓN DEL CUEVA CON UNA AGENCIA DE VIAJES											
Especial										Nacional			Nacional			Especial			Local			Nacional			Especial					
Observaciones													Asistencia																	
Observaciones																														
b.2. Evidencias en el entorno del atractivo																														
Categoría (M)										Tipo (M)			Cantidad			Coordenadas			Administrador			Accesibilidad			Estado (U)					
a. De apoyo a la gestión turística										Punto de Información			1			11.888330, -78.610000			ARCA DEL TRÁNSITO DEL GENERAL DON SIMÓN BOLÍVAR			Bueno			Bueno					
b. De información y señalización										Punto de información			0			0			0			0			0					
c. De seguridad y bienestar										Estaciones de generación de energía			0			0			0			0			0					
d. De servicios										Mesas sanitarias			0			0			0			0			0					
e. Otros										Bancos automáticos			0			0			0			0			0					
Observaciones																														
b.3. Complementarios a la actividad turística (M)																														
a. Alquiler y venta de equipo										Venta de artesanías y merchandising			Alquiler y mercaderías			Venta de equipo			Alquiler y mercaderías			Venta de artesanías y merchandising								
Casa de cambio										Cajeros automáticos			Otros			Casa de cambio			Cajeros automáticos			Otros								
Español/Quechua										Español/Quechua			Español/Quechua			Español/Quechua			Español/Quechua			Español/Quechua								
Observaciones																														
B. ESTADO DE CONSERVACION E INTEGRACION ATRACTIVO / ENTORNO										S4	S63	S64																		
b.1. Atractivo (U)																														
a. Conservado										b. Alterado			c. En proceso de deterioro			d. Deteriorado														
Observaciones																														
b.1.1. Factores de atracción y deterioro (M)																														
a.1.1.1. Naturales (M)																														
a. Humedad										a. Actividades agrícolas y ganaderas			b. Actividades forestales			c. Actividades extractivas / minería														
b. Humedad										d. Actividades industriales			e. Regeneración / abandono			f. Fugas de agua														
c. Humedad natural										g. Condiciones de terreno			h. Condiciones de uso y explotación			i. Falta de mantenimiento														
d. Flora/fauna										j. Contaminación del ambiente			k. Contaminación de residuos			l. Espasmos urbanos														
e. Clima										m. Conflictos políticos / social			n. Desarrollo industrial / comercial			o. Vandalismo														
Otros										Español/Quechua			Español/Quechua			Español/Quechua			Español/Quechua											
Observaciones										SE LE DA UN DERECHO ADMINISTRATIVO DE RESERVA																				
b.2. Entorno (U)																														
a. Conservado										b. Alterado			c. En proceso de deterioro			d. Deteriorado														
Observaciones																														
b.2.1. Factores de atracción y deterioro (M)																														
a.1.1.1. Naturales (M)																														
a. Humedad										a. Actividades agrícolas y ganaderas			b. Actividades forestales			c. Actividades extractivas / minería														
b. Humedad										d. Actividades industriales			e. Regeneración / abandono			f. Fugas de agua														
c. Humedad natural										g. Condiciones de terreno			h. Condiciones de uso y explotación			i. Falta de mantenimiento														
d. Flora/fauna										j. Contaminación del ambiente			k. Contaminación de residuos			l. Espasmos urbanos														
e. Clima										m. Conflictos políticos / social			n. Desarrollo industrial / comercial			o. Vandalismo														
Otros										Español/Quechua			Español/Quechua			Español/Quechua			Español/Quechua											
Observaciones																														
b.3. Desempeño del espacio turístico asociado al atractivo																														
a. Desempeño										b. Desempeño			c. Desempeño			d. Desempeño														
Observaciones										En algunas zonas del Cantón Cuevas no ha sido distribuido como atractivo, debido a límites turísticos.																				

7. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA		SI	NO	S/I				
7.1 Servicios Básicos								
a. En el atractivo		b. En la ciudad o poblado mas cercano						
Agua:	Potable	Potable						
Especifique:	POTABLE DE LA REGIONAL YANAHUICO Y LA OREJA DEL DIABLO	Especifique: POTABLE DE LA REGIONAL YANAHUICO Y LA OREJA DEL DIABLO						
Energía eléctrica:	Red eléctrica de servicio público	Energía eléctrica Red eléctrica de servicio público						
Especifique:	GENERADOR DE LUZ	Especifique: GENERADOR DE LUZ						
Saneamiento:	Red pública	Saneamiento: Red pública						
Especifique:	ALCANTARILLADO	Especifique: ALCANTARILLADO						
Disposición de desechos:	Carro Resolutor	Disposición de desechos Carro Resolutor						
Especifique:	EL CANTÓN CUENTA CON UN SISTEMA DE MANEJO DE DESECHOS SOLIDOS DE DOMINGO A DOMINGO	Especifique: EL CANTÓN CUENTA CON UN SISTEMA DE MANEJO DE DESECHOS SOLIDOS DE DOMINGO A DOMINGO						
Observaciones:	NENUNO							
7.2 Señalética en el atractivo								
7.2.1 Ambiente	7.2.2. Tipo	7.2.3. Materialidad				7.2.4. Estado		
		a. Madera	b. Aluminio	c. Otro	Especifique	B	R	M
En áreas urbanas	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	TEXTO			
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	TEXTO			
	Pictograma de actividades turísticas	0	3	0	UBICADOS EN EL BARRIO MANZANA DE ORO SECTOR HUACHI GRANDE DONDE SE			
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	TEXTO			
	Pictogramas de restricción	0	0	0	TEXTO			
	Tótems de atractivos turísticos	0	0	0	TEXTO			
	Tótems de sitio	0	0	0	TEXTO			
En áreas naturales	Tótems direccionales	0	0	0	TEXTO			
	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	TEXTO			
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	TEXTO			
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	TEXTO			
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	TEXTO			
	Pictogramas de restricción	0	0	0	TEXTO			
	Señales turísticas de aproximación	0	2	0	UBICADO EN EL BARRIO LOS VINCER			
	Panels de direccionamiento hacia atractivos	0	0	0	TEXTO			
	Panel informativo de atractivos	0	0	0	TEXTO			
	Panel informativo de direccionamiento hacia atractivos, servicios y actividades	0	10	0	UBICADOS EN LA ZONA COMERCIAL EN EL CENTRO DEL PASEO DE LOS VINCER			
Letreros informativos	Mesas interpretativas	0	0	0	TEXTO			
	Tótem de sitio	0	0	0	TEXTO			
	Tótem de direccionamiento	0	0	0	TEXTO			
	De información botánica	0	0	0	TEXTO			
Señalética interna de seguridad	Normativos de concienciación	0	0	0	TEXTO			
	Protección de los elementos del atractivo	0	0	0	TEXTO			
Otros	NENUNO							
Observaciones:	NENUNO							
7.3 Salud (más cercano (M))								
a. En el atractivo		b. En la ciudad o poblado mas cercano						
Hospital o Clínica	Cantidad	0	Hospital o Clínica		Cantidad	0		
Puesto / Centro de salud		0	Puesto / Centro de salud			1		
Dispensario médico		1	Dispensario médico			0		
Botiquin de primeros auxilios		0	Botiquin de primeros auxilios			0		
Otros		0	Otros			0		
Observaciones:	EL CANTÓN CEVALLOS CUENTA CON UN CENTRO DE SALUD TIPO C							
7.4 Seguridad (M)								
a. Privada	Detalle	NENUNO						
b. Policía nacional		DESTACAMENTO DE LA POLICIA DEL CANTÓN CEVALLOS						
c. Policía metropolitana / Municipal		LA POLICIA MUNICIPAL LABORA CONJUNTO A LA COMISARIA MUNICIPAL LOS JUEVES Y DOMINGOS EN LAS FERIAS QUE SE DAN DENTRO DEL CANTÓN						
d. Otra		NENUNO						
Observaciones:	NENUNO							
7.5 Servicio de comunicación de uso público (M)								
a. En el atractivo		b. En la ciudad o poblado mas cercano						
Telefonía (M)	Conexión a internet (M)		Telefonía (M)	Conexión a internet (M)				
Fija	Línea telefónica	Fibra óptica	Fija	Línea telefónica	Fibra óptica			
Móvil	Satélite	Redes inalámbricas	Móvil	Satélite	Redes inalámbricas			
Satélite	Telefonía móvil		Satélite	Telefonía móvil				
Observaciones:	NENUNO							
Radio portátil (U)								
De uso exclusivo para el visitante		De uso exclusivo para comunicación interna		De uso exclusivo en caso de emergencia				
Observaciones:	NENUNO							
7.6 Multiamenazas (M)								
Deslaves		Sismos		Erupciones volcánicas				
Sequia		Inundaciones		Aguajes				
¿Existe un plan de contingencia en caso de catástrofe?		Institución que elaboró el documento:		Nombre del documento:				
Observaciones:	NENUNO	NENUNO	NENUNO	Año elaboración:	0			
8. POLÍTICAS Y REGULACIONES								
a. ¿El GAD cuenta con el Plan de Desarrollo Turístico Territorial?		SI	NO	Año de elaboración:				
b. ¿El atractivo se encuentra dentro de la planificación turística territorial (GAD S)?		SI	NO	Especifique:				
EN EL DEPARTAMENTO DE PLANIFICACIÓN ESTRATEGICA SE HA PREVISTO REALIZAR LA RECUPERACIÓN DEL ATRACTIVO CULTURAL PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO DEL CANTÓN								
c. ¿Existen normativas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?		SI	NO	Especifique:				
DENTRO DEL COOTAD DICE QUE LA FUNCION DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL EN REGULAR, CONTROLAR Y PROMOVER EL DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA CANTONAL EN COORDINACIÓN CON LOS DEMÁS GOBIERNOS AUTÓNOMOS DESCENTRALIZADOS, PROMOVENDO ESPECIALMENTE LA CREACIÓN Y FUNCIONAMIENTO DE ORGANIZACIONES ASOCIATIVAS Y EMPRESAS COMUNITARIAS DE TURISMO.								
d. ¿Existen ordenanzas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?		SI	NO	Especifique:				
AL MOMENTO NO EXISTE UNA ORDENANZA QUE REGULE LA PARTE O LA ACTIVIDAD TURÍSTICA DENTRO DE LOS ATRACTIVOS DEL CANTÓN SEAN ESTOS NATURALES Y CULTURALES DEL CANTÓN.								
Observaciones:	NENUNO							

9. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U)						SI	NO	S/I			
9.1 ATRACTIVOS NATURALES (M)											
9.1.1 En el Agua (M)											
a. Buceo	b. Kayak de mar	c. Kayak lacustre	d. Kayak de Río	e. Surf							
f. Kite surf	g. Rafting	h. Snorkel	i. Tubing	j. Regata							
k. Paseo en panga	l. Paseo en bote	m. Paseo en lancha	n. Paseo en moto acuática	o. Parasailing							
p. Esquí acuático	q. Banana flotante	r. Boya	s. Pesca deportiva	Otro	texto						
Observaciones: texto											
9.1.2 En el Aire (M)											
a. Alas Delta	b. Canopy	c. Parapente	d Otro					texto			
Observaciones: texto											
9.1.3 En Superficie Terrestre (M)											
a. Montañismo	b. Escalada	c. Senderismo	d. Cicloturismo	e. Canyoning							
f. Exploración de cuevas	g. Actividades Recreativas	h. Cabalgata	i. Caminata	j. Camping							
k. Picnic	l. Observación de flora y fauna	m. Observación de astros	n. Otro	texto							
Observaciones: texto											
9.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U)											
9.2.1 Tangibles e intangibles											
a. Recorridos guiados	b. Recorrido autoguiados			c. Visita a talleres artísticos							
h. Participación en talleres artísticos	d. Visita a talleres artesanales			i. Participación en talleres artesanales							
e. Exposiciones temáticas permanentes, temporales y eventuales	f. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales			i. Actividades vivenciales y/o lúdicas							
g. Presentaciones o representaciones en vivo	h. Muestras audiovisuales			g. Fotografía							
j. Degustación de platos tradicionales	l. Participación de la celebración			m. Compra de artesanías							
n. Convivencia	o. Medicina ancestral			Otro	texto						
Observaciones: texto											
10. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO						SI	NO	S/I			
10.1 Medios de Promoción del Atractivo (M)											
¿Existe un plan de promoción turística cantonal?			SI	NO	Especifique: texto						
¿El Atractivo se encuentra incluido en el plan de promoción turístico cantonal?			SI	NO							
Medio Promocional	Dirección y nombre de los medios promocionales					Periodicidad de la promoción					
a. Página WEB	URL: https://www.cevallos.gob.ec/					Ninguna					
b. Red Social	Nombre: TWITTER Y FACEBOOK COMO GAD MUNICIPAL DEL CANTÓN CEVALLOS					Todas					
c. Revistas Especializadas	Nombre: REVISTA EL CANTONAL Y REVISTA PROMOCIONAL DEL HONORABLE GOBIERNO PROVINCIAL					Anual					
d. Material POP	Nombre: TRIPTICOS, REVISTAS, HISTORIETAS, BANNERS, FOTOGRAFÍAS					Anual					
e. Oficina de Información Turística	Nombre: UBICADO EN LA ESTACIÓN DEL TREN EN LA CALLES ESPAÑA Y ORIENTE					Todas					
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa)	Nombre: TELEAMAZONAS, RADIO LA BRUJA, ZARACAY, CANELA					Anual					
g. Asistencia a ferias turísticas	Nombre: FERIAS CANTONALES, PROVINCIALES E INTERNACIONALES					Todas					
h. Otro	Nombre: texto					Ninguna					
Observaciones: texto											
10.2. El atractivo forma parte de una oferta establecida (paquete turístico)			SI	NO	Especifique: texto						
Observaciones: texto											
11. REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA (M)						SI	NO	S/I			
11.1. Frecuencia de visita según datos estadísticos											
a. ¿Posee un sistema de registro de visitantes?	SI	NO	Tipo:	Digital	Papel	Años de registro		0			
b. ¿Se genera reporte de estadísticas de visita al atractivo?	SI	NO	Frecuencia de los reportes:		Ninguna						
c. Temporalidad de visita al atractivo											
Alta (meses)	Especifique	texto					Número de visitantes	0			
Baja (meses)		texto						0			
d. Llegada de turistas											
Turista nacional		Llegadas mensuales		Total anual		Turista extranjero		Llegadas mensuales		Total Anual	
Ciudades de origen	texto	0	0	Países de origen	texto	0	0				
	texto	0	0		texto	0	0				
	texto	0	0		texto	0	0				
Observaciones: texto											
11.2. Frecuencia de visita según informantes clave											
Nombre del Informante Clave:			texto			Contactos:			(+593)		
Demanda según días de visita						Demanda según frecuencia de visita					
Lunes a viernes	0	Fines de semana	0	Días feriados	0	Permanente	Estacional	Esporádica	Inexistente		
Observaciones: texto											

12. RECURSO HUMANO				SI	NO	S/I					
a. Número de personas a cargo de la administración y operación del atractivo		0		d. Número de personas especializadas en turismo		0					
e. Número de personas con nivel de instrucción (M):		f. Número de personas capacitadas por temática (M)		g. Número de personas que manejan algún de Idiomas (M)							
Primaria	0	Secundaria	0	Primeros Auxilios	0	Hospitalidad	0	Inglés	0	Alemán	0
Tercer Nivel	0	Cuarto Nivel	0	Atención al Cliente	0	Guianza	0	Francés	0	Italiano	0
Otro	texto	Sensibilización discapacidades	de 0	Otro	texto	Chino	0	Otro	texto		
Observaciones: texto											
13. DESCRIPCION DEL ATRACTIVO (500 caracteres)											
EL MONUMENTO SE ENCUENTRA SOBRE UN MURO DE PIEDRA Y HORMIGÓN, LA ESTATUA FUE CONSTRUIDA DE MATERIALES DE MADERA Y HIERRO, DE COLOR DORADO Y NEGRO. LA ESCULTURA SE CONSTRUYÓ EN HONOR A PEDRO F CEVALLOS											
14. ANEXOS											
a. Archivo Fotográfico (dos) (HD)											
											
Fuente: texto											
b. Ubicación gráfica del Atractivo											
											
Fuente: https://www.google.com.ec/maps/place/1%C2%B021%2717.7%22%25+78%C2%B036%2758.5%22W/@-1.354913,-78.6184247,17z/data=!3m1!1e3!1m4!1s0x0:0x0!8m2!3d-1.354913!4d-78.616236											


Fuente: Área de turismo del cantón Cevallos (2019)

Ficha de Jerarquización al Ferroviario

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																		
Código del atractivo:	1	8	0	3	5	0	M	C	0	1	0	6	0	2	G	0	1	
	Provincia		Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo			
1. DATOS GENERALES																		
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																		
MONUMENTO AL FERROVIARIO																		
1.2 Categoría					1.3 Tipo					1.4 Subtipo								
MANIFESTACIONES_CULTURALES					ARQUITECTURA					MONUMENTOS								
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO																		
2.1 Provincia					2.2 Cantón					2.3 Parroquia								
TUNGURAHUA					CEVALLOS					CEVALLOS								
2.4 Barrio, Sector o Comuna				2.5 Calle Principal				2.6 Número			2.7 Transversal							
29 DE ABRIL				ORIENTE				S/N			POLICARPA TINAJERO							
2.8 Latitud (grados decimales)					2.9 Longitud (grados decimales)					Click		2.10 Altura (msnm)						
-1.356001					-78.614578							2.903						
2.11 Información del administrador																		
a. Tipo de Administrador: texto					b. Nombre de la Institución: texto													
c. Nombre del Administrador: texto					d. Cargo que ocupa: texto													
e. Teléfono / Celular: (+593)					f. Correo Electrónico: texto													
Observaciones: texto																		
3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO																		
3.1 Características climatológicas <input checked="" type="checkbox"/>																		
a. Clima: ECUATORIAL MESOTÉRMICO					b. Temperatura(°C): 14°C					c. Precipitación Pluviométrica (mm): 400 a 500								
3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>																		
a. Cultura <input checked="" type="checkbox"/>					b. Naturaleza					c. Aventura								
3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico <input checked="" type="checkbox"/>																		
a. Prístino <input type="checkbox"/>				b. Primitivo <input type="checkbox"/>				c. Rústico Natural			d. Rural			e. Urbano				
3.4 Ingreso al atractivo (U) <input type="checkbox"/>																		
a. Tipo de Ingreso		b. Horario de Atención			c. Atención													
		Ingreso	Salida		Todos los días			Fines de semana y feriados			Solo días hábiles			Otro			Especificar	
Libre		0:00	0:00											texto				
Restringido		0:00	0:00											texto				
Pagado		0:00	0:00											texto				
d. Maneja un sistema de reservas:				f. Forma de Pago:		Efectivo		Dinero Electrónico		Depósito Bancario			Tarjeta de Débito					
e. Precio:		Desde 0,00	Hasta 0,00			Tarjeta de Crédito		Transferencia Bancaria			Cheque							
g. Meses recomendables de visita:				texto														
Observaciones: texto																		

7. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA		SI	NO	S/I				
7.1 Servicios Básicos								
a. En el atractivo		b. En la ciudad o poblado más cercano						
Agua:	Potable	Agua:	Potable					
Especifique:	POTABLE DE LA REGIONAL YANAHURCO Y LA OREJA DEL DIABLO	Especifique:	POTABLE DE LA REGIONAL YANAHURCO Y LA OREJA DEL DIABLO					
Energía eléctrica:	Red eléctrica de servicio público	Energía eléctrica:	Red eléctrica de servicio público					
Especifique:	GENERADOR DE LUZ	Especifique:	GENERADOR DE LUZ					
Saneamiento:	Red pública	Saneamiento:	Red pública					
Especifique:	ALCANTARILLADO	Especifique:	ALCANTARILLADO					
Disposición de desechos:	Carro Recolector	Disposición de desechos:	Carro Recolector					
Especifique:	EL CANTÓN CUENTA CON UN SISTEMA DE MANEJO DE DESECHOS SÓLIDOS DE DOMINGO A DOMINGO	Especifique:	EL CANTÓN CUENTA CON UN SISTEMA DE MANEJO DE DESECHOS SÓLIDOS DE DOMINGO A DOMINGO					
Observaciones:	texto							
7.2 Señalética en el atractivo								
7.2.1 Ambiente	7.2.2. Tipo	7.2.3. Materialidad				7.2.4. Estado		
		a. Madera	b. Aluminio	c. Otro	Especifique	B	R	M
En áreas urbanas	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	texto			
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	texto			
	Pictograma de actividades turísticas	0	3	0	URB ATOR EN EL BARRIO MANZANA DEL ORO SECTORS HUACHI GRANDE FONDI SE			
	Pictograma de servicios de apoyo	0	2	0	URBANO EN LA CALLE 24 DE MAYO CERCA DEL ATRACTIVO			
	Pictogramas de restricción	0	0	0	texto			
	Tótems de atractivos turísticos	0	3	0	URB ATOR EN LAS CALLES 24 DE MAYO, CALLE ESPAÑA Y CALLE 14 DE ABRIL			
	Tótems de sitio	0	0	0	texto			
En áreas naturales	Tótem direccionales	0	0	0	texto			
	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	texto			
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	texto			
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	texto			
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	texto			
	Pictogramas de restricción	0	0	0	texto			
	Señales turísticas de aproximación	0	0	0	texto			
	Paneles de direccionamiento hacia atractivos	0	0	0	texto			
	Panel informativo de atractivos	0	0	0	texto			
	Panel informativo de direccionamiento hacia atractivos, servicios y actividades	0	0	0	texto			
	Mesas interpretativas	0	0	0	texto			
Letreros informativos	Tótem de sitio	0	0	0	texto			
	Tótem de direccionamiento	0	0	0	texto			
	De información botánica	0	0	0	texto			
Señalética interna de seguridad	Normativos de concientización	0	0	0	texto			
	Protección de los elementos del atractivo	0	0	0	texto			
Otros	texto							
Observaciones:	texto							
7.3 Salud (más cercano) (M)								
a. En el atractivo		b. En la ciudad o poblado más cercano						
Hospital o Clínica	Cantidad	0	Hospital o Clínica	0				
Puesto / Centro de salud		0	Puesto / Centro de salud	1				
Dispensario médico		1	Dispensario médico	1				
Botiquín de primeros auxilios		0	Botiquín de primeros auxilios	0				
Otros		0	Otros	0				
Observaciones:	texto							
7.4 Seguridad (M)								
a. Privada	Detalle	texto						
b. Policía nacional		DESTACAMENTO DE LA POLICIA DEL CANTÓN CEVALLOS						
c. Policía metropolitana / Municipal		LA POLICIA MUNICIPAL LABORA CONJUNTO A LA COMISARIA MUNICIPAL LOS JUEVES Y DOMINGOS EN LAS FERIAS QUE SE DAN DENTRO DEL CANTÓN						
d. Otra		texto						
Observaciones:	texto							
7.5 Servicio de comunicación de uso público (M)								
a. En el atractivo		b. En la ciudad o poblado más cercano						
Telefonía (M)	Conexión a internet (M)	Telefonía (M)	Conexión a internet (M)					
Fija	Línea telefónica	Fija	Línea telefónica	Fibra óptica				
Móvil	Satélite	Móvil	Satélite	Redes inalámbricas				
Satélite	Telefonía móvil	Satélite	Telefonía móvil					
Observaciones:	texto							
Radio portátil (U)								
De uso exclusivo para el visitante		De uso exclusivo para comunicación interna		De uso exclusivo en caso de emergencia				
Observaciones:	texto							
7.6 Multiamenazas (M)								
Deslaves	Sismos	Erupciones volcánicas	Incendios forestales					
Sequía	Inundaciones	Aguajes	Tsunami					
¿Existe un plan de contingencia en caso de catástrofes?	Institución que elaboró el documento:	Nombre documento:	del	Año elaboración:				
Observaciones:	texto							
8. POLÍTICAS Y REGULACIONES								
a. ¿El GAD cuenta con el Plan de Desarrollo Turístico Territorial?	SI	NO	Año de elaboración:					
b. ¿El atractivo se encuentra dentro de la planificación turística territorial (GAD'S)?	SI	NO	Especifique:					
EN EL DEPARTAMENTO DE PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA SE HA PREVISTO REALIZAR LA RECUPERACIÓN DEL ATRACTIVO CULTURAL PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO DEL CANTÓN								
c. ¿Existen normativas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?	SI	NO	Especifique:					
entro del COOTAD dice que la función del gobierno autónomo descentralizado municipal es 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.								
d. ¿Existen ordenanzas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?	SI	NO	Especifique:					
AL MOMENTO NO EXISTE UNA ORDENANZA QUE REGULE LA PARTE O LA ACTIVIDAD TURISTICA DENTRO DE LOS ATRACTIVOS DEL CANTON SEAN ESTOS NATURALES Y CULTURALES DEL CANTÓN								
Observaciones:	texto							

9. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U)					SI	NO	S/I		
9.1 ATRACTIVOS NATURALES (M)									
9.1.1 En el Agua (M)									
a. Buceo	b. Kayak de mar	c. Kayak lacustre	d. Kayak de Río	e. Surf					
f. Kite surf	g. Rafting	h. Snorkel	i. Tubing	j. Regata					
k. Paseo en panga	l. Paseo en bote	m. Paseo en lancha	n. Paseo en moto acuática	o. Parasailing					
p. Esquí acuático	q. Banana flotante	r. Boya	s. Pesca deportiva	Otro			texto		
Observaciones: texto									
9.1.2 En el Aire (M)									
a. Alas Delta	b. Canopy	c. Parapente	d. Otro				texto		
Observaciones: texto									
9.1.3 En Superficie Terrestre (M)									
a. Montañismo	b. Escalada	c. Senderismo	d. Cicloturismo	e. Canyoning					
f. Exploración de cuevas	g. Actividades Recreativas	h. Cabalgata	i. Caminata	j. Camping					
k. Picnic	l. Observación de flora y fauna	m. Observación de astros	n. Otro				texto		
Observaciones: texto									
9.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U)									
9.2.1 Tangibles e intangibles									
a. Recorridos guiados	b. Recorrido autoguiados	c. Visita a talleres artísticos							
b. Participación en talleres artísticos	<input type="checkbox"/>	d. Visita a talleres artesanales	i. Participación en talleres artesanales						
c. Exposiciones temáticas permanentes, temporales y eventuales	<input type="checkbox"/>	f. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales.	i. Actividades vivenciales y/o lúdicas						
g. Presentaciones o representaciones en vivo	<input type="checkbox"/>	h. Muestras audiovisuales	g. Fotografía						
j. Degustación de platos tradicionales	<input type="checkbox"/>	l. Participación de la celebración	m. Compra de artesanías						
n. Convivencia	<input type="checkbox"/>	o. Medicina ancestral	Otro				texto		
Observaciones: texto									
10. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO									
10.1. Medios de Promoción del Atractivo (M)									
¿Existe un plan de promoción turística cantonal?					SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	Especifique: Dentro del presupuesto del área de turismo se destina un rubro presupuestario para la promoción y difusión de los atractivos naturales y culturales del cantón	
¿El Atractivo se encuentra incluido en el plan de promoción turístico cantonal?					SI	<input type="checkbox"/>	NO		
Medio Promocional	<input type="checkbox"/>	Dirección y nombre de los medios promocionales			Periodicidad de la promoción				
a. Página WEB	<input checked="" type="checkbox"/>	URL: https://www.cevallos.gob.ec/			Ninguna				
b. Red Social	<input checked="" type="checkbox"/>	Nombre: TWITTER Y FACEBOOK COMO GAD MUNICIPAL DEL CANTÓN CEVALLOS			Todas				
c. Revistas Especializadas	<input checked="" type="checkbox"/>	Nombre: REVISTA EL CANTONAL Y REVISTA PROMOCIONAL DEL HONORABLE GOBIERNO PROVINCIAL			Anual				
d. Material POP	<input checked="" type="checkbox"/>	Nombre: TRIFTHCOS, REVISTAS, HISTORIETAS, BANNERS, FOTOGRAFÍAS			Anual				
e. Oficina de Información Turística	<input checked="" type="checkbox"/>	Nombre: UBICADO EN LA ESTACIÓN DEL TREN EN LA CALLES ESPAÑA Y ORIENTE			Todas				
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa)	<input checked="" type="checkbox"/>	Nombre: TELEAMAZONAS, RADIO LA BRUJA, ZARACAY, CANELA			Anual				
g. Asistencia a ferias turísticas	<input checked="" type="checkbox"/>	Nombre: FERIAS CANTONALES, PROVINCIALES E INTERNACIONALES			Todas				
h. Otro	<input type="checkbox"/>	Nombre: texto			Ninguna				
Observaciones: texto									
10.2. El atractivo forma parte de una oferta establecida (paquete turístico)					SI	<input type="checkbox"/>	NO	Especifique: texto	
Observaciones: texto									
11. REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA (M)									
11.1. Frecuencia de visita según datos estadísticos									
<input type="checkbox"/>									
a. ¿Posee un sistema de registro de visitantes?	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	Tipo: Digital	Papel	Años de registro	0	
b. ¿Se genera reporte de estadísticas de visita al atractivo?	SI	<input type="checkbox"/>	NO		Frecuencia de los reportes:		Ninguna		
c. Temporalidad de visita al atractivo									
Alta (meses)	<input type="checkbox"/>	Especifique		texto		Número de visitantes		0	
Baja (meses)	<input type="checkbox"/>			texto				0	
d. Llegada de turistas									
Turista nacional		Llegadas mensuales		Total anual	Turista extranjero		Llegadas mensuales	Total Anual	
Ciudades de origen	texto	0	0		Países de origen	texto	0	0	
	texto	0	0			texto	0	0	
	texto	0	0			texto	0	0	
Observaciones: texto									
11.2. Frecuencia de visita según informantes clave									
Nombre del Informante Clave:		texto			Contacto:		(+593)		
Demanda según días de visita				Demanda según frecuencia de visita					
Lunes a viernes	0	Fines de semana	0	Días feriados	0	Permanente	Estacional	Esporádica	Inexistente
Observaciones: texto									

12. RECURSO HUMANO				SI	NO	S/I					
a. Número de personas a cargo de la administración y operación del atractivo <input type="checkbox"/>			0	d. Número de personas especializadas en turismo			0				
e. Número de personas con nivel de instrucción (M): <input type="checkbox"/>			f. Número de personas capacitadas por temática (M)			g. Número de personas que manejan algún de Idiomas (M)					
Primaria	0	Secundaria	0	Primeros Auxilios	0	Hospitalidad	0	Inglés	0	Alemán	0
Tercer Nivel	0	Cuarto Nivel	0	Atención al Cliente	0	Guianza	0	Francés	0	Italiano	0
Otro	texto	Sensibilización de discapacidades de 0			Otro	texto	Chino	0	Otro	texto	
Observaciones: texto											
13. DESCRIPCION DEL ATRACTIVO (500 caracteres)											
EL MONUMENTO REPRESENTA AL FERROVIARIO DE NUESTRO PAÍS, CONSTRUIDO A BASE DE PIEDRA CALCÁREA, SOSTENIDO POR UN MURO DE PIEDRA, DESCRIBE A UN FERROVIARIO DE LA ÉPOCA COLONIAL, SOSTIENE EN SUS MANOS UN FARO Y UNA CAMPANA, EN SU OVEROL CUELGA UN RELOJ DE BOLSILLO Y EN SU CAMISA RESALTA UNA PAÑOLETA ROJA PROPIAS DE LA ÉPOCA.											
14. ANEXOS											
a. Archivo Fotográfico (dos) (HD)											
											
Fuente: GAD municipal del cantón Cevallos											
b. Ubicación gráfica del Atractivo											
<p>Fuente: https://www.google.com.ec/maps/place/Cant%C3%B3n+Cevallos/@-1.3558756,-78.6145874,18z/data=!4m5!3m4!1s0x91d39d279b05bf3d:0x3b42e77d986964b3!8m2!3d-1.3535428!4d-78.6171753</p>											



Fuente: Área de turismo del cantón Cevallos (2019)

Ficha de Jerarquización la Madre

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																	
Código del atractivo:	1	8	0	3	5	O	M	C	O	1	O	6	0	2	G	0	1
	Provincia		Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo		
1. DATOS GENERALES																	
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																	
MONUMENTO LA MADRE																	
1.2 Categoría				1.3 Tipo				1.4 Subtipo									
MANIFESTACIONES_CULTURALES				ARQUITECTURA				MONUMENTOS									
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO																	
2.1 Provincia				2.2 Cantón				2.3 Parroquia									
TUNGURAHUA				CEVALLOS				CEVALLOS									
2.4 Barrio, Sector o Comuna				2.5 Calle Principal				2.6 Número		2.7 Transversal							
CABECERA CANTONAL				AV, YANAHURCO CEVALLOS				S/N									
2.8 Latitud (grados decimales)				2.9 Longitud (grados decimales)				2.10 Altura (msnm)									
-1.353094				-78.618353				2.903									
2.11 Información del administrador																	
a. Tipo de Administrador: <input type="text"/>				b. Nombre de la Institución: <input type="text"/>													
c. Nombre del Administrador: <input type="text"/>				d. Cargo que ocupa: <input type="text"/>													
e. Teléfono / Celular: (+593)				f. Correo Electrónico: <input type="text"/>													
Observaciones: <input type="text"/>																	
3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO																	
3.1 Características climatológicas <input checked="" type="checkbox"/>																	
a. Clima: ECUATORIAL MESOTÉRMICO				b. Temperatura(°C): 14°C				c. Precipitación Pluviométrica (mm): 400 a 500									
3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>																	
a. Cultura <input checked="" type="checkbox"/>				b. Naturaleza				c. Aventura									
3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico <input checked="" type="checkbox"/>																	
a. Pristino <input type="checkbox"/>				b. Primitivo <input type="checkbox"/>				c. Rústico Natural <input type="checkbox"/>				d. Rural		e. Urbano			
3.4 Ingreso al atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>																	
a. Tipo de Ingreso		b. Horario de Atención				c. Atención											
		Ingreso	Salida	Todos los días		Fines de semana y feriados		Solo días hábiles		Otro		Especificar					
Libre		0:00	0:00							texto							
Restringido		0:00	0:00							texto							
Pagado		0:00	0:00							texto							
d. Maneja un sistema de reservas:				f. Forma de Pago:		Efectivo		Dinero Electrónico		Depósito Bancario		Tarjeta de Débito					
e. Precio:		Desde 0,00	Hasta 0,00			Tarjeta de Crédito		Transferencia Bancaria		Cheque							
g. Meses recomendables de visita:				texto													
Observaciones: <input type="text"/>																	

6. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO										6A	6B	6C
a. Nombre de la ciudad o población más cercana (Que presente condiciones similares de servicios)										CANTÓN CANAL CHU (0100001430-AC-001017)		
b. Distancia desde la ciudad o población más cercana										11.000 km		
c. Tiempo estimado de desplazamiento en auto										110.000 minutos		
d. Características físicas del terreno										Llanura		
e. Características climáticas del terreno										11.000.000 Litros		
f. Características de conectividad										11.000.000 Litros		
g. Observaciones												
6.2 Vías de Acceso (M)												
a. Tipo de vía												
b. Estado de conservación												
c. Observaciones												
d. Tipo de vía												
e. Estado de conservación												
f. Observaciones												
6.3 Servicios de transporte (M)												
a. Tipo de servicio												
b. Estado de conservación												
c. Observaciones												
6.4 Detalles de transporte hacia el atractivo (M)												
a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio												
b. Ubicación / dirección												
c. Frecuencia												
d. Detalles (Cantón origen / destino)												
e. Observaciones												
6.5 Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad (M)												
a. Accesibilidad física												
b. Accesibilidad intelectual o psicoemocional												
c. Observaciones												
6.6 Subarrendos												
a. Subarrendos de aproximación al atractivo												
b. Estado (U)												
c. Observaciones												
6.7 Planes turísticos (M)												
a. En el Atractivo												
b. En la ciudad o población cercana												
c. Observaciones												
6.8 Planes turísticos (M)												
a. En el Atractivo												
b. En la ciudad o población cercana												
c. Observaciones												
6.9 Agencias de viaje												
a. En el Atractivo												
b. En la ciudad o población cercana												
c. Observaciones												
6.10 Facilidades en el entorno del atractivo												
a. Tipo de facilidad												
b. Estado de conservación												
c. Observaciones												
6.11 Complementarios a la actividad turística (M)												
a. En el Atractivo												
b. En la ciudad o población cercana												
c. Observaciones												
6.12 Estado de conservación e integración atractivo / entorno												
a. Conservado												
b. Alterado												
c. En proceso de deterioro												
d. Deteriorado												
6.13 Factores de alteración y deterioro (M)												
a. Factores naturales												
b. Factores culturales												
c. Factores económicos												
d. Factores políticos												
e. Factores sociales												
f. Factores tecnológicos												
g. Factores ambientales												
h. Factores institucionales												
i. Factores de gestión												
j. Factores de planificación												
k. Factores de implementación												
l. Factores de monitoreo												
m. Factores de evaluación												
n. Factores de sostenibilidad												
o. Factores de integración												
p. Factores de participación												
q. Factores de colaboración												
r. Factores de cooperación												
s. Factores de articulación												
t. Factores de coordinación												
u. Factores de gestión												
v. Factores de planificación												
w. Factores de implementación												
x. Factores de monitoreo												
y. Factores de evaluación												
z. Factores de sostenibilidad												
aa. Factores de integración												
ab. Factores de participación												
ac. Factores de colaboración												
ad. Factores de cooperación												
ae. Factores de articulación												
af. Factores de coordinación												
ag. Factores de gestión												
ah. Factores de planificación												
ai. Factores de implementación												
aj. Factores de monitoreo												
ak. Factores de evaluación												
al. Factores de sostenibilidad												
am. Factores de integración												
an. Factores de participación												
ao. Factores de colaboración												
ap. Factores de cooperación												
aq. Factores de articulación												
ar. Factores de coordinación												
as. Factores de gestión												
at. Factores de planificación												
au. Factores de implementación												
av. Factores de monitoreo												
aw. Factores de evaluación												
ax. Factores de sostenibilidad												
ay. Factores de integración												
az. Factores de participación												
ba. Factores de colaboración												
bb. Factores de cooperación												
bc. Factores de articulación												
bd. Factores de coordinación												
be. Factores de gestión												
bf. Factores de planificación												
bg. Factores de implementación												
bh. Factores de monitoreo												
bi. Factores de evaluación												
bj. Factores de sostenibilidad												
bk. Factores de integración												
bl. Factores de participación												
bm. Factores de colaboración												
bn. Factores de cooperación												
bo. Factores de articulación												
bp. Factores de coordinación												
bq. Factores de gestión												
br. Factores de planificación												
bs. Factores de implementación												
bt. Factores de monitoreo												
bu. Factores de evaluación												
bv. Factores de sostenibilidad												
bv. Factores de integración												
bv. Factores de participación												
bv. Factores de colaboración												
bv. Factores de cooperación												
bv. Factores de articulación												
bv. Factores de coordinación												
bv. Factores de gestión												
bv. Factores de planificación												
bv. Factores de implementación												
bv. Factores de monitoreo												
bv. Factores de evaluación												
bv. Factores de sostenibilidad												
bv. Factores de integración												
bv. Factores de participación												
bv. Factores de colaboración												
bv. Factores de cooperación												
bv. Factores de articulación												
bv. Factores de coordinación												
bv. Factores de gestión												
bv. Factores de planificación												
bv. Factores de implementación												
bv. Factores de monitoreo												
bv. Factores de evaluación												
bv. Factores de sostenibilidad												
bv. Factores de integración												
bv. Factores de participación												
bv. Factores de colaboración												
bv. Factores de cooperación												
bv. Factores de articulación												
bv. Factores de coordinación												
bv. Factores de gestión												
bv. Factores de planificación												
bv. Factores de implementación												
bv. Factores de monitoreo												
bv. Factores de evaluación												
bv. Factores de sostenibilidad												
bv. Factores de integración												
bv. Factores de participación												
bv. Factores de colaboración												
bv. Factores de cooperación												
bv. Factores de articulación												
bv. Factores de coordinación												
bv. Factores de gestión												
bv. Factores de planificación												
bv. Factores de implementación												
bv. Factores de monitoreo												
bv. Factores de evaluación												
bv. Factores de sostenibilidad												
bv. Factores de integración												
bv. Factores de participación												
bv. Factores de colaboración												
bv. Factores de cooperación												
bv. Factores de articulación												
bv. Factores de coordinación												
bv. Factores de gestión												
bv. Factores de planificación												
bv. Factores de implementación												
bv. Factores de monitoreo												
bv. Factores de evaluación												
bv. Factores de sostenibilidad												
bv. Factores de integración												
bv. Factores de participación												
bv. Factores de colaboración												
bv. Factores de cooperación												
bv. Factores de articulación												
bv. Factores de coordinación												
bv. Factores de gestión												
bv. Factores de planificación												
bv. Factores de implementación												
bv. Factores de monitoreo												
bv. Factores de evaluación												
bv. Factores de sostenibilidad												
bv. Factores de integración												
bv. Factores de participación												
bv. Factores de colaboración												
bv. Factores de cooperación												
bv. Factores de articulación												
bv. Factores de coordinación												
bv. Factores de gestión												
bv. Factores de planificación												
bv. Factores de implementación												
bv. Factores de monitoreo												
bv. Factores de evaluación												
bv. Factores de sostenibilidad												
bv. Factores de integración												
bv. Factores de participación												
bv. Factores de colaboración												
bv. Factores de cooperación												
bv. Factores de articulación												
bv. Factores de coordinación												
bv. Factores de gestión												
bv. Factores de planificación												
bv. Factores de implementación												
bv. Factores de monitoreo												
bv. Factores de evaluación												
bv. Factores de sostenibilidad												
bv. Factores de integración												
bv. Factores de participación												
bv. Factores de colaboración												
bv. Factores de cooperación												
bv. Factores de articulación												
bv. Factores de coordinación												
bv. Factores de gestión												
bv. Factores de planificación												
bv. Factores de implementación												
bv. Factores de monitoreo												
bv. Factores de evaluación												
bv. Factores de sostenibilidad												
bv. Factores de integración												
bv. Factores de participación												
bv. Factores de colaboración												
bv. Factores de cooperación												
bv. Factores de articulación												
bv. Factores de coordinación												
bv. Factores de gestión												
bv. Factores de planificación												
bv. Factores de implementación												
bv. Factores de monitoreo												
bv. Factores de evaluación												
bv. Factores de sostenibilidad												
bv. Factores de integración												
bv. Factores de participación												
bv. Factores de colaboración												
bv. Factores de cooperación												
bv. Factores de articulación												
bv. Factores de coordinación												
bv. Factores de gestión												
bv. Factores de planificación												
bv. Factores de implementación												
bv. Factores de monitoreo												
bv. Factores de evaluación												
bv. Factores de sostenibilidad												
bv. Factores de integración												
bv. Factores de participación												
bv. Factores de colaboración												
bv. Factores de cooperación												
bv. Factores de articulación												
bv. Factores de coordinación												
bv. Factores de gestión												
bv. Factores de planificación												
bv. Factores de implementación												
bv. Factores de monitoreo												
bv. Factores de evaluación												
bv. Factores de sostenibilidad												
bv. Factores de integración												
bv. Factores de participación												
bv. Factores de colaboración												
bv. Factores de cooperación												
bv. Factores de articulación												
bv. Factores de coordinación												
bv. Factores de gestión												
bv. Factores de planificación												
bv. Factores de implementación												
bv. Factores de monitoreo												
bv. Factores de evaluación												
bv. Factores de sostenibilidad												
bv. Factores de integración												
bv. Factores de participación												
bv. Factores de colaboración												
bv. Factores de cooperación												
bv. Factores de articulación												
bv. Factores de coordinación												
bv. Factores de gestión												
bv. Factores de planificación												
bv. Factores de implementación												
bv. Factores de monitoreo												
bv. Factores de evaluación												
bv. Factores de sostenibilidad												
bv. Factores de integración												
bv. Factores de participación												
bv. Factores de colaboración												
bv. Factores de cooperación												
bv. Factores de articulación												
bv. Factores de coordinación												
bv. Factores de gestión												
bv. Factores de planificación												
bv. Factores de implementación												
bv. Factores de monitoreo												
bv. Factores de evaluación												
bv. Factores de sostenibilidad												
bv. Factores de integración												
bv. Factores de participación												
bv. Factores de colaboración												
bv. Factores de cooperación												
bv. Factores de articulación												
bv. Factores de coordinación												
bv. Factores de gestión												
bv. Factores de planificación												
bv. Factores de implementación												
bv. Factores de monitoreo												
bv. Factores de evaluación												
bv. Factores de sostenibilidad												
bv. Factores de integración												
bv. Factores de participación												
bv. Factores de colaboración												
bv. Factores de cooperación												
bv. Factores de articulación												
bv. Factores de coordinación												
bv. Factores de gestión												
bv. Factores de planificación												
bv. Factores de implementación												
bv. Factores de monitoreo												
bv. Factores de evaluación												
bv. Factores de sostenibilidad												
bv. Factores de integración												
bv. Factores de participación												
bv. Factores de colaboración												
bv. Factores de cooperación												
bv. Factores de articulación												
bv. Factores de coordinación												
bv. Factores de gestión												
bv. Factores de planificación												
bv. Factores de implementación												
bv. Factores de monitoreo												
bv. Factores de evaluación												
bv. Factores de sostenibilidad												
bv. Factores de integración												
bv. Factores de participación												
bv. Factores de colaboración												
bv. Factores de cooperación												
bv. Factores de articulación												
bv. Factores de coordinación												
bv. Factores de gestión												
bv. Factores de planificación												
bv. Factores de implementación												
bv. Factores de monitoreo												
bv. Factores de evaluación												
bv. Factores de sostenibilidad												
bv. Factores de integración												
bv. Factores de participación												
bv. Factores de colaboración												
bv. Factores de cooperación												
bv. Factores de articulación												
bv. Factores de coordinación												
bv. Factores de gestión												
bv. Factores de planificación												
bv. Factores de implementación												
bv. Factores de monitoreo												
bv. Factores de evaluación												
bv. Factores de sostenibilidad												
bv. Factores de integración												
bv. Factores de participación												
bv. Factores de colaboración												
bv. Factores de cooperación												
bv. Factores de articulación												
bv. Factores de coordinación												
bv. Factores de gestión												
bv. Factores de planificación												
bv. Factores de implementación												
bv. Factores de monitoreo												
bv. Factores de evaluación												
bv. Factores de sostenibilidad												
bv. Factores de integración												
bv. Factores de participación												
bv. Factores de colaboración												
bv. Factores de cooperación												
bv. Factores de articulación												

9. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U)							SI	NO	S/I
9.1 ATRACTIVOS NATURALES (M)							<input checked="" type="checkbox"/>		
9.1.1 En el Agua (M)							<input type="checkbox"/>		
a. Buceo	<input type="checkbox"/>	b. Kayak de mar	<input type="checkbox"/>	c. Kayak lacustre	<input type="checkbox"/>	d. Kayak de Río		e. Surf	
f. Kite surf	<input type="checkbox"/>	g. Rafting	<input type="checkbox"/>	h. Snorkel	<input type="checkbox"/>	i. Tubing		j. Regata	
k. Paseo en panga	<input type="checkbox"/>	l. Paseo en bote	<input type="checkbox"/>	m. Paseo en lancha	<input type="checkbox"/>	n. Paseo en moto acuática		o. Parasailing	
p. Esquí acuático	<input type="checkbox"/>	q. Banana flotante	<input type="checkbox"/>	r. Boya	<input type="checkbox"/>	s. Pesca deportiva		Otro <small>texto</small>	
Observaciones: <small>texto</small>									
9.1.2 En el Aire (M)							<input type="checkbox"/>		
a. Alas Delta	<input type="checkbox"/>	b. Canopy	<input type="checkbox"/>	c. Parapente	<input type="checkbox"/>	d. Otro		<small>texto</small>	
Observaciones: <small>texto</small>									
9.1.3 En Superficie Terrestre (M)							<input checked="" type="checkbox"/>		
a. Montañismo	<input type="checkbox"/>	b. Escalada	<input type="checkbox"/>	c. Senderismo	<input checked="" type="checkbox"/>	d. Cicloturismo		e. Canyoning	
f. Exploración de cuevas	<input type="checkbox"/>	g. Actividades Recreativas	<input checked="" type="checkbox"/>	h. Cabalgata	<input type="checkbox"/>	i. Caminata		j. Camping	
k. Picnic	<input type="checkbox"/>	l. Observación de flora y fauna	<input type="checkbox"/>	m. Observación de astros	<input type="checkbox"/>	n. Otro		<small>texto</small>	
Observaciones: <small>texto</small>									
9.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U)							<input checked="" type="checkbox"/>		
9.2.1 Tangibles e intangibles							<input checked="" type="checkbox"/>		
a. Recorridos guiados	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Recorrido autoguiados		c. Visita a talleres artísticos					
b. Participación en talleres artísticos	<input type="checkbox"/>	d. Visita a talleres artesanales		i. Participación en talleres artesanales					
c. Exposiciones temáticas permanentes, temporales y eventuales	<input type="checkbox"/>	f. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales		i. Actividades vivenciales y/o lúdicas					
g. Presentaciones o representaciones en vivo	<input type="checkbox"/>	h. Muestras audiovisuales		g. Fotografía					
j. Degustación de platos tradicionales		l. Participación de la celebración		m. Compra de artesanías					
n. Convivencia		o. Medicina ancestral		Otro				<small>texto</small>	
Observaciones: <small>texto</small>									
10. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO							SI	NO	S/I
10.1. Medios de Promoción del Atractivo (M)									
¿Existe un plan de promoción turística cantonal?							SI	NO	Especifique: <small>texto</small>
¿El Atractivo se encuentra incluido en el plan de promoción turístico cantonal?							SI	NO	
Medio Promocional	Dirección y nombre de los medios promocionales					Periodicidad de la promoción			
a. Página WEB	URL: https://www.cevallos.gob.ec/					Ninguna			
b. Red Social	Nombre: TWITTER Y FACEBOOK COMO GAD MUNICIPAL DEL CANTÓN CEVALLOS					Todas			
c. Revistas Especializadas	Nombre: REVISTA EL CANTONAL Y REVISTA PROMOCIONAL DEL HONORABLE GOBIERNO PROVINCIAL					Anual			
d. Material POP	Nombre: TRIFTHCOS, REVISTAS, HISTORIETAS, BANNERS, FOTOGRAFÍAS					Anual			
e. Oficina de Información Turística	Nombre: UBICADO EN LA ESTACIÓN DEL TREN EN LA CALLES ESPAÑA Y ORIENTE					Todas			
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa)	Nombre: TELEAMAZONAS, RADIO LA BRUJA, ZARACAY, CANELA					Anual			
g. Asistencia a ferias turísticas	Nombre: FERIAS CANTONALES, PROVINCIALES E INTERNACIONALES					Todas			
h. Otro	Nombre: <small>texto</small>					Ninguna			
Observaciones: <small>texto</small>									
10.2. El atractivo forma parte de una oferta establecida (paquete turístico)							SI	NO	Especifique: <small>texto</small>
Observaciones: <small>texto</small>									
11. REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA (M)							SI	NO	S/I
11.1. Frecuencia de visita según datos estadísticos									
a. ¿Posee un sistema de registro de visitantes?	SI	NO	Tipo:	Digital	Papel	Años de registro	0		
b. ¿Se genera reporte de estadísticas de visita al atractivo?	SI	NO	Frecuencia de los reportes:						Ninguna
c. Temporalidad de visita al atractivo									
Alta (meses)	Especifique	<small>texto</small>				Número de visitantes	0		
Baja (meses)		<small>texto</small>					0		
d. Llegada de turistas									
Turista nacional		Llegadas mensuales		Total anual	Turista extranjero		Llegadas mensuales		Total Anual
Ciudades de origen	<small>texto</small>	0	0	Países de origen	<small>texto</small>	0	0		
	<small>texto</small>	0	0		<small>texto</small>	0	0		
	<small>texto</small>	0	0		<small>texto</small>	0	0		
Observaciones: <small>texto</small>									
11.2. Frecuencia de visita según informantes clave									
Nombre del Informante Clave: <small>texto</small>			Contacto: <small>(+593)</small>						
Demanda según días de visita				Demanda según frecuencia de visita					
Lunes a viernes	0	Fines de semana	0	Días feriados	0	Permanente	Estacional	Esporádica	Inexistente
Observaciones: <small>texto</small>									

12. RECURSO HUMANO		SI	NO	S/I							
a. Número de personas a cargo de la administración y operación del atractivo		0		d. Número de personas especializadas en turismo	0						
e. Número de personas con nivel de instrucción (M): <input type="checkbox"/>		f. Número de personas capacitadas por temática (M)		g. Número de personas que manejan algún de Idiomas (M)							
Primaria	0	Secundaria	0	Primeros Auxilios	0	Hospitalidad	0	Inglés	0	Alemán	0
Tercer Nivel	0	Cuarto Nivel	0	Atención al Cliente	0	Guianza	0	Francés	0	Italiano	0
Otro	texto	Sensibilización de discapacidades de 0		Otro	texto	Chino	0	Otro	texto		
Observaciones: texto											
13. DESCRIPCION DEL ATRACTIVO (500 caracteres)											
<p>EL MONUMENTO SE ENCUENTRA UBICADO EN EL PARQUE DE LA MADRE REPRESENTANDO A LA MADRE CEVALLENSE, LA ESCULTURA FUE CONSTRUIDA A BASE DE PIEDRA CALCÁREA CON UN MURO DE PIEDRA QUE LA SOSTIENE, LA MADRE CARGA UN BEBÉ EN SUS BRAZOS AMANTÁNDOLA Y JUNTO A ELLA LA CANASTA DE FRUTAS QUE REPRESENTA LA RIQUEZA FRUTAL QUE POSEE CEVALLOS ADEMÁS VISTE EL TRAJE TÍPICO DEL CANTÓN.</p>											
14. ANEXOS											
a. Archivo Fotográfico (dos) (HD)											
											
Fuente: GAD municipal del cantón Cevallos											
b. Ubicación gráfica del Atractivo											
											
Fuente: https://www.google.com.ec/maps/place/Cant%C3%B3n+Cevallos/@-1.3545787,-78.6198612,17.98z/data=!4m5!3m4!1s0x91d39d279b05bf3d:0x3b42e77d986964b318m2!3d-1.3535428144-78.6171753											

Fuente: Área de turismo del cantón Cevallos (2019)



Ficha de Jerarquización Sector Calzado

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																	
Código del atractivo:	1	8	0	3	5	O	M	C	O	1	O	6	0	2	G	0	1
	Provincia		Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo		
1. DATOS GENERALES																	
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																	
Sector Calzado																	
1.2 Categoría					1.3 Tipo					1.4 Subtipo							
MANIFESTACIONES CULTURALES					ACERVO CULTURAL Y POPULAR					FERIAS Y MERCADOS							
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO																	
2.1 Provincia					2.2 Cantón					2.3 Parroquia							
TUNGURAHUA					CEVALLOS					CEVALLOS							
2.4 Barrio, Sector o Comuna					2.5 Calle Principal					2.6 Número		2.7 Transversal					
CABECERA CANTONAL					YANAHURCO					S/N							
2.8 Latitud (grados decimales)					2.9 Longitud (grados decimales)					Click		2.10 Altura (msnm)					
-1.353094					-78.618353							2.903					
2.11 Información del administrador																	
a. Tipo de Administrador: texto					b. Nombre de la Institución: texto												
c. Nombre del Administrador: texto					d. Cargo que ocupa: texto												
e. Teléfono / Celular: (+593)					f. Correo Electrónico: texto												
Observaciones: texto																	
3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO																	
3.1 Características climatológicas <input checked="" type="checkbox"/>																	
a. Clima: ECUATORIAL MESOTÉRMICO					b. Temperatura(°C): 14°C					c. Precipitación Pluviométrica (mm): 400 a 500							
3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>																	
a. Cultura <input checked="" type="checkbox"/>					b. Naturaleza <input type="checkbox"/>					c. Aventura							
3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico <input type="checkbox"/>																	
a. Pristino <input type="checkbox"/>				b. Primitivo <input type="checkbox"/>				c. Rústico Natural <input type="checkbox"/>				d. Rural				e. Urbano	
3.4 Ingreso al atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>																	
a. Tipo de Ingreso		b. Horario de Atención			c. Atención												
		Ingreso	Salida		Todos los días		Fines de semana y feriados		Solo días hábiles		Otro		Especificar				
Libre		10:00	18:00:00 a. m.										texto				
Restringido		0:00	0:00										texto				
Pagado		0:00	0:00										texto				
d. Maneja un sistema de reservas:				f. Forma de Pago:		Efectivo		Dinero Electrónico		Depósito Bancario		Tarjeta de Débito					
e. Precio:		Desde 0,00	Hasta 0,00			Tarjeta de Crédito		Transferencia Bancaria		Cheque							
g. Meses recomendables de visita:				texto													
Observaciones: texto																	

6. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO										SI	NO	NO
6.1. Descripción de la ciudad o población más cercana (Que presente condiciones similares de accesión)										CANTÓN CANAL DE SAN CARLOS (CANTÓN)		
6.1.1. Distancia desde la ciudad o población más cercana (Que presente condiciones similares de accesión)										CANTÓN CANAL DE SAN CARLOS (CANTÓN)		
6.1.2. Vías de Acceso (SI)										CANTÓN CANAL DE SAN CARLOS (CANTÓN)		
6.1.3. Servicios de transporte (SI)										CANTÓN CANAL DE SAN CARLOS (CANTÓN)		
6.1.4. Estado de transporte hacia el atractivo (SI)										CANTÓN CANAL DE SAN CARLOS (CANTÓN)		
6.1.5. Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad (SI)										CANTÓN CANAL DE SAN CARLOS (CANTÓN)		
6.1.6. Señalización (SI)										CANTÓN CANAL DE SAN CARLOS (CANTÓN)		
6.2. PLANEACIÓN URBANA / COMPLEMENTARIOS										SI	NO	NO
6.2.1. Planes turísticos (SI)										CANTÓN CANAL DE SAN CARLOS (CANTÓN)		
6.2.2. Facilidades en el entorno al atractivo (SI)										CANTÓN CANAL DE SAN CARLOS (CANTÓN)		
6.2.3. Complementarios a la actividad turística (SI)										CANTÓN CANAL DE SAN CARLOS (CANTÓN)		
6.3. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO										SI	NO	NO
6.3.1. Atractivo (SI)										CANTÓN CANAL DE SAN CARLOS (CANTÓN)		
6.3.1.1. Factores de atracción y deterioro (SI)										CANTÓN CANAL DE SAN CARLOS (CANTÓN)		
6.3.1.2. Atractivo (SI)										CANTÓN CANAL DE SAN CARLOS (CANTÓN)		
6.3.1.3. Factores de atracción y deterioro (SI)										CANTÓN CANAL DE SAN CARLOS (CANTÓN)		
6.3.2. Entorno (SI)										CANTÓN CANAL DE SAN CARLOS (CANTÓN)		
6.3.3. Estructura del espacio turístico vinculada al atractivo (SI)										CANTÓN CANAL DE SAN CARLOS (CANTÓN)		

7. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA		SI	NO	S/I		
7.1 Servicios Básicos						
a. En el atractivo		b. En la ciudad o poblado más cercano				
Agua:	Potable	Agua:	Potable			
Especifique:	POTABLE DE LA REGIONAL YANAHURCO Y LA OREJA DEL DIABLO	Especifique:	POTABLE DE LA REGIONAL YANAHURCO Y LA OREJA DEL DIABLO			
Energía eléctrica:	Red eléctrica de servicio público	Energía eléctrica:	Red eléctrica de servicio público			
Especifique:	GENERADOR DE LUZ	Especifique:	GENERADOR DE LUZ			
Saneamiento:	Red pública	Saneamiento:	Red pública			
Especifique:	ALCANTARILLADO	Especifique:	ALCANTARILLADO			
Disposición de desechos:	Carro Recolector	Disposición de desechos:	Carro Recolector			
Especifique:	EL CANTÓN CUENTA CON UN SISTEMA DE MANEJO DE DESECHOS SÓLIDOS DE DOMINGO A DOMINGO	Especifique:	EL CANTÓN CUENTA CON UN SISTEMA DE MANEJO DE DESECHOS SÓLIDOS DE DOMINGO A DOMINGO			
Observaciones:	texto					
7.2 Señalética en el atractivo						
7.2.1 Ambiente	7.2.2. Tipo	7.2.3. Materialidad			7.2.4. Estado	
		a. Madera	b. Aluminio	c. Otro	Especifique	
En áreas urbanas	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	texto	
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	texto	
	Pictograma de actividades turísticas	0	3	0	URB. ATOR EN EL PARQUE MANZANA DEL ORO SECTORES HUACHI GRANDE, FONDI SE	
	Pictograma de servicios de apoyo	0	2	0	URB. CASO EN LA CALLE 24 DE MAYO CERCA DEL ATRACTIVO	
	Pictogramas de restricción	0	0	0	texto	
	Tótems de atractivos turísticos	0	3	0	URB. ATOR EN LAS CALLES 24 DE MAYO, CALLE ESPAÑA Y CALLE 14 DE MAYO	
	Tótems de sitio	0	0	0	texto	
	Tótem direccionales	0	0	0	texto	
	En áreas naturales	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	texto
		Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	texto
Pictograma de actividades turísticas		0	0	0	texto	
Pictograma de servicios de apoyo		0	0	0	texto	
Pictogramas de restricción		0	0	0	texto	
Señales turísticas de aproximación		0	0	0	texto	
Paneles de direccionamiento hacia atractivos		0	0	0	texto	
Panel informativo de atractivos		0	0	0	texto	
Panel informativo de direccionamiento hacia atractivos, servicios y actividades		0	0	0	texto	
Mesas interpretativas		0	0	0	texto	
Letreros informativos	De información botánica	0	0	0	texto	
	Normativos de concientización	0	0	0	texto	
Señalética interna de seguridad	Protección de los elementos del atractivo	0	0	0	texto	
	Otros	texto				
Observaciones:	texto					
7.3 Salud (más cercano) (M)						
a. En el atractivo		b. En la ciudad o poblado más cercano				
Hospital o Clínica	Cantidad	0	Hospital o Clínica	Cantidad		
Puesto / Centro de salud		1	Puesto / Centro de salud	1		
Dispensario médico		0	Dispensario médico	1		
Botiquín de primeros auxilios		0	Botiquín de primeros auxilios	0		
Otros		0	Otros	0		
Observaciones:	texto					
7.4 Seguridad (M)						
a. Privada	Detalle	texto				
b. Policía nacional		DETACAMENTO DE LA POLICIA DEL CANTÓN CEVALLOS				
c. Policía metropolitana / Municipal		LA POLICIA MUNICIPAL LABORA CONJUNTO A LA COMISARIA MUNICIPAL LOS JUEVES Y DOMINGOS EN LAS FERIAS QUE SE DAN DENTRO DEL CANTÓN				
d. Otra		texto				
Observaciones:	texto					
7.5 Servicio de comunicación de uso público (M)						
a. En el atractivo		b. En la ciudad o poblado más cercano				
Telefonía (M)	Conexión a internet (M)	Telefonía (M)	Conexión a internet (M)			
Fija	Línea telefónica Fibra óptica	Fija	Línea telefónica	Fibra óptica		
Móvil	Satélite Redes inalámbricas	Móvil	Satélite	Redes inalámbricas		
Satélite	Telefonía móvil	Satélite	Telefonía móvil			
Observaciones:	texto					
Radio portátil (U)						
De uso exclusivo para el visitante	De uso exclusivo para comunicación interna	De uso exclusivo en caso de emergencia				
Observaciones:	texto					
7.6 Multiamenazas (M)						
Deslaves	Sismos	Erupciones volcánicas	Incendios forestales			
Sequía	Inundaciones	Aguajes	Tsunami			
¿Existe un plan de contingencia en caso de catástrofes?	Institución que elaboró el documento:	Nombre documento:	del	Año elaboración:		
Observaciones:	texto					
8. POLÍTICAS Y REGULACIONES						
a. ¿El GAD cuenta con el Plan de Desarrollo Turístico Territorial?	SI	NO	Año de elaboración:			
b. ¿El atractivo se encuentra dentro de la planificación turística territorial (GAD S)?	SI	NO	Especifique:			
EN EL DEPARTAMENTO DE PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA SE HA PREVISTO REALIZAR LA RECUPERACIÓN DEL ATRACTIVO CULTURAL PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO DEL CANTÓN						
c. ¿Existen normativas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?	SI	NO	Especifique:			
Dentro del COTAD dice que la función del gobierno autónomo descentralizado municipal es: 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.						
d. ¿Existen ordenanzas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?	SI	NO	Especifique:			
AL MOMENTO NO EXISTE UNA ORDENANZA QUE REGULE LA PARTE O LA ACTIVIDAD TURÍSTICA DENTRO DE LOS ATRACTIVOS DEL CANTÓN SEAN ESTOS NATURALES O CULTURALES.						
Observaciones:	texto					

9. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U)					SI	NO	S/I
9.1 ATRACTIVOS NATURALES (M)							
9.1.1 En el Agua (M)							
a. Buceo	b. Kayak de mar	c. Kayak lacustre	d. Kayak de Río	e. Surf			
f. Kite surf	g. Rafting	h. Snorkel	i. Tubing	j. Regata			
k. Paseo en panga	l. Paseo en bote	m. Paseo en lancha	n. Paseo en moto acuática	o. Parasailing			
p. Esquí acuático	q. Banana flotante	r. Boya	s. Pesca deportiva	Otro			texto
Observaciones: texto							
9.1.2 En el Aire (M)							
a. Alas Delta	<input type="checkbox"/>	b. Canopy	<input type="checkbox"/>	c. Parapente			texto
Observaciones: texto							
9.1.3 En Superficie Terrestre (M) <input checked="" type="checkbox"/>							
a. Montañismo	<input type="checkbox"/>	b. Escalada	<input type="checkbox"/>	c. Senderismo	d. Cicloturismo	e. Canyoning	
f. Exploración de cuevas	<input type="checkbox"/>	g. Actividades Recreativas	<input checked="" type="checkbox"/>	h. Cabalgata	i. Caminata	j. Camping	
k. Picnic	<input type="checkbox"/>	l. Observación de flora y fauna	<input type="checkbox"/>	m. Observación de astros	n. Otro		texto
Observaciones: texto							
9.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U) <input checked="" type="checkbox"/>							
9.2.1 Tangibles e intangibles <input checked="" type="checkbox"/>							
a. Recorridos guiados	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Recorrido autoguiados		c. Visita a talleres artísticos			
b. Participación en talleres artísticos	<input type="checkbox"/>	d. Visita a talleres artesanales		i. Participación en talleres artesanales			
c. Exposiciones temáticas permanentes, temporales y eventuales	<input type="checkbox"/>	f. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales.		i. Actividades vivenciales y/o lúdicas			
g. Presentaciones o representaciones en vivo	<input type="checkbox"/>	h. Muestras audiovisuales		g. Fotografía			
j. Degustación de platos tradicionales	<input checked="" type="checkbox"/>	l. Participación de la celebración		m. Compra de artesanías			
n. Convivencia	<input checked="" type="checkbox"/>	o. Medicina ancestral		Otro			texto
Observaciones: texto							
10. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO							
10.1. Medios de Promoción del Atractivo (M)							
¿Existe un plan de promoción turística cantonal?					SI	NO	Especifique: Dentro del presupuesto del área de turismo se destina un rubro presupuestario para la promoción y difusión de los atractivos naturales y culturales del cantón
¿El Atractivo se encuentra incluido en el plan de promoción turístico cantonal?					SI	NO	
Medio Promocional	<input type="checkbox"/>	Dirección y nombre de los medios promocionales			Periodicidad de la promoción		
a. Página WEB	<input checked="" type="checkbox"/>	URL: https://www.cevallos.gob.ec/			Ninguna		
b. Red Social	<input checked="" type="checkbox"/>	Nombre: TWITTER Y FACEBOOK COMO GAD MUNICIPAL DEL CANTÓN CEVALLOS			Todas		
c. Revistas Especializadas	<input checked="" type="checkbox"/>	Nombre: REVISTA EL CANTONAL Y REVISTA PROMOCIONAL DEL HONORABLE GOBIERNO PROVINCIAL			Anual		
d. Material POP	<input checked="" type="checkbox"/>	Nombre: TRIFTHCOS, REVISTAS, HISTORIETAS, BANNERS, FOTOGRAFÍAS			Anual		
e. Oficina de Información Turística	<input checked="" type="checkbox"/>	Nombre: UBICADO EN LA ESTACIÓN DEL TREN EN LA CALLES ESPAÑA Y ORIENTE			Todas		
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa)	<input checked="" type="checkbox"/>	Nombre: TELEAMAZONAS, RADIO LA BRUJA, ZARACAY, CANELA			Anual		
g. Asistencia a ferias turísticas	<input checked="" type="checkbox"/>	Nombre: FERIAS CANTONALES, PROVINCIALES E INTERNACIONALES			Todas		
h. Otro	<input type="checkbox"/>	Nombre: texto			Ninguna		
Observaciones: texto							
10.2. El atractivo forma parte de una oferta establecida (paquete turístico)					SI	NO	Especifique: ESTA DENTRO DE LA RUTA AGROTURÍSTICA DEL CANTÓN CEVALLOS
Observaciones: texto							
11. REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA (M)							
11.1. Frecuencia de visita según datos estadísticos							
a. ¿Posee un sistema de registro de visitantes?	SI	<input type="checkbox"/>	NO	Tipo: Digital	Papel	Años de registro	0
b. ¿Se genera reporte de estadísticas de visita al atractivo?	SI		NO	Frecuencia de los reportes:		Ninguna	
c. Temporalidad de visita al atractivo							
Alta (meses)	Especifique	texto			Número de visitantes	0	
Baja (meses)		texto				0	
d. Llegada de turistas							
Turista nacional		Llegadas mensuales		Total anual		Turista extranjero	
Ciudades de origen	texto	0	0	Paises de origen	texto	0	0
	texto	0	0		texto	0	0
	texto	0	0		texto	0	0
Observaciones: texto							
11.2. Frecuencia de visita según informantes clave							
Nombre del Informante Clave: texto				Contacto: (+593)			
Demanda según días de visita				Demanda según frecuencia de visita			
Lunes a viernes	0	Fines de semana	0	Días feriados	0	Permanente	Estacional
				Esporádica			
				Inexistente			
Observaciones: texto							

12. RECURSO HUMANO				SI	NO	S/I						
a. Número de personas a cargo de la administración y operación del atractivo			<input type="checkbox"/>	0	d. Número de personas especializadas en turismo		0					
e. Número de personas con nivel de instrucción (M):			<input type="checkbox"/>	f. Número de personas capacitadas por temática (M)		<input type="checkbox"/>	g. Número de personas que manejan algún de Idiomas (M)					
Primaria	0	Secundaria	0	Primeros Auxilios	0	Hospitalidad	0	Inglés	0	Alemán	0	
Tercer Nivel	0	Cuarto Nivel	0	Atención al Cliente	0	Guianza	0	Francés	0	Italiano	0	
Otro	texto			Sensibilización discapacidades	de	0	Otro	texto	Chino	0	Otro	texto
Observaciones: texto												
13. DESCRIPCION DEL ATRACTIVO (500 caracteres)												
El atractivo como tal es el conjunto de locales comerciales que ofrecen productos y artesanias elaborados a base de cuero este sector comercial brinda los diferentes servicios como para considerarse un atractivo turistico.												
14. ANEXOS												
a. Archivo Fotográfico (dos) (HD)												
												
Fuente: GAD Municipal del Cantón Cevallos												
b. Ubicación gráfica del Atractivo												
												
Fuente: https://www.google.com/maps/@-1.3532791,-78.6183633,282m/data=!3m1!1e3												

Fuente: Área de turismo del cantón Cevallos (2019)