



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN**  
**CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA**  
**MODALIDAD: PRESENCIAL**

**Proyecto de Investigación previo a la Obtención del Título de Licenciada en  
Turismo y Hotelería**

---

**“EL ENTORNO DE LA CASCADA DE MUNDUG EN LA OFERTA  
TURÍSTICA DEL CANTÓN PATATE”.**

---

**AUTORA:** Erika Lizbeth Martínez Gálvez  
**TUTORA:** Lic. Mg. Carmen Isabel Vaca Vaca

Ambato – Ecuador

2017

**APROBACIÓN DEL TUTOR DEL TRABAJO DE GRADUACIÓN O  
TITULACIÓN**

**CERTIFICA:**

Yo, Lic. Mg. Carmen Isabel Vaca Vaca con C.I 1803381423 en mi calidad de Tutor del Trabajo de Graduación o Titulación, sobre el tema: **“EL ENTORNO DE LA CASCADA DE MUNDUG EN LA OFERTA TURÍSTICA DEL CANTÓN PATATE”**, desarrollado por la egresada Erika Lizbeth Martínez Gálvez, 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 calificadora designada por el H. Consejo Directivo.



---

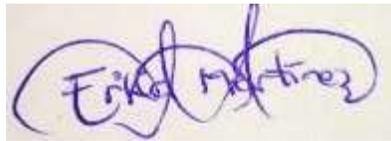
Lic. Mg. Carmen Isabel Vaca Vaca

**TUTORA**

## **TRABAJO DE GRADUACIÓN O TITULACIÓN**

### **AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

Dejo constancia de 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.



---

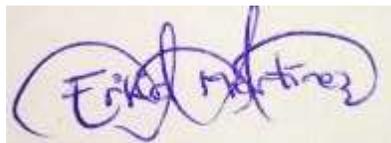
Erika Lizbeth Martínez Gálvez

C.I 1805166756

**AUTORA**

## **CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR**

Cedo los derechos en línea patrimoniales del presente Trabajo Final de Grado o Titulación sobre el tema: **“EL ENTORNO DE LA CASCADA DE MUNDUG EN LA OFERTA TURÍSTICA DEL CANTÓN PATATE”**, autorizo su reproducción total o parcial de ella, siempre y cuando este dentro de las regulaciones de la Universidad Técnica de Ambato, respetando mis derechos de autor y no sea utilizado con fines de lucro.



Erika Lizbeth Martínez Gálvez

C.I 1805166756

---

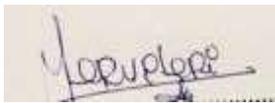
**AUTORA**

**AL CONSEJO DIRECTIVO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE  
LA EDUCACIÓN**

La comisión de estudio y calificación del Informe del Trabajo de Graduación o Titulación, sobre el tema: **“EL ENTORNO DE LA CASCADA DE MUNDUG EN LA OFERTA TURÍSTICA DEL CANTÓN PATATE”**, presentada por la Srta. Erika Lizbeth Martínez Gálvez egresada de la Carrera de Turismo y Hotelería promoción Septiembre 2017-Febrero 2018, una vez revisada y calificada la investigación, se APRUEBA en razón de que cumple con los principios básicos técnicos y científicos de la investigación y reglamentarios.

Por lo tanto, se autoriza la presentación ante los organismos pertinentes.

**LA COMISIÓN**



---

Ing. Mg. María Fernanda Viteri

**Miembro del Tribunal**



---

Ing. Mg. María Cristina Páez Quinde

**Miembro del Tribunal**

## ÍNDICE GENERAL

<b>CAPÍTULO I</b> .....	19
<b>EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN</b> .....	19
1.1 TEMA.....	19
1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	19
1.2.1 Contextualización.....	19
1.2.2 Análisis crítico .....	24
1.2.3 Prognosis .....	24
1.2.4 Formulación del problema.....	25
1.2.5 Interrogantes .....	25
1.2.6 Delimitación de la investigación.....	25
Delimitación espacial .....	25
Delimitación temporal.....	25
1.3 JUSTIFICACIÓN .....	25
1.4 OBJETIVOS.....	26
1.4.1 Objetivo General .....	26
1.4.2 Objetivos Específicos .....	26
<b>CAPÍTULO II</b> .....	27
<b>MARCO TEÓRICO</b> .....	27
2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS.....	27
2.2 FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA .....	28
2.3 FUNDAMENTACIÓN LEGAL.....	29

2.4 CATEGORÍAS FUNDAMENTALES .....	32
2.4.1 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE .....	35
2.4.1.1. Fundamentación Teórica de la Subordinación Conceptual de la Variable Independiente. ....	37
2.4.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA VARIABLE DEPENDIENTE .....	44
2.4.2.1. Fundamentación Teórica de la Subordinación Conceptual de la Variable Dependiente .....	47
2.5 HIPÓTESIS .....	53
2.6 SEÑALAMIENTO DE VARIABLES DE LA HIPÓTESIS .....	53
<b>CAPÍTULO III.....</b>	<b>54</b>
<b>MARCO METODOLÓGICO .....</b>	<b>54</b>
3.1. ENFOQUE DE LA INVESTIGACION.....	54
3.2. MODALIDADES DE LA INVESTIGACION .....	54
3.3. NIVEL O TIPO DE INVESTIGACIÓN .....	55
3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA .....	56
3.4.1 Población .....	56
3.5 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES .....	57
3.5.1 Variable Independiente: Entorno de la cascada. ....	57
3.5.2 Variable dependiente: Oferta turística.....	58
3.6 PLAN DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN .....	59
3.7. PLAN DE PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN .....	60
<b>CAPÍTULO IV .....</b>	<b>61</b>
<b>ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS .....</b>	<b>61</b>
4.1 Análisis e interpretación de los resultados .....	61
4.2 Verificación de hipótesis .....	104

<b>CAPÍTULO V</b> .....	109
<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b> .....	109
5.1 Conclusiones.....	109
5.2 Recomendaciones.....	110
<b>CAPÍTULO VI</b> .....	112
<b>PROPUESTA</b> .....	112
6.1 DATOS INFORMATIVOS.....	112
6.2 ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA .....	115
6.3 JUSTIFICACIÓN .....	116
6.4 OBJETIVOS.....	117
6.4.1 Objetivo General .....	117
6.4.2 Objetivos Específicos .....	117
6.5 ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD .....	117
6.6 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	118
6.7 MODELO OPERATIVO .....	121
6.8 DESARROLLO DE LA PROPUESTA .....	122
6.8.1 Introducción .....	122
6.8.2 Nombre de la ruta.....	122
<b>FASE I ESTRUCTURACIÓN DE LA RUTA</b> .....	123
6.8.3 Selección de atractivos .....	123
6.8.4 Inventario y categorización de atractivos turísticos .....	123
6.8.4 Descripción de los atractivos turísticos en el entorno de la cascada de Mundug .....	125
<b>FASE II DETERMINACIÓN DE LOS DETALLES DE LA RUTA</b> .....	148

6.8.5 Recorrido .....	148
6.8.6 Actores y servidores turísticos .....	149
6.8.7 Itinerario .....	151
DETALLES DEL JUEGO “EN BUSCA DEL TESORO DEL MUNDUG” .....	157
6.8.7 Perfil del visitante objetivo .....	161
6.9 MEDIOS DE DIFUSIÓN.....	162
6.10 REVISIÓN DE LA EVALUACIÓN .....	168

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla N°1:</b> Población .....	56
<b>Tabla N°2:</b> Cuadro de operacionalización de la variable independiente .....	57
<b>Tabla N°3:</b> Cuadro de operacionalización de la variable dependiente .....	58
<b>Tabla N°4:</b> Plan de recolección de datos .....	59
<b>Tabla N°5:</b> Turistas Encuestados.....	61
<b>Tabla N°6:</b> Lugar de procedencia .....	62
<b>Tabla N°7:</b> Rango de edad .....	63
<b>Tabla N°8:</b> Género .....	65
<b>Tabla N°9:</b> Frecuencia de visita .....	67
<b>Tabla N°10:</b> Motivo de visita .....	69
<b>Tabla N°11:</b> Número de acompañantes .....	71
<b>Tabla N°12:</b> Acompañantes niños .....	73
<b>Tabla N°13:</b> Rango de edad de los NIÑOS .....	73
<b>Tabla N°14:</b> Acompañantes jóvenes.....	75
<b>Tabla N°15:</b> Rango de edad de los jóvenes.....	75
<b>Tabla N°16:</b> Acompañantes adultos .....	77
<b>Tabla N°17:</b> Rango de edad adultos .....	77
<b>Tabla N°18:</b> Número de visitas .....	79
<b>Tabla N°19:</b> Atractivos de Mundug .....	81
<b>Tabla N°20:</b> Actividades en Mundug .....	83
<b>Tabla N°21:</b> Tiempo de estadía .....	85

<b>Tabla N°22:</b> Tipo de alojamiento .....	87
<b>Tabla N°23:</b> Medio de transporte .....	89
<b>Tabla N°24:</b> Servicios adicionales.....	91
<b>Tabla N°25:</b> Gasto diario en alojamiento.....	93
<b>Tabla N°26:</b> Gasto diario en alimentación .....	95
<b>Tabla N°27:</b> Gasto diario en transporte .....	97
<b>Tabla N°28:</b> Precios dispuesto a pagar .....	99
<b>Tabla N°29:</b> Herramientas de publicidad.....	101
<b>Tabla N°30:</b> Resumen la entrevista a los expertos en turismo. Unidad de turismo Patate	103
<b>Tabla N°31:</b> Frecuencias observadas .....	105
<b>Tabla N°32:</b> Frecuencias esperadas .....	106
<b>Tabla N°33:</b> Chi cuadrado calculado .....	108
<b>Tabla N°34:</b> Modelo operativo.....	121
<b>Tabla N°35:</b> Inventario y categorización de los atractivos identificados en Mundug .....	124
<b>Tabla N°36:</b> Inventario de la flora representativa de Mundug (bosque nublado) .....	143
<b>Tabla N°38:</b> Inventario de la fauna representativa de Mundug (bosque nublado) .....	144
<b>Tabla N°39:</b> Inventario de la avifauna representativa de Mundug (bosque nublado) .....	145
<b>Tabla N°40:</b> Actores turísticos (Mundug).....	149
<b>Tabla N°41:</b> Servidores turísticos Patate .....	150
<b>Tabla N°42:</b> Itinerario de la ruta 1° Día.....	151
<b>Tabla N°43:</b> Itinerario de la ruta 2° Día.....	153
<b>Tabla N°44:</b> Itinerario de la ruta en tiempos festivos 1° Día .....	154

<b>Tabla N°45:</b> Itinerario de la ruta en tiempos festivos 2° Día .....	156
<b>Tabla N°46:</b> Revisión de la evaluación .....	168

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>Gráfico N°1:</b> Árbol de problemas.....	23
<b>Gráfico N°2:</b> Superordinación conceptual .....	32
<b>Gráfico N°3:</b> Subordinación conceptual (Variable Independiente).....	33
<b>Gráfico N°4:</b> Subordinación conceptual (Variable dependiente) .....	34
<b>Gráfico N°5:</b> Lugar de procedencia.....	62
<b>Gráfico N°6:</b> Rango de edad .....	64
<b>Gráfico N°7:</b> Género .....	65
<b>Gráfico N°8:</b> Frecuencia de visita.....	67
<b>Gráfico N°9:</b> Motivo de visita .....	69
<b>Gráfico N°10:</b> Número de acompañantes .....	71
<b>Gráfico N°11:</b> Rango de edad niños .....	74
<b>Gráfico N°12:</b> Rango de edad jóvenes.....	75
<b>Gráfico N°13:</b> Rango de edad adultos .....	78
<b>Gráfico N°14:</b> Visitas a Mundug .....	79
<b>Gráfico N°15:</b> Atractivos de Mundug .....	81
<b>Gráfico N°16:</b> Actividades en Mundug .....	83
<b>Gráfico N°17:</b> Número de días .....	85
<b>Gráfico N°18:</b> Tipo de alojamiento .....	87
<b>Gráfico N°19:</b> Tipo de transporte .....	89
<b>Gráfico N°20:</b> Servicios adicionales.....	91

<b>Gráfico N°21:</b> Gasto diario en alojamiento.....	93
<b>Gráfico N°22:</b> Gasto diario en alimentación.....	95
<b>Gráfico N°23:</b> Gasto diario en transporte.....	97
<b>Gráfico N°24:</b> Precio dispuestos a pagar .....	99
<b>Gráfico N°25:</b> Herramientas de publicidad.....	101
<b>Gráfico N°26:</b> Campana de Gauss.....	107
<b>Gráfico N°27:</b> Ubicación de la propuesta: .....	114
<b>Gráfico N°28:</b> Mapa de atractivos en Mundug (Ruta).....	148
<b>Gráfico N°29:</b> Juego “En busca del tesoro de Mundug” .....	157

## ÍNDICE DE FOTOGRAFÍAS

<b>Fotografía N° 1:</b> Túnel Mundug.....	125
<b>Fotografía N° 2:</b> Mirador Ishakina .....	128
<b>Fotografía N° 3:</b> Platupamba .....	131
<b>Fotografía N° 4:</b> Bosque Nublado San Jorge.....	134
<b>Fotografía N° 5:</b> Huertos Frutales .....	137
<b>Fotografía N° 6:</b> Quincenario.....	140
<b>Fotografía N° 7:</b> Leyenda "Avioneta estrellada" .....	159
<b>Fotografía N° 8:</b> Leyenda "La novia perdida" .....	160

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**

**FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN**

**CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA**

**RESUMEN EJECUTIVO**

**TEMA:** “EL ENTORNO DE LA CASCADA DE MUNDUG EN LA OFERTA TURÍSTICA DEL CANTÓN PATATE”

**AUTOR:** Erika Lizbeth Martínez Gálvez

**TUTORA:** Lcda. Carmen Isabel Vaca Vaca Mg.

El trabajo de investigación realizado en el caserío Mundug se da con el propósito de diversificar la oferta turística del cantón Patate, Mundug es reconocido por la cascada que lleva su mismo nombre, atrae al turista por su diversidad de flora y fauna y encanto paisajístico, sin embargo, en el entorno del chorro existen otros recursos naturales y culturales que poseen gran potencial turístico para ser considerados atractivos y que no han sido tomados en cuenta. Se han ejecutado talleres con la participación de los pobladores de la comunidad para identificar los atractivos que se hallan en Mundug, posteriormente gracias a la investigación de campo se logró realizar un correcto levantamiento de atractivos turísticos, asimismo se procedió a aplicar encuestas dirigidas a los visitantes para conocer su aceptación y opinión de las actividades que les gustaría realizar. Con los datos obtenidos se concluyó que la implantación de nuevos atractivos en la oferta turística del cantón llama la atención del turista pero, es importante una estrategia de difusión que brinde información detallada de lo que se oferta en el cantón, por tales motivos se ha propuesto el diseño de una ruta turística que dé a conocer los sitios potenciales que existen en el entorno de la cascada de Mundug.

**Palabras clave:**

Diversificar, entorno, cascada, atractivos turísticos, difusión, turista, oferta turística, ruta turística.

## **INTRODUCCIÓN**

El presente trabajo de investigación se enfoca en los atractivos turísticos que existen en el entorno de la cascada de Mundug, mismo que engloba seis capítulos descritos a continuación:

### **CAPÍTULO I**

Esta sección se refiere al problema de la investigación, se plantea la contextualización de manera macro, meso y micro, seguidamente se establece el árbol de problemas con sus causas y efectos respectivos, por otra parte en la prognosis se analiza las consecuencias que se podrían dar al no realizar la investigación. Se formula el problema de manera interrogante y del mismo se expanden las preguntas directrices que son base para los objetivos específicos del trabajo. También se justifica la investigación determinando las razones por las que el tema debe ser investigado y finalmente se elaboran los objetivos a seguir para obtener resultados.

### **CAPÍTULO II**

En este capítulo se conceptualiza en base a fundamentos de autores científicos y fuentes que contribuyen a una mejor comprensión del tema, se explica la fundamentación filosófica y se marcan aspectos legales que sustentan la investigación, posteriormente se realiza las categorías fundamentales, en donde se establecen conceptos relacionados a la variable independiente y dependiente. Para finalizar este apartado se plantea la hipótesis tentativa del proyecto y se señalan las variables que relacionan la investigación.

### **CAPÍTULO III**

Hace referencia a la metodología aplicada, en este caso se estableció dos fases: la técnica participativa en la cual los habitantes brindaban la información verídica de los sitios

potenciales con los que cuentan y la aplicación de encuestas a los turistas que visitan Patate, gracias a la información obtenida se realizan entrevistas a las autoridades para tomar medidas de difusión.

#### **CAPÍTULO IV**

En este capítulo se elabora el análisis y la interpretación de los resultados obtenidos a través de las 111 encuestas, para verificar la hipótesis se emplea el método estadístico Chi cuadrado que dio como resultado que el Entorno de la cascada de Mundug SI incide en la oferta turística del cantón Patate.

#### **CAPÍTULO V**

El capítulo V conlleva las conclusiones que se dan al tener en claro el tema investigado y se plantean las recomendaciones pertinentes.

#### **CAPÍTULO VI**

Se presenta la alternativa de solución denominada propuesta, en este caso el diseño de una ruta turística que den a conocer los atractivos turísticos naturales y culturales identificados en el entorno de la cascada de Mundug.

## **CAPÍTULO I**

### **EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

#### **1.1 TEMA**

“EL ENTORNO DE LA CASCADA DE MUNDUG EN LA OFERTA TURÍSTICA DEL CANTÓN PATATE”.

#### **1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

##### **1.2.1 Contextualización**

En el Ecuador el turismo es la tercera fuente de ingresos no petroleros, de acuerdo con los datos emitidos en la redición de cuentas 2016. Para la promoción turística a nivel internacional “All you need is Ecuador” se han invertido alrededor de 600 millones los últimos cuatro años, la campaña llegó a 485'114.322 personas de América del Sur, Norte y Europa (Ministerio de turismo, 2016).

El turismo se ha convertido en un elemento clave para el desarrollo de un país, varios destinos han invertido en este sector, por consecuencia, han tenido un gran progreso en su economía y esto se refleja a través de, la ejecución de infraestructuras y la creación de empleo y empresas. En el 2016 se generaron 484.884 empleos (en alojamiento y servicios de comida), 1 de cada 15 empleos son por turismo.

El Ecuador es uno de los países con mayor biodiversidad del planeta, y que ha mantenido durante los últimos años un incremento en la llegada de turistas debido a sus maravillas naturales. Gracias a su privilegiada ubicación geográfica, la presencia de la cordillera de los Andes, las corrientes marinas que vienen del norte y del sur, hacen de este país un destino incomparable para actividades de aventura y de turismo especializado de toda índole (MINTUR, 2014, pág. 6).

El Ecuador posee una inigualable oferta turística natural y cultural para satisfacer todas las necesidades del visitante; ríos, volcanes, cascadas, nevados, lagunas, flora y fauna forman parte de la misma y con los que se puede convertir en el principal destino de aventura. Al Ecuador se lo considera como un país multiétnico y pluricultural, lo que lo convierte en un sitio mágico para los turistas que son atraídos por las costumbres y la diversidad de gente.

En patrimonio natural, Ecuador ocupa la posición 13 entre 140 países, un poco por detrás de dos de sus principales competidores, Costa Rica (7) y Perú (12), y superando por escaso margen a Colombia (16), esta cifra se sustenta en la diversidad biológica, geográfica y cultural del país (MINTUR, 2014).

A pesar de todas las maravillas que posee este país, existen algunos problemas en el sector turístico que no permiten explorar y disfrutar al máximo los atractivos existentes. La limitada evaluación de la competencia turística no permite conocer la oferta total que otros destinos brindan, de la misma manera, no se han planteado estrategias de promoción con información que genere impacto en la sociedad.

En respuesta al terremoto del 16 de abril se realizaron tours solidarios en 10 cantones priorizados con 20 opciones de paquetes turísticos. Viaja primero Ecuador es otra de las campañas que motiva la visita a las playas manabitas y esmeraldeñas a través de su página Web; Iron Man fue un evento deportivo internacional desarrollado en la ciudad de Manta, al que llegaron 17.000 personas, 1.500 deportistas nacionales e internacionales de 15 países y generó más de USD 2 millones de ingresos (Ministerio de turismo, 2016).

Ahora bien, la promoción en la costa ecuatoriana generó gran impacto en los turistas e impulsó a que las visitan vayan creciendo en estos sectores mientras que, los atractivos turísticos como: cascadas, bosques, montañas, entre otros fueron olvidados o poco visitados y por consiguiente, se dejaron de lado los proyectos de investigación que pueden ayudar a identificar el potencial turístico de los recursos que posea una comunidad o sitios con gran potencial pero con escasa difusión.

Tungurahua se caracteriza por una gran concentración y abundancia de condiciones geográficas y paisajísticas aptas para turismo ecológico y de aventura, con extensa biodiversidad a través de sus múltiples pisos ecológicos, sin embargo, la provincia también es reconocida por el sector productivo y gran afluencia de visitantes que llegan a la provincia son por fines comerciales (Dirección de Planificación, 2011, pág. 61).

En esta provincia se tiene en claro que atractivos turísticos posee, así mismo, los destinos potenciales más concurridos por los turistas, ahora bien, se ha dejado de lado la ejecución de proyectos que tenga como propósito la identificación de nuevos atractivos y el aprovechamiento total de los recursos naturales y culturales con los que cuenta.

Tungurahua está dividida en 9 cantones de los cuales el más visitado por turistas nacionales e internacionales es Baños, debido a su ubicación geográfica, la presencia del volcán Tungurahua, actividades en contacto con la naturaleza y los prestadores turísticos que existen en el cantón.

Un estudio realizado por John Tello, detalla que aproximadamente 125.000 personas llegaron a la provincia de Tungurahua en el 2017, los turistas se repartieron entre los cantones: Baños, Ambato, Pelileo, Cevallos y Mocha para comprar calzado, ropa y practicar deportes extremos. El flujo turístico generó USD 7 millones (El Comercio, 2017).

No se han registrado un número de visitas a Patate, sin embargo este cantón posee abundante riqueza natural y cultural, está ubicado a 40 minutos de la ciudad de Ambato, su clima templado seco primaveral y su gastronomía atrae a los turistas a visitar los atractivos de este cantón. Las arepas y la chicha de uva, al formar parte de la gastronomía tradicional del cantón son la principal atracción de los visitantes al igual que, el santuario del Señor de terremoto, y las festividades que se viven cada año en el lugar.

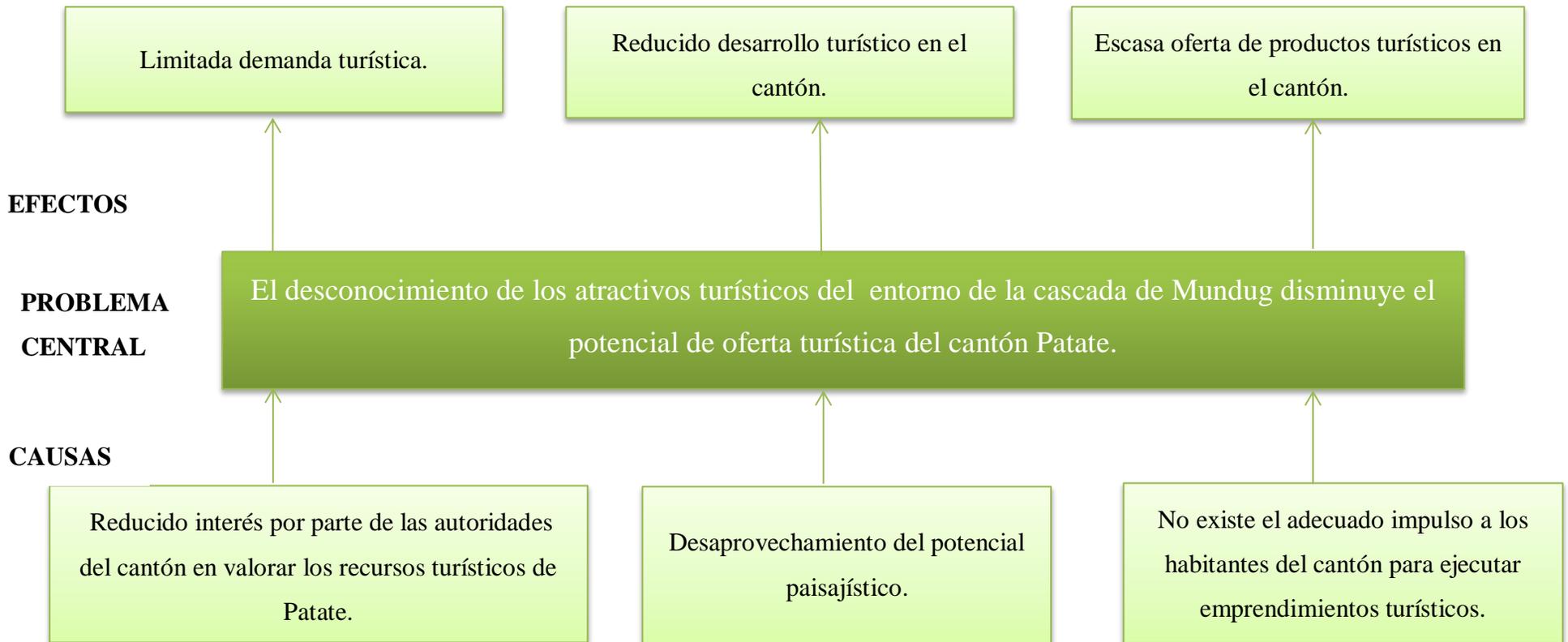
La cascada de Mundug, otro de los destinos más visitados, ofrece al turista además de los dos saltos de agua, un paisaje natural de alto nivel de riqueza, rodeado del bosque húmedo y la variedad de flora y fauna que lo puede convertir en el atractivo principal de Patate si es

promocionado, difundido y potencializado de manera adecuada a través de una investigación exhaustiva del mismo.

En el entorno de la cascada se hallan recursos naturales y culturales que pueden complementar la oferta turística del cantón, pero no se han implementado proyectos que se enfoquen en la innovación de atractivos, en otras palabras, Mundug posee suficiente riqueza natural y cultural para ser conocido no solo por su cascada sino por su potencial turístico total.

## ÁRBOL DE PROBLEMAS

Gráfico N°1: Árbol de problemas



Elaborado por: MARTÍNEZ, Erika (2017)

### **1.2.2 Análisis crítico**

El desconocimiento de los atractivos turísticos del entorno de la cascada de Mundug disminuye el potencial de oferta turística del cantón Patate, este problema surge a causa del reducido interés por parte de las autoridades del cantón en valorar los recursos turísticos de Patate; la cascada cuenta con recursos naturales y culturales a sus alrededores que no han sido tomados en cuenta para atraer a los turistas, lo que da por efecto una limitada demanda turística en este lugar.

El desaprovechamiento del potencial paisajístico es otra de las causas, no se generan proyectos de publicidad para impulsar el turismo en esta cascada, enfocados en su paisaje, por consecuencia, no es el principal atractivo que los turistas quieren visitar y esto da como resultado un reducido desarrollo turístico en el cantón.

Además, al no existir un adecuado impulso a los habitantes del cantón para ejecutar emprendimientos turísticos, tiene como efecto la escasa oferta de productos turísticos que existen en Patate; no se tiene iniciativa para potencializar los atractivos turísticos del entorno de la cascada y se mantiene solamente el interés de promocionar principalmente a las arepas que han sido tomadas como primordial atractivo del cantón.

### **1.2.3 Prognosis**

De no haberse realizado la presente investigación, los atractivos naturales y culturales del entorno de la cascada Mundug continuarían sin ser incluidos en la oferta turística del cantón Patate, además, no se lograría posicionar a Mundug como el principal atractivo del lugar, desconociendo los aportes y beneficios que genera al desarrollo turístico de Patate. Por ende, se dejaría de lado la apertura de una nueva actividad para el incremento de la economía de la comunidad y del cantón en general.

#### **1.2.4 Formulación del problema**

- ¿Cuál es la relación de los atractivos turísticos del entorno de la cascada Mundug en la oferta turística del cantón Patate?

#### **1.2.5 Interrogantes**

- ¿Cuál es la categorización de los atractivos turísticos del entorno de la cascada Mundug?
- ¿Qué atractivos turísticos existen en la oferta del cantón Patate?
- ¿De qué manera se puede ayudar a la diversificación de la oferta en el cantón?

#### **1.2.6 Delimitación de la investigación**

##### **Delimitación del contenido**

- Campo: Turismo y hotelería
- Área: Turismo
- Aspectos: Entorno de la cascada Mundug y la oferta turística.

##### **Delimitación espacial**

La investigación se llevará a cabo en el cantón Patate, en el sector Mundug.

##### **Delimitación temporal**

La presente investigación se realizará en el período octubre – marzo 2018.

### **1.3 JUSTIFICACIÓN**

El motivo de la investigación es priorizar los atractivos naturales del entorno de la cascada Mundug como potencial de la oferta turística del cantón, mismos que al realizar actividades recreativas en contacto, precisamente y como su nombre lo dice, con la naturaleza, y con

las comunidades o características integradas en su entorno, aporte al desarrollo turístico del cantón y a la vez de al turista una opción diferente fuera de lo habitual dentro del turismo.

Es de importancia y de gran utilidad ya que el cantón obtendrá diversificación en la oferta turística que la conforma, con recursos naturales capaces de satisfacer todo tipo de necesidades y exigencias de la demanda en el turismo, al mismo tiempo mejorando la calidad de vida de sus habitantes.

Este proyecto es factible porque se cuenta con los conocimientos obtenidos en la carrera, el tiempo para realizar la investigación del mismo y el apoyo del GAD Patate, quienes están gustosos de proporcionar la información que se necesite.

## **1.4 OBJETIVOS**

### **1.4.1 Objetivo General**

- Identificar la relación de los atractivos turísticos del entorno de la cascada Mundug en la oferta turística del cantón Patate.

### **1.4.2 Objetivos Específicos**

- Analizar la categorización de los atractivos turísticos del entorno de la cascada Mundug
- Estudiar la oferta de atractivos turísticos en el cantón Patate.
- Plantear una propuesta que ayude a la diversificación de la oferta en el cantón.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS**

Para enriquecer la investigación sobre el entorno de la cascada Mundug en la oferta turística del cantón Patate, es necesario indagar acerca de antecedentes investigativos que se relacionen con el tema.

Los técnicos de turismo del cantón Patate consideran que, la comunidad de Mundug no posee una promoción adecuada para ser presentada y expuesta a los turistas, esto se debe a la falta de conocimiento e investigación por parte de los mismos, por lo que notoriamente existe un desaprovechamiento al potencial del entorno de la cascada para atraer más visitantes (Vargas, 2016).

Asimismo, a través del estudio de campo que realizó Vargas (2016) se demuestra que el desarrollo turístico en la comunidad de Mundug es necesario, ya que mediante el mismo se puede generar fuentes de empleo y mejorar la calidad de vida de los habitantes, así como desarrollando investigaciones sobre los atractivos naturales que existen alrededor de la cascada en este sector para fomentar la actividad turística.

Por otra parte, en el proyecto realizado por Cercado (2015), se espera que el turismo de naturaleza pueda mostrar un modelo de desarrollo sostenible en el sector turístico, a fin de conservar y proteger los recursos naturales, valorar las manifestaciones culturales locales e integra las poblaciones a la oferta, crear conciencia acerca de la protección del medio ambiente, y a mejorar la calidad de vida de las comunidades, en base a este autor se puede destacar que el turismo de aventura genera beneficios tanto como turísticos y económicos

para un determinado sector, siempre que estos sean fomentados y estratégicamente promocionados.

Así mismo, Tisaleo cuenta con un gran potencial de atractivos novedosos que poseen una ubicación favorables, permitiendo favorecer a diferentes sectores, potencializando y aprovechando cada uno de sus recursos; se relaciona con el tema por su interés en motivar a los turistas con nuevos atractivos que generen una experiencia inolvidable (Mullo, 2016).

## **2.2 FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA**

La presente investigación se fundamenta en el paradigma crítico-propositivo, crítico porque se analiza la realidad de la comunidad de Mundug, de un sitio que no ha sido aprovechado y de los grandes beneficios que puede generar al cantón Patate, y propositivo porque a través del análisis se pueden plantear alternativas de solución al problema identificado.

Asimismo, el desarrollo de la investigación se fundamenta en los principios del turismo sostenible, los cuales se enfocan en la sensibilidad hacia la naturaleza, la cultura y la calidad de vida de las poblaciones receptoras.

En particular, uno de los principios acorde con el tema de investigación es: “se procura mantener un elevado nivel de satisfacción de los visitantes y el destino retiene su prestigio y potencial comercial” (OMT, 2015). Uno de los recursos que atrae al turista a un lugar es el paisaje, sin embargo es el más frágil, el turismo sostenible combate con la sobreutilización y los cambios de un recurso, no obstante, es una alternativa para contrarrestar la violencia contra el medio ambiente.

La sostenibilidad plantea trabajar de manera conjunta, el hombre y la naturaleza, para que el turismo se desarrolle y se realicen las actividades turísticas sostenibles tomando en cuenta a las futuras generaciones.

## **2.3 FUNDAMENTACIÓN LEGAL**

El presente trabajo de investigación se sustenta en la parte legal y jurídica, por lo que se toma algunos artículos y principios para fundamentarlo.

Basándose en el **Art. 4 de la Ley de Turismo**: Reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión, y al Estado en cuanto debe potencializar las actividades mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo; garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos de la Nación (Ministerio de Turismo, 2002).

Uno de los objetivos que se relaciona con el tema a investigar es que, la actividad turística puede surgir de la iniciativa privada o autogestión y del Estado, quien es el encargado de potencializar las actividades, a través de, la promoción de los productos turísticos

En cuanto a la protección y garantía del uso de los recursos, se sustenta en el artículo mencionado anteriormente de la ley de turismo, en donde se indica que se garantiza el uso racional de todos los recursos naturales y culturales con lo que se cuenta en el país, además se cuida y protege al turista, fomentando la conciencia al realizar las actividades turísticas.

En lo que respecta a actividades turísticas, en el **Art. 3** de la misma ley se manifiesta lo siguiente: La participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización (Ministerio de Turismo, 2002).

Los gobiernos provincial y cantonal deben impulsar y apoyar el desarrollo turístico dentro del marco que los compete, así como proporcionar los servicios básicos que el turista necesita para su satisfacción y la participación comunitaria para la prestación de servicios turísticos en base a la presente Ley y reglamento.

Por otra parte, **El Plan Nacional del Buen Vivir** también sustenta el proyecto a través de uno de los principios y orientaciones, **Sociedad en armonía con la naturaleza**: El

reconocimiento de los derechos de la naturaleza y la garantía de un ambiente sano y sostenible, como establece la Constitución, demandan respeto y equilibrio entre los ecosistemas, su gigantesca biodiversidad, sus dinámicas y tiempos. También exigen la valoración de la naturaleza y sus funciones, así como el planteamiento de las actividades humanas dentro de los límites biofísicos de los ecosistemas en los territorios, asumiendo responsabilidad con las futuras generaciones (Consejo Nacional de Planificación, 2013).

De esta manera, se reconoce los derechos y la valoración de la naturaleza, así como las actividades humanas en los sitios naturales, tomando conciencia de la responsabilidad y de las futuras generaciones; para priorizar las actividades en torno a la naturaleza se analiza las características de cada territorio, lo que ayuda a mantener y valorar los ecosistemas que forman parte del patrimonio natural de un país.

Para concluir, **la Constitución de la República del Ecuador** en el **Art. 395**: La Constitución reconoce los siguientes principios ambientales: 1. El Estado garantizará un modelo sustentable de desarrollo, ambientalmente equilibrado y respetuoso de la diversidad cultural, que conserve la biodiversidad y la capacidad de regeneración natural de los ecosistemas, y asegure la satisfacción de las necesidades de las generaciones presentes y futuras (Republica del Ecuador, 2008).

Se reconoce la garantía por parte del Estado en un modelo sustentable, que respete y conserve la biodiversidad y asegure la satisfacción de las generaciones.

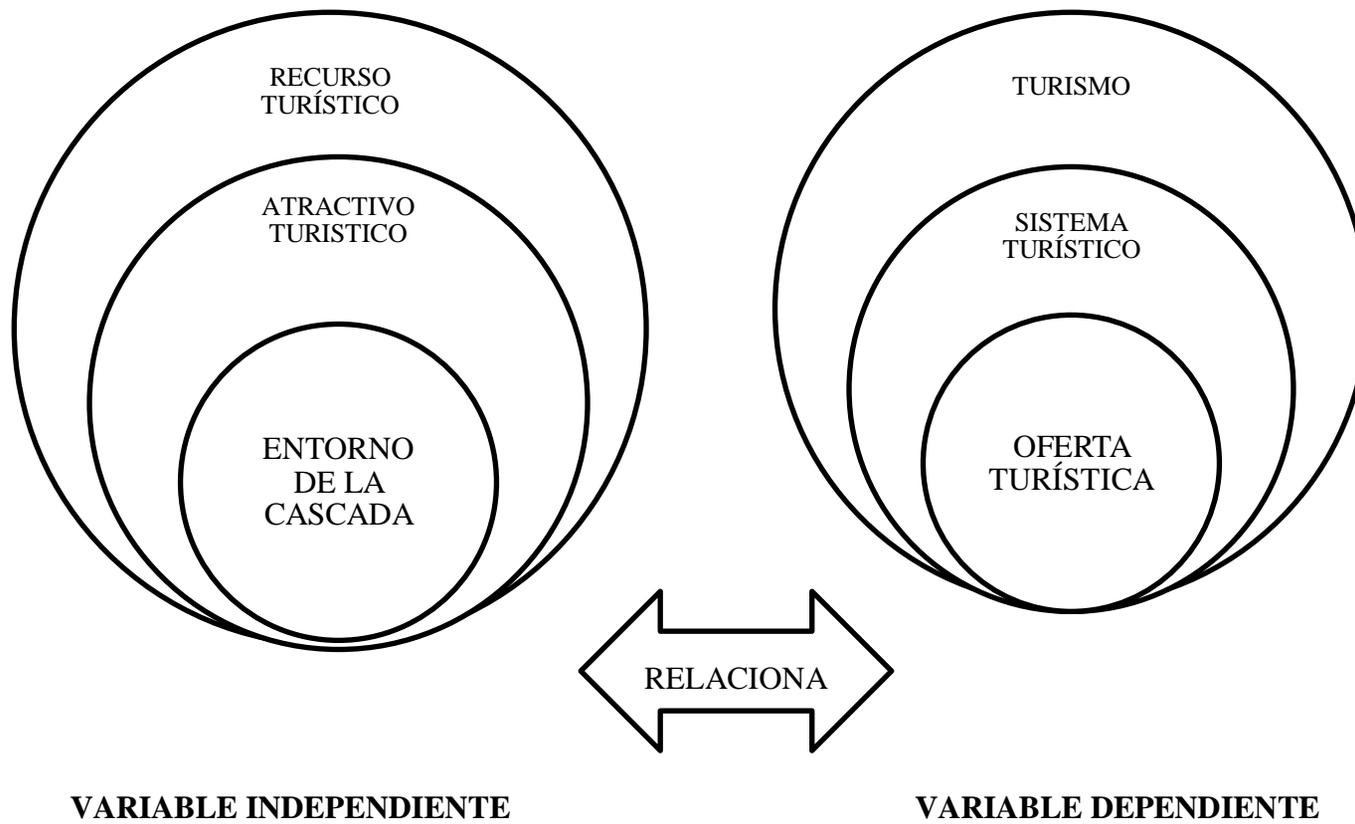
Además si se toma en cuenta el **Art. 14**: Se reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir, *sumak kawsay*. Se declara de interés público la preservación del ambiente, la conservación de los ecosistemas, la biodiversidad y la integridad del patrimonio genético del país, la prevención del daño ambiental y la recuperación de los espacios naturales degradados (Republica del Ecuador, 2008).

La población tiene el derecho de vivir en un ambiente que garantice la sostenibilidad y el buen vivir; siempre tomando como principal la conservación de los ecosistemas.

No obstante, para la precaución de la extinción de las especies que forman un ecosistema también se sustenta en el **Art. 73**, en donde se prohíbe la introducción de cualquier material que altere el patrimonio nacional (Republica del Ecuador, 2008).

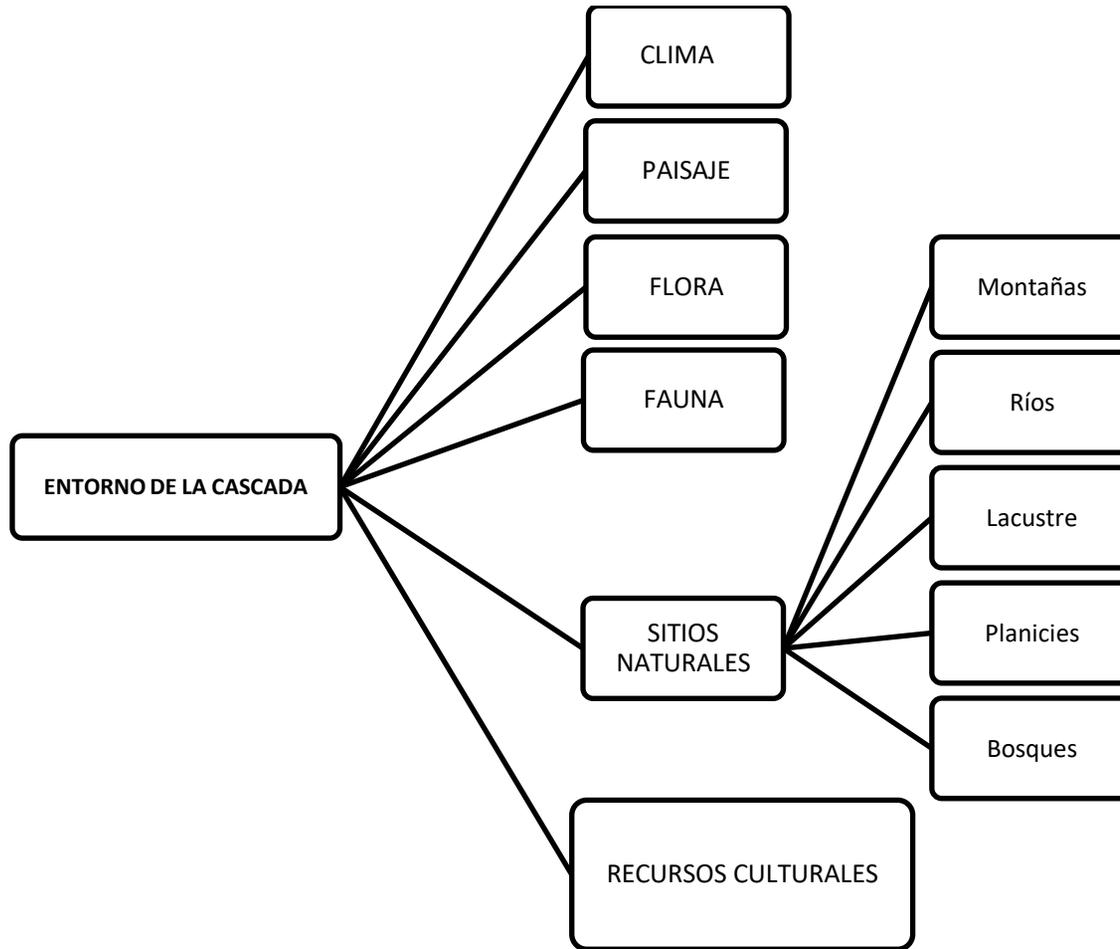
## 2.4 CATEGORÍAS FUNDAMENTALES

Gráfico N°2: Superordinación conceptual



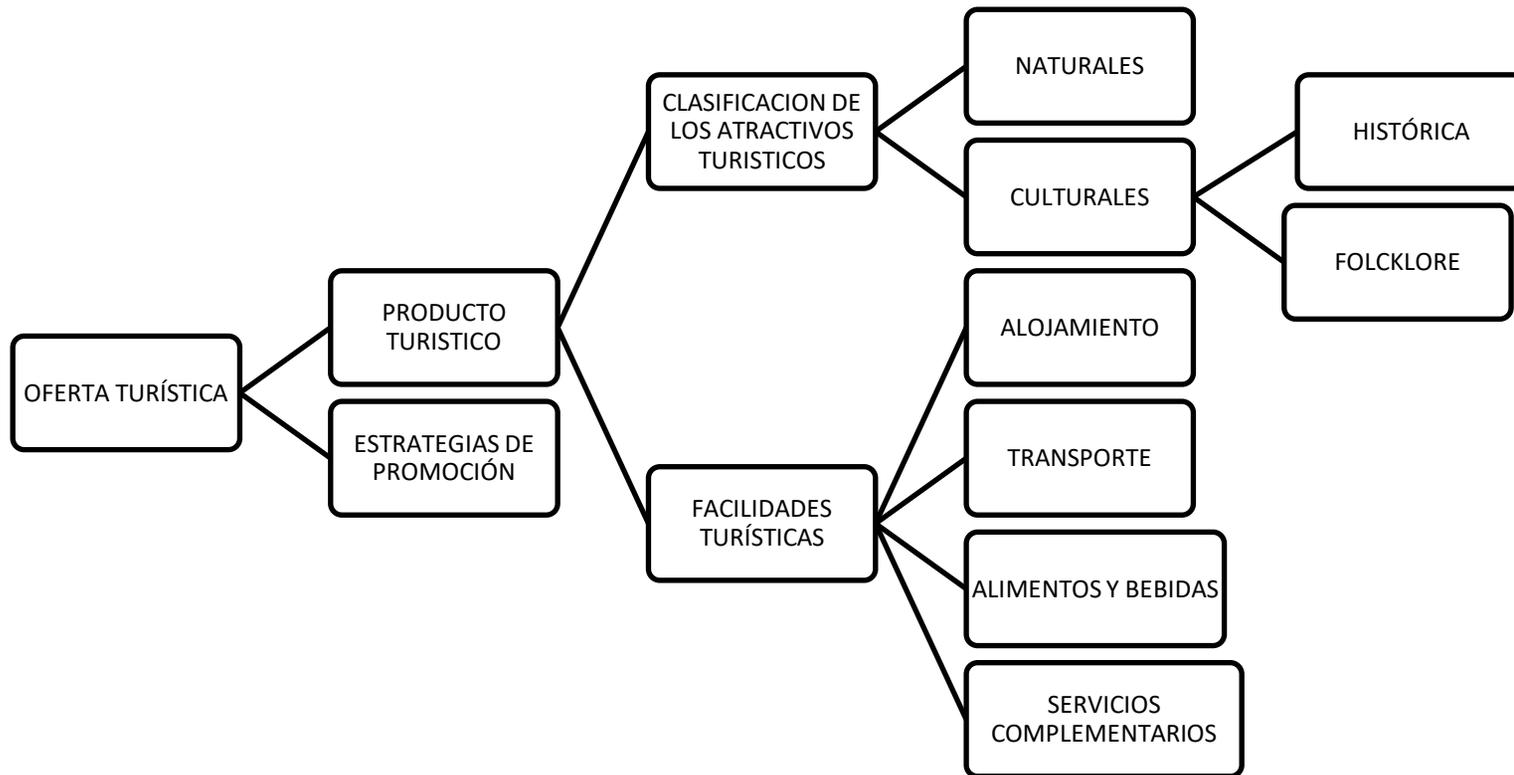
Elaborado por: MARTÍNEZ, Erika (2017)

**Gráfico N°3: Subordinación conceptual (Variable Independiente)**



**Elaborado por:** MARTÍNEZ, Erika (2017)

**Gráfico 4: Subordinación conceptual (Variable dependiente)**



**Elaborado por:** MARTÍNEZ, Erika (2017)

**Nota:** En el desarrollo de la investigación sólo se han tomado en cuenta a los atractivos culturales: históricos y folcklore para definirlos teóricamente puesto que, son los que se relacionan directamente con el tema a investigar.

## **2.4.1 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE**

### **RECURSO TURÍSTICO**

Los recursos turísticos son elementos culturales o naturales que con sus características motivan a los visitantes y generan la actividad turística. Para satisfacer las necesidades de los turistas estos recursos deben proveer los servicios que el visitante requiere, alojamiento, transporte, gastronomía, actividades recreativas, y además intermediarios que hagan posible la visita (Varisco, 2013).

Los recursos turísticos se clasifican entre naturales, históricos, gastronómicos, acontecimientos programados, y realizaciones técnicas científicas. Se destaca a los recursos naturales por su potencial para aprovecharse turísticamente, mientras más desconocido sea un lugar mayor será la atracción de turista por la naturaleza que lo rodea (Crespi & Planells, 2011).

Los recursos turísticos abarcan a los atractivos de un territorio, naturales, culturales, y las personas que habiten en el sitio; todo elemento material que se combine con otros o por sí mismo genere atracción a los visitantes en una determinada zona, es considerado un recurso turístico (Amaiquema, 2015).

Existen varias definiciones de lo que es recurso turístico, pero en síntesis, es un conjunto de servicios y bienes que a través de la actividad humana y de los atractivos con los que cuenta satisfacen las necesidades de la demanda y pueden ser ofertados en el mercado del turismo (Navarro, 2015).

Para concluir, los recursos turísticos son la base para el turismo y que deben tener todos los servicios y atracciones para que el turista tenga una experiencia única y que los motive a regresar al lugar.

## **ATRACTIVO TURÍSTICO**

Los atractivos turísticos son el elemento más importante del producto turístico, ya que estos determinan la selección o el motivo del visitante, por lo tanto provocan la actividad turística en los lugares de su elección; los atractivos turísticos son capaces de satisfacer las necesidades que el turista requiere al llegar al lugar. Por otra parte, atractivo turístico refiere a todo lugar, objeto o acontecimiento que genere interés del visitante, los mismo que pueden ser naturales o culturales (Navarro, 2015).

En la Metodología para la jerarquización de atractivos y generación de espacios turísticos del Ecuador, se clasifica a los atractivos turísticos entre sitios naturales y manifestaciones culturales y de ahí tipos y subtipos (MINTUR 2017).

A partir de esto se puede definir al atractivo turístico como elemento natural o cultural que llamen la atención del turista y por ende son primordiales para la actividad turística; el estudio de los dos grandes grupos permite conocer las categorías de estos atractivos.

## **ENTORNO DE LA CASCADA**

Entorno se define como ambiente, es decir, lo que lo rodea, también se refiere a las características de un lugar y los puntos vecinos con otro que se relacionan entre sí (Real Academia Española, 2014).

El entorno es considerado como medios e influencias que se interrelacionan con el hombre, son todos los elementos naturales, culturales/sociales y aquellos creados por la humanidad; el medio ambiente es un componente integrante del entorno, en el cual los impactos resultado de las actividades económicas pueden afectarlo (Sancho, 1998).

En el caso del tema de investigación se refiere al entorno de la cascada Mundug, de esta manera se enfoca a las características naturales y culturales/sociales que rodean al lugar turístico.

#### **2.4.1.1. Fundamentación Teórica de la Subordinación Conceptual de la Variable Independiente.**

Dentro del entorno de un lugar turístico se puede mencionar al clima, paisaje, flora, fauna, sitios naturales, y cultura del lugar que lo rodean y caracterizan.

#### **CLIMA**

El clima se lo puede entender como la situación atmosférica imaginaria que engloba a elementos físicos, químicos y biológicos que caracterizan un lugar y su predominio en los seres vivos, en otras palabras es el conjunto de estados de la atmósfera en un área dentro de un determinado período de tiempo (Linés, 1998).

En otras palabras, el clima es la totalidad de los fenómenos atmosféricos que se interrelacionan en un lugar cualquiera de la superficie terrestre, influyendo unos sobre otros. Se puede considerar algunos de sus componentes como a la temperatura atmosférica, presión, vientos, humedad y lluvia; y ciertos factores que influyen sobre él son la latitud-altitud, estaciones del año, distancia al mar, etc.

#### **PAISAJE**

Se puede definir a paisaje en primera instancia como una expresión perceptual, es decir que es detectado por todos los sentidos, esto puede ser en cualquier medio físico; actualmente se refiere a algún lugar, rural o urbano, que tengan tanto rasgos naturales como los provocados por el hombre, paisajes naturales o modificados por las personas (Ojeda, 2011).

Se entiende entonces que el paisaje es la combinación de los elementos bióticos y abióticos que son perceptibles para el hombre y que por sus características se convierten en algo único y que al pasar el tiempo sus particularidades pueden cambiar.

Desde el punto de vista de otros autores, el paisaje es un segmento de territorio que con una sola mirada puede ser atraído, incluyendo todos los objetos que estén a su alrededor, esto

incluye elementos naturales como nubes, bosques, montañas, la naturaleza en sí, y elementos que con las acciones humanas caracterizan el paisaje; la percepción del espectáculo que brinde este recurso puede cambiar a medida que cambie la ubicación de quien lo observa (Delgado, 2005).

Todas las personas son libres de admirar un paisaje, el mismo que motiva y despierta reacciones inmediatas.

El paisaje está comprendido por componentes los cuales son: geológicos, es decir la tierra, relieves, agua, y todo elemento abiótico, y recursos biológicos que comprende a la vida animal y vegetal y el componente antrópico que es el hombre, elemento incluido en la naturaleza y que por sus intervenciones los paisajes evolucionan (Murlands, 2005).

Por consiguiente, el paisaje se lo puede enfocar desde dos percepciones, un paisaje total y paisaje visual; el primero se centra en el territorio y sus características, y el segundo en la percepción del observador al territorio.

## **FLORA**

Se define flora como el conjunto de plantas o especies vegetales de una región o país, también se refiere a todos los microorganismos que se adaptan a un medio determinado (Real Academia Española, 2014).

La flora ecuatoriana es muy rica y variada, esto se debe a los diferentes medios ecológicos, dentro de las regiones naturales del Ecuador existen varios sistemas ecológicos y formaciones vegetales propias del lugar, cada región con sus ecosistemas diferenciados por sus climas.

El Ecuador es rico en biodiversidad por una serie de elementos ambientales, el bioclima, el relieve, el suelo, los regímenes de inundación, entre otros. Estos factores interactúan y se generan los paisajes naturales que se relacionan con las especies vegetales que están en constante peligro por las acciones del hombre (Ministerio del Ambiente, 2012).

## **FAUNA**

Se conceptualiza a fauna como un conjunto de los animales de una región o país o de alguna zona determinada, los mismos que son descritos y componen ecosistemas (Real Academia Española, 2014).

La flora y fauna son elementos de la biodiversidad y representan a un país o zona, es fundamental proteger y conservar los ecosistemas y hábitat de los mismos para mantener los recursos naturales que la principal atracción de un turista. En todos los ecosistemas los animales son un factor esencial, la relación que tienen estos con los otros factores son importantes al permitir que haya un equilibrio biológico.

El Ecuador posee un gran número de fauna, sin embargo, la destrucción, la ruptura de hábitats naturales, el tráfico ilegal de especies y la introducción de especies exóticas son alguna de las causas de la extinción de muchas de estas (Ministerio del Ambiente, s/f).

## **SITIOS NATURALES**

Se conoce que los sitios naturales son elementos de la naturaleza que se encuentran en determinados lugares y que son parte del medio ambiente.

## **MONTAÑAS**

Las montañas se definen como relieves del suelo que sobresalen y dominan un terreno o grandes prominencias naturales. Según el MINTUR (2004), clasifican a las montañas de la siguiente manera:

- Alta montaña: Elevación superior a una altura de 4800 msnm.
- Cordillera: Cadena de montañas.
- Volcán: Montaña que por el cráter expulsa magma (material rocoso incandescente o derretido), humo, llamas o lodo.
- Colina: Elevación del terreno menor que la montaña.
- Desfiladero: Paso estrecho entre montañas.
- Glaciar: Masa de hielo acumulada en las zonas de alta montaña, encima del límite de las nieves, se desliza lentamente como un río de hielo.<sup>1</sup>

La montaña se caracteriza por sus elementos naturales que lo rodea y los cambios que tiene a través del tiempo, definirla es algo complejo, pero generalmente es toda porción elevada de una superficie terrestre.

## **LACUSTRE**

Los ambientes lacustres son el conjunto de lagos, lagunas, Ciénegas, entre otros.

---

<sup>1</sup>MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR (2004), Metodología de inventarios turísticos.

- Lago: Gran masa de agua en extensas profundidades de terreno.
- Laguna: Masa de agua de menores dimensiones que el lago.
- Ciénega: Sitio lleno de lodo con vegetación propia.
- Pozas: Concavidad en la que hay agua retenida.
- Cochas: Lagunas pequeñas, charcos.
- Pantanal: Grandes extensiones de tierra inundada, con poca vegetación.
- Chacras Estacionales: Cochas o charcos que solo se forman en las estaciones lluviosas.<sup>2</sup>

Se entiende entonces como ambiente lacustre a masas de agua en pequeñas o grandes profundidades de terreno.

## **RÍOS**

Los ríos son ecosistemas fluviales que poseen tres elementos; el cauce, la ribera y la llanura. Son corrientes de agua continua que van y se desembocan en otra corriente, mar o lago, el agua tiene características físico-químicas e hidráulicas y es aquí en donde se desarrollan macro invertebrados que son la base de la cadena trófica (Fernández, s/f).

Basándose en el artículo de revista de Muñoz (2015), se entiende que los ríos se encuentran asociados con los lagos en ocasiones, y mediante su corriente producen **cascadas o cañones** a causa de los rápidos de su recorrido. Su flujo genera cuencas hidrográficas que son importantes para los bosques y la agricultura.

Existen tipos de corrientes que se detallarán brevemente a continuación:

- Riachuelo: Río pequeño de poco caudal.
- Rápido o raudal: sector del curso de un río, el cual mientras mayor sea la pendiente o menor el ancho más se acelera la velocidad de sus aguas.

---

<sup>2</sup>MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR (2004), Metodología de inventarios turísticos.

- **Cascada:** catarata o salto, caída de agua desde cierta altura por el rápido desnivel del cauce o quebrada. También se lo conoce como un accidente geográfico que se produce por la relación entre un caudal y un declive y suelen llamarse caídas, cataratas, chorros, torrentes, o rápidos; en algunos casos pueden ser el resultado de la lava de volcanes que en la antigüedad pudieron ocurrir, por lo general se las clasifica por su ancho o altura. No obstante, esto puede depender de la estación debido a que algunas solo se forman en por la lluvia.
- **Ribera:** tierra que está cerca al río aunque no se encuentre en la orilla, también se lo puede definir como el margen u orillas de un río.
- **Meandro:** curva o recoveco en el cauce de un río.
- **Vado:** lugar de un río con fondo firme, llano con poca profundidad por donde se puede pasar caminando, cabalgando o en vehículo.
- **Remanso:** lugar más profundo y calmo en el cauce de un río.<sup>3</sup>

## PLANICIES

El diccionario de la Real Academia Española (2017) define a planicie como un terreno llano y de gran extensión. Suele ser de poca vegetación, como su nombre lo indica proviene de plano, es decir que no tiene volumen ni relieves en la superficie; estos pueden ser:

- **Llanura:** Llano o superficie de gran extensión.
- **Valle:** Espacio entre dos montes o alturas. Cuenca de un río.
- **Meseta:** Llanuras recortada a intervalos.

---

<sup>3</sup>MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR (2004), Metodología de inventarios turísticos.

## **BOSQUES**

Comunidad de organismos animales y vegetales que están rodeados por árboles, son ecosistemas indispensables para la vida, debido a que son hábitat de muchos seres vivos.

Los bosques del Ecuador corresponden al 42% de la superficie total del país. Los bosques ayudan a la renovación del aire, protegen el suelo y contribuyen con el clima.

- **Bosque tropical lluvioso o selva**

Un bosque lluvioso absorbe toneladas de dióxido de carbono y libera grandes cantidades de oxígeno puro y limpio.

- **Bosque tropical nublado**

En este tipo de bosques llueve todo el año, pero se diferencia del anterior por la humedad que posee y ésta se convierte en neblina.

- **Bosque tropical húmedo**

El bosque tropical húmedo tiene temporada seca y parte de su vegetación tiende a marchitarse.

- **Bosque tropical seco**

Los árboles que se encuentran en este tipo de bosques reservan agua por su época de sequía, además pierden sus hojas para el ahorro de energía.

- **Manglar**

Los manglares se caracterizan por vivir en áreas de agua dulce y salada mezcladas, y de esta manera atraen a reptiles, moluscos y peces.

- **Bosque petrificado**

Se lo llama petrificado, porque contiene fósiles de un antiguo bosque seco.

- **Bosques de páramos**

El tronco y el suelo de los árboles están cubiertos de musgos y helechos que absorben agua y dióxido de carbono, son hábitats de alpacas y vicuñas.<sup>4</sup>

---

<sup>4</sup>El Universo (2011). Los bosques son importantes porque...

## **RECURSOS CULTURALES**

Los recursos culturales se han desarrollado a través de una educación espiritual, es decir la formación que las personas van tomando, ya sean los valores, las creencias o el desarrollo. También, son las maneras de pensar y de vivir cultivadas al pasar el tiempo y que se pueden diferenciar entre lugares en donde las costumbres son distintas.

En palabras concretas los recursos culturales constituyen la base patrimonial de una sociedad, y son destinados a su conservación, difusión, investigación, etc. Los recursos culturales se han dado a través del tiempo enfocándose en los valores, actitudes y aptitudes que tiene una civilización. Se convierten en civilización cuando se mantienen los mismos intereses y creencias después de que en los antepasados se luchaba para sobrevivir a través del cultivo de la tierra y del cultivo social (Altieri, 2001).

En conclusión, son todos aquellos elementos, objetos o hechos sociales que distinguen una cultura de otra, y poseen alguna característica de diferenciación relevante, susceptibles de ser puestos en valor, para motivar el desplazamiento de personas con la finalidad de satisfacer las necesidades de una demanda turística con fines culturales (Valle & Ismar, 2012).

### **2.4.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA VARIABLE DEPENDIENTE**

#### **OFERTA TURÍSTICA**

La oferta turística es el conjunto de tres elementos indispensables: los atractivos y actividades turísticas, la planta turística y la infraestructura, estos componentes se interrelacionan y hacen posible la oferta; si uno de ellos falta en este conjunto es imposible generar la experiencia en el turista, siendo el más importante los atractivos que son quienes motivan a que se realice la visita (Ulloa, Cortés, & Llanos, 2012).

También se considera a la oferta turística como el sistema que resulta de la relación de los productos turísticos y éstos puestos a disposición por un organismo turístico, mediante la comercialización, y promoción orientados a los posibles consumidores, manejado por los operados turísticos (intermediarios) en un lugar determinado (Luis, Uriel, Viviana, & Gabriel, 2013).

En el plan de marketing de turismo, se entiende que dentro de la oferta turística se deben incluir todos los elementos tangibles e intangibles que en un determinado destino están a disposición del turista, es decir, las infraestructuras, los servicios turísticos, y las actividades creadas para brindar una experiencia única al visitante (MINTUR Uruguay, s/f).

En conclusión, la oferta turística es el conjunto de productos turísticos, infraestructura, planta turística e intermediarios que hacen posible la visita a un lugar determinado con todos estos elementos.

## **SISTEMA TURÍSTICO**

El sistema turístico es una estructura formada de variables que se interrelacionan entre sí y que ayudan a que se entienda y se dé el turismo, por consiguiente, es una herramienta que permite la comprensión de los desplazamientos del turista relacionados con el tiempo libre y el ocio. Debe existir una relación entre los elementos que intervienen en la actividad turística, los cuales influyen para poder definir a un sistema (Vázquez, Osorio, Arellano, & Torres, 2013).

En otro punto de vista, se considera al sistema turístico como un conjunto de elementos del turismo que forman un todo y permiten conocer los aspectos más representativos o relevantes de la oferta y demanda turística. Enfocar al turismo como un sistema permite que se explique las actividades que se realizan dentro de él y los actores que se interrelacionan; en el esquema sistémico se muestran cinco subsistemas que lo conforman: la oferta turística, la demanda, la infraestructura, la superestructura, y la comunidad receptora; estos

subsistemas se deben analizar desde el punto de vista económico, social, cultural, ambiental y política (Varisco, 2013).

En resumen, el sistema turístico es el conjunto de elementos que se interrelacionan y que evolucionan dinámicamente. Se distinguen cuatro elementos: la oferta, demanda, el espacio geográfico y los operadores de mercado.

## **TURISMO**

El turismo es el desplazamiento corto o temporal de las personas hacia destinos diferentes de sus lugares de residencia por cualquier tipo de motivación, también son las actividades que se realizan durante ese tiempo en el destino. Son todas las relaciones que se generan en un viaje y la estancia en otro destino distinto a lo habitual siempre que esta no sea de manera permanente y no sea con fines de lucro (Guerrero & Ramos, 2014).

En la ley de turismo se genera un artículo que se refiere al mismo como un ejercicio que alberga todas las actividades que se realizan en el desplazamiento de las personas hacia destinos o lugares diferentes de su residencia habitual, siempre y cuando no sea con ánimo de radicarse de forma permanente en ellos (Ministerio de Turismo, 2002).

El turismo es una actividad humana que abarca en consumo de los recursos y la interacción con otras personas y entornos, también es el desplazamiento de los turistas a otros lugares distintos de donde viven (Campodónico & Chalar, 2011).

Para concluir, turismo son todas las actividades que realizan las personas en sus viajes hacia lugares distintos de su lugar habitual por un tiempo consecutivo de menor a un año con fines de ocio u otro.

### **2.4.2.1. Fundamentación Teórica de la Subordinación Conceptual de la Variable Dependiente**

#### **PRODUCTO TURÍSTICO**

Desde el punto de vista del cliente, el producto turístico son todos los servicios que el turista recibe, es decir, alojamiento, transporte, alimentación y recreación, además de los recursos atractivos y los recursos humanos. En otras palabras, los productos turísticos conforman todo lo que es oferta turística por un precio y un período dado, incluyen los servicios que brindan la planta turística y otros bienes que no sean de campo de turismo (Morillo, 2011).

Los productos turísticos como ofertas de todo tipo que se preparan para ser brindadas al turista, actividades y servicios, a la vez contribuyen a la satisfacción del cliente o consumidores, es la oferta total que es presentada al mercado (Salinas & Medina, 2009).

Los componentes básicos del producto turístico son:

- El transporte aéreo
- El servicio del agente de viaje
- Transporte terrestre
- El alojamiento turístico
- Restaurantes y bares
- Atractivos o animaciones.<sup>5</sup>

Se puede concluir entonces que son una combinación de prestaciones y elementos intangibles como tangibles que se ofrecen al turista para satisfacer sus expectativas o motivaciones, a más de eso, ofrece una agrupación de utilidades funcionales que son el valor añadido del lugar al turista.

---

<sup>5</sup> Alfredo Ascanio, Teoría del turismo, Trillas, México, 2012.

## **CLASIFICACIÓN DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS**

Los atractivos turísticos se clasifican en dos categorías: los sitios naturales y las manifestaciones culturales, ambas con sus tipos y subtipos (MINTUR, 2017). Sin embargo, existen varias clasificaciones que sustentan autores como Acerenza citado en Navarro (2015) quien clasifica a los atractivos en categoría de sitio y de evento; en la de sitio se encuentra los atractivos naturales, usos y costumbres, e infraestructura, y en la de eventos están las ferias, los congresos y los acontecimientos programados.

### **NATURALES**

Montañas, planicies, costas, lagos, lagunas, ríos, arroyos, caídas de agua, grutas y cavernas, lugares de observación de flora y fauna, de casa y pesca, caminos pintorescos, termas, parques nacionales de flora y fauna, etc., todos estos son considerados atractivos naturales ya que pueden ser aprovechados turísticamente (Crespi & Planells, 2011).

Para los turistas, lo desconocido siempre es una atracción para visitar, por ello jamás se debe despreciar un paisaje, incluyendo la naturaleza que lo rodea, porque éste puede ser el motivo que lleva a la gente a viajar y romper la rutina cotidiana en todos los sentidos.

Los atractivos naturales engloban todos los lugares que posean un valor paisajístico en conjunto con todo su entorno, y además de que pueden incluir los recursos tales como la fauna, la caza, la flora o la pesca (OMT, 2008).

En conclusión, los atractivos naturales son todos los elementos de la naturaleza que por sus características motivan a que sea visitado por el turista.

### **CULTURALES**

Al clasificar los atractivos turísticos refiere a las manifestaciones culturales como parte de ellos, las mismas que se clasifican en subtipo: manifestaciones históricas, el folcklore, entre otros.

Este grupo de atractivos son todos los bienes culturales que a través de la historia ha caracterizado a un pueblo o comunidad, los mismos que en la actualidad son de gran importancia histórica, científica o simbólica. Es el legado o historia que han dejado los antepasados, y que se convierten en el testimonio de su existencia, de la forma de vivir, de su manera de ser y todo esto se deja a las generaciones futuras (Crespi & Planells, 2011).

Los atractivos culturales son los que permiten que un pueblo se identifique a través de sus manifestaciones y manteniendo sus valores, creencias, costumbres para que sean atracción del turista.

## **HISTÓRICAS**

Las manifestaciones históricas se refieren al conjunto de lugares o acontecimientos de tiempos pasados, mismos que por sus características o historia como lo dice su nombre, son valoradas y aportan a una comunidad o sociedad, de esta manera el visitante se siente motivado e interesado en conocer los sucesos que resaltan al territorio y por lo hace atractivo; las manifestaciones históricas se plasman en la arquitectura de un sitio, en monumentos, sitios arqueológicos o en bienes que son parte de los antepasados de un lugar y son conservados en iglesias, museos o colecciones (GAD Simón Bolívar, 2012).

En todo caso, los atractivos culturales en el ámbito histórico se caracterizan principalmente por su valor a través del tiempo y la identidad que otorga a un pueblo, esta se mantiene y se convierte en atracción para el turista.

## **FOLCKLORE**

Esta categoría engloba a los siguientes subtipos:

- Pueblo y/o nacionalidad (Etnografía): Son los asentamientos que conservan sus rasgos que son conformes a su cultura.
- Fiestas religiosas, tradiciones y creencias populares: las creencias, leyendas y mitos forman parte de la cultura de una sociedad y que al pasar del tiempo se han convertido en una tradición.

- Artesanías y artes: Son todos los objetos elaborados por los pobladores de un sitio de manera manual y con elementos nativos del lugar.
- Medicina ancestral: Es la medicina natural practicada por un Shamán, que conforme pasan los años se ha convertido en una realidad cotidiana para la comunidad.
- Ferias y mercados: Son áreas en donde los pobladores ofertan sus productos ya sean agrícolas, animales o artesanales para su comercialización.
- Música y danza: Se han convertido en una tradición que un pueblo puede tener, se utilizan instrumentos y trajes típicos que resaltan sus antepasados.
- Gastronomía: Alimentos en donde se utilizan ingredientes tradicionales.<sup>6</sup>

## **FACILIDADES TURÍSTICAS**

Son facilidades turísticas todos los servicios que se ofrecen en un destino turístico, es decir la planta turística, que está conformada por el alojamiento, transporte, alimentos y bebidas, y los servicios complementarios que dependen de cada lugar.

## **ALOJAMIENTO**

Se entiende que alojamiento turístico es el conjunto de bienes que se ofrecen a las personas naturales o jurídicas, es el servicio de hospedaje no permanente y dependiendo del establecimiento pueden ofrecer alimentación, servicios básicos y/o complementarios (Ministerio de Turismo, 2002).

Un establecimiento de alojamiento es todo ente que brinda hospedaje por un precio establecido, se pueden ofrecer además servicios complementarios como alimentación, recreación, lavandería, entre otros. Su clasificación es extensa por la diversidad de establecimientos en esta industria.

---

<sup>6</sup> MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR (2004), Metodología de inventarios turísticos.

Gracias al sector de alojamiento en todas sus modalidades representa un papel importante en el desarrollo turístico. En conclusión, se puede decir que es un conjunto de empresas que se dedican de forma profesional o habitual mediante el cobro por los servicios que prestan, proporcionan una habitación o residencia a las personas que desean hacer uso de ellas.

## **TRANSPORTE**

El servicio de transporte turístico es el que se presta a terceras personas a cambio de un valor económico, siempre que este no sea para un servicio colectivo y el mismo deberá poseer un permiso de operación que se establecen en la Ley. Se considera transporte terrestre turístico a la movilización de personas consideradas turistas o excursionistas para dirigirse a sitios turísticos, y siempre que estos vehículos estén habilitados y homologados por la Agencia Nacional de Tránsito y pertenezcan a compañías de turismo (Ministerio de turismo, 2014).

Los servicios de transporte turístico serán prestados únicamente por empresas y cooperativas que se encuentren dentro del reglamento y que cumplan con todos los requisitos. La prestación del servicio de transporte terrestre turístico deberá ser de calidad y con seguridad, colaborando con los organismos públicos en proteger el patrimonio turístico.

## **ALIMENTOS Y BEBIDAS**

La gastronomía es un elemento esencial del turismo ya que puede ser uno de los motivos por visitar un destino. Es esencial apreciar a la gastronomía como un atractivo y es aquí donde interviene el departamento de alimentos y bebidas para brindar un servicio de calidad (Correia Paulino, Araújo Lucena, Fernandes Madruga, Leão de Menezes, & Pinheiro Rafael de Sousa, 2012).

El servicio de alimentos y bebidas tienen como objetivo satisfacer las necesidades gastronómicas del turismo receptivo, deben cumplir con los principios de calidad para que de esta manera los turistas cumplan con sus expectativas.

## **SERVICIOS COMPLEMENTARIOS**

Los servicios complementarios son servicios extras o aditivos que las empresas en el turismo ofrecen para una mejor atención al turista y en algunos casos no generan ningún ingreso económico, sin embargo garantizan la satisfacción del cliente. Estos servicios se pueden ofrecer al visitante ya sea como valor añadido o incluido en un paquete turístico, esto puede depender de las expectativas y deseos que el turista tiene al momento de viajar a algún destino turístico.

## **ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN**

Para entender que son las estrategias de promoción, se analizará en primer lugar el concepto de estrategia; entonces, son actividades que se implantan para conseguir objetivos específicos, que ya han sido planificados. Pueden ser también todas las acciones que realiza una organización para alcanzar una meta de manera positiva, mismas que deben generar ventajas en el mercado (da Cruz & de Camargo, 2008).

En segundo lugar, la promoción turística es transmitir información a turistas potenciales, esta transmisión puede ser a través de distintos medios, promocionar algo es comunicar los atributos de un producto o servicio y que llegan a los consumidores para que los adquieran.

La promoción turística son todas las formas que se utilizan para que el turista se dé cuenta de que existen atractivos e infraestructura que se diferencie de un destino competencia y así estimula a la demanda a que lo adquieran, inspirando confianza y generando beneficios a la comunidad o destino receptor. (Martínez Valerio, 2012).

Entonces, se concluye que las estrategias de promoción turística son las actividades o acciones que deben realizar los organismos para dar a conocer un producto, lugar o atractivo, la estrategia de promoción más conocida es a través de la Web, es decir, los sitios web añaden un valor al marketing turístico desarrollando estrategias (acciones) adecuadas para que éstas tengan resultados

## **2.5 HIPÓTESIS**

El entorno de la cascada Mundug se relaciona en la oferta turística del Cantón Patate.

## **2.6 SEÑALAMIENTO DE VARIABLES DE LA HIPÓTESIS**

**Variable Independiente:** Entorno de la cascada

**Variable Dependiente:** Oferta turística

## **CAPÍTULO III**

### **MARCO METODOLÓGICO**

#### **3.1. ENFOQUE DE LA INVESTIGACION**

La perspectiva del proyecto de investigación en primer lugar, es de enfoque cualitativo por las características intangibles que no se pueden cuantificar. Es decir, la investigación constó de **dos fases**, la primera que es donde se conocerán las particularidades que tiene el entorno de la cascada Mundug y que a la vez, éstas son medidas a través de sus cualidades o potenciales que los distinguen.

En segundo lugar, abarca un enfoque cuantitativo ya que después de realizar el levantamiento de atractivos se procede a aplicar encuestas para realizar el estudio de mercado y obtener la opinión de los turistas sobre los nuevos productos turísticos de Mundug que se puede incluir en la oferta de Patate, y de éstas se obtiene resultados que se evidencian en datos numéricos conseguidos en el proceso de tabulación.

#### **3.2. MODALIDADES DE LA INVESTIGACIÓN**

##### **De campo**

Se realizó una investigación de campo, esto es, se acudió al lugar y se trabajó con los habitantes del Caserío Mundug para la recolección de información acerca de los atractivos turísticos que existen alrededor de la cascada, posteriormente se efectuó el levantamiento de los atractivos que se encontraron en el entorno y en contacto con la realidad se aplicaron encuestas a los turistas para medir su aceptación en cuanto al nuevo producto turístico.

## **Bibliográfica y documental**

Este tipo de investigación fue indispensable para sustentar el proyecto, a través de conocimientos científicos y criterios de autores se recopiló información precisa sobre la temática, entorno y oferta turística; se ha realizado también investigación de carácter bibliográfico y revisión de documentos académicos que contribuyan con la temática, así como de sitios webs relevantes que son elementos fundamentales para el desarrollo del proyecto investigativo y que éste sea exitoso.

### **3.3. NIVEL O TIPO DE INVESTIGACIÓN**

#### **Nivel exploratorio**

Se empleó este tipo de investigación, porque es indispensable buscar cosas nuevas, investigar características novedosas e indagar información en torno a la cascada, debido a que se necesita fortalecer la afluencia de turistas en Mundug, creando alternativas que atraigan al visitante. Por esta razón es interesante explorar y solventar las inquietudes que se tiene sobre un tema.

#### **Nivel descriptivo**

A través de esta modalidad se analizaron las características de los lugares o atracciones que se encuentren alrededor de la cascada, y que de esta manera contribuyan en la oferta turística del cantón, así como en la calidad de vida de los habitantes al ser el turismo una fuente de ingresos para el lugar. La descripción de los lugares nuevos es la base para el levantamiento de nuevos atractivos.

#### **Asociación de variables**

Mediante este tipo de investigación se quiere determinar la relación o influencia que existe en el entorno de la cascada Mundug en la diversificación de la oferta turística de Patate;

sabiendo que la introducción de nuevos atractivos desarrollará y fomentará una mayor demanda al cantón.

### **3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA**

#### **3.4.1 Población**

La población que participó en el desarrollo del proyecto está conformada de la siguiente manera:

**Tabla N°1: Población**

<b>Población</b>	<b>Número de personas</b>
<b>Habitantes del caserío Mundug</b>	10
<b>Turistas semanales</b>	111
<b>Autoridades del cantón</b>	2
<b>Total</b>	122

**Elaborado por:** MARTÍNEZ, Erika (2017)

En las dos fases de la investigación no se aplicó muestra, ya que en primer lugar se utilizó la técnica participativa de los habitantes del caserío Mundug a través de mesas de trabajo, para determinar los atractivos con los que cuenta el caserío alrededor de la cascada.

Se realizó 2 reuniones en donde se comenzó con el registro en fichas de asistencia para evidenciar las sesiones, seguidamente se trabajó en base a talleres y conversatorios, luego de identificar los atractivos, en una tercera reunión se procedió a visitar cada lugar para levantar la información con las fichas emitidas por el MINTUR.

Una vez realizado el levantamiento de atractivos, en la segunda fase en vista de que no existe números oficiales de los turistas que llegan al cantón, se procedió a seleccionar a grupos focales o potenciales en el feriado del día de los difuntos y los días domingos que son los más concurridos.

### 3.5 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

#### 3.5.1 Variable Independiente: Entorno de la cascada.

Tabla N°2: Cuadro de operacionalización de la variable independiente

Conceptualización	Categorías	Indicadores	Ítems básicos	Técnicas	Instrumentos
<p>En base a Bartelmus citado en (Sancho, 2008) el entorno es considerado como medios e influencias que se interrelacionan con el hombre, son todos los elementos naturales, culturales/sociales y aquellos creados por el hombre; el medio ambiente es un componente integrante del entorno, en el cual los impactos resultado de las actividades económicas pueden afectarlo.</p>	Medios e influencias.	Cultura, identidad.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ¿Considera Ud. que la Cascada Mundug es un lugar con potencial turístico?</li> <li>2. ¿Más allá de la caída de agua, piensa Ud. que el paisaje y los ecosistemas (actividades turísticas) que hay en el entorno de la cascada, pueden fomentar el turismo en Mundug?</li> <li>3. ¿Conoce Ud. leyendas o creencias que tengan en el caserío Mundug?</li> <li>4. ¿En su opinión, piensa Ud. que las costumbres y/o leyendas que tenga el caserío inspira a visitar el lugar?</li> <li>5. ¿Cree Ud. que existen servicios turísticos en Mundug que satisfagan las necesidades de los turistas?</li> <li>6. ¿La afluencia de turistas que tiene la cascada Mundug genera un impacto negativo para la conservación de los elementos naturales que existen en su entorno?</li> </ol>	<p><b>Técnica participativa</b> <b>Encuesta</b></p>	<p><b>Talleres</b> <b>Cuestionario</b></p>
	Elementos naturales	Paisajes, flora, fauna, clima.			
	Elementos culturales	Costumbres, leyendas, creencias.			
	Impacto	Sociales, económicos, socioculturales.			

Elaborado por: MARTÍNEZ, Erika (2017)

### 3.5.2 Variable dependiente: Oferta turística

Tabla N°3: Cuadro de operacionalización de la variable dependiente

Conceptualización	Categorías	Indicadores	Ítems básicos	Técnicas	Instrumentos
<p>Con referencia en Leiper citado en Ulloa, Cortés, &amp; Llanos (2012), la oferta turística es el conjunto de tres elementos indispensables: los atractivos y actividades turísticas, la planta turística y la infraestructura, estos componentes se interrelacionan y hacen posible la oferta; si uno de ellos falta en este conjunto es imposible generar la experiencia en el turista, siendo el más importante los atractivos que son quienes motivan a que se realice la visita.</p>	Atractivos turísticos	Naturales, culturales.	<p>7. ¿Conoce Ud. todos los atractivos naturales y culturales que posee Patate?</p> <p>8. ¿Para que los turistas visiten el cantón, piensa Ud. que es importante la promoción por parte de los habitantes y de las autoridades?</p> <p>9. ¿Cree Ud. que es importante que cada lugar turístico del cantón debe brindar calidad en los servicios a los visitantes?</p> <p>10. ¿Piensa Ud. que los incrementos económicos de Patate es principalmente gracias al turismo?</p> <p>11. Si la oferta turística del cantón se diversificaría ¿Considera Ud. que el turista tendría una mejor experiencia?</p>	Encuesta	Cuestionario
	Actividades turísticas	Destinos turísticos, información turística.			
	Planta turística	Servidores turísticos.			
	Infraestructura	Calidad, beneficios, afluencia.			
	Experiencia del turista	Satisfacción, motivación.			

Elaborado por: MARTÍNEZ, Erika (2017)

### 3.6 PLAN DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

Tabla N°4: Plan de recolección de datos

Preguntas básicas	Explicación
¿Para qué?	Para proponer alternativas de solución al problema, a través del logro de los objetivos planteados.
¿De qué personas u objetos?	Del caserío Mundug
¿Sobre qué aspectos?	Entorno de la cascada Mundug y oferta turística del cantón
¿Quién o quiénes?	Investigadora
¿A quiénes?	Pobladores del caserío Mundug Turistas semanales Autoridades
¿Cuándo?	Octubre 2017
¿Dónde?	En el cantón Patate
¿Cuántas veces?	Una vez
¿Qué técnicas de recolección?	Encuesta, entrevistas, técnicas de participación.
¿Con qué?	Cuestionario estructurado y semiestructurado. Mesas de trabajo

Elaborado por: MARTÍNEZ, Erika (2017)

### **3.7. PLAN DE PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN**

Mediante la utilización de las encuestas se obtendrá la información relevante para la investigación y se procederá de la siguiente forma:

- Análisis crítico de la información recopilada, eliminación de la información no necesaria
- Tabulación y organización de la información mediante gráficos estadísticos
- Análisis e Interpretación objetivo y la verificación de la hipótesis
- Presentación e interpretación de resultados
- Conclusiones y recomendaciones

## CAPÍTULO IV

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

#### 4.1 Análisis e interpretación de los resultados

Las encuestas se aplicaron a los turistas que visitan el cantón Patate en los días feriados y en los más concurridos como son los domingos.

**Tabla N°5: Turistas Encuestados**

<b>Feriado del día de los difuntos</b>	
Viernes 03/11/2017	36
Sábado 04/11/2017	22
Domingo 05/11/2017	31
<b>Días potenciales más concurridos</b>	
Domingo 11/11/2017	22
<b>Total</b>	<b>111</b>

**Elaborado por:** MARTÍNEZ, Erika (2017)

A cada ítem de las encuestas se les realizó su respectivo análisis e interpretación para tener respuestas y explicaciones claras de las opiniones de los turistas, y de esta manera se obtuvo información que complementa la investigación.

Se logró aplicar 111 encuestas con opciones de respuestas de selección múltiple, por lo que en algunos ítems se obtiene más de una respuesta seleccionada, sin embargo, cada opción se ha tabulado en relación al porcentaje del total de encuestados y que se detallará a continuación:

## ENCUESTA APLICADA A LOS TURISTAS QUE VISITAN EL CANTÓN PATATE

### DATOS GENERALES

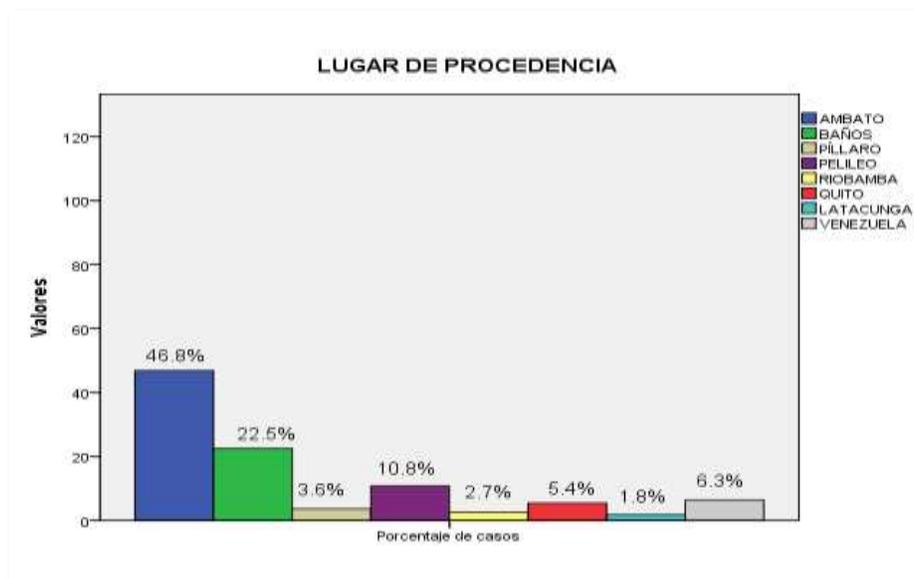
#### Lugar de procedencia

Tabla N°6: Lugar de procedencia

Lugar de procedencia		Respuestas Frecuencia	Porcentaje de casos (en relación al total de encuestados)
Alternativa	Ambato	52	46.8%
	Baños	25	22.5%
	Píllaro	4	3.6%
	Pelileo	12	10.8%
	Riobamba	3	2.7%
	Quito	6	5.4%
	Latacunga	2	1.8%
	Venezuela	7	6.3%
<b>Total</b>		<b>111</b>	<b>100.0%</b>

Elaborado por: MARTÍNEZ, Erika (2017)

Gráfico N°5: Lugar de procedencia



Elaborado por: MARTÍNEZ, Erika (2017)

## ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

### Análisis

Del total de respuestas de los encuestados el 46.8% corresponde a los turistas que llegan de Ambato, el 22.5% de Baños, el 10.8% de Pelileo, el 6.3% son turistas de Venezuela, el 5.4% de Quito, 3.6% son de Píllaro, el 2.7% son de Riobamba y el 1.8% corresponde a turistas de Latacunga.

### Interpretación

La mayoría de turistas que visitan el cantón Patate son de la ciudad Ambato, seguidamente los habitantes de Baños corresponden un porcentaje considerable de los que más visitan Patate, además en bajas cantidades pero es importante destacar que se han encontrado también turistas internacionales como son los venezolanos, por diferentes motivos que se explicarán posteriormente.

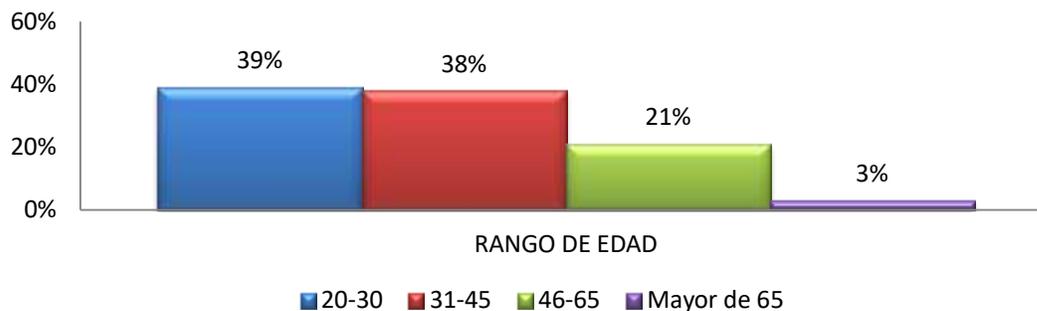
### Rango de edad

Tabla N°7: Rango de edad

Rango de edad			
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje	
20-30	43	39%	
31-45	42	38%	
46-65	23	21%	
Mayor de 65	3	3%	
<b>Total</b>	<b>111</b>	<b>100%</b>	

Elaborado por: MARTÍNEZ, Erika (2017)

**Gráfico N°6: Rango de edad**



**Elaborado por:** MARTÍNEZ, Erika (2017)

## **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

### **Análisis**

Del 100% de las personas encuestadas, el 39% están en un rango de edad entre 20 y 30 años, el 38% se encuentra entre 31 y 45 años, el 21% corresponde a turistas entre 46 y 65 años y el 3% son mayores de 65.

### **Interpretación**

Gran parte de turistas que visitan el cantón Patate están en un rango de edad entre los 20 y 30 años, jóvenes que les gusta la aventura o pasar un momento ameno con su familia, seguidamente de los visitantes adultos de un rango de edad entre los 31 y 45 años.

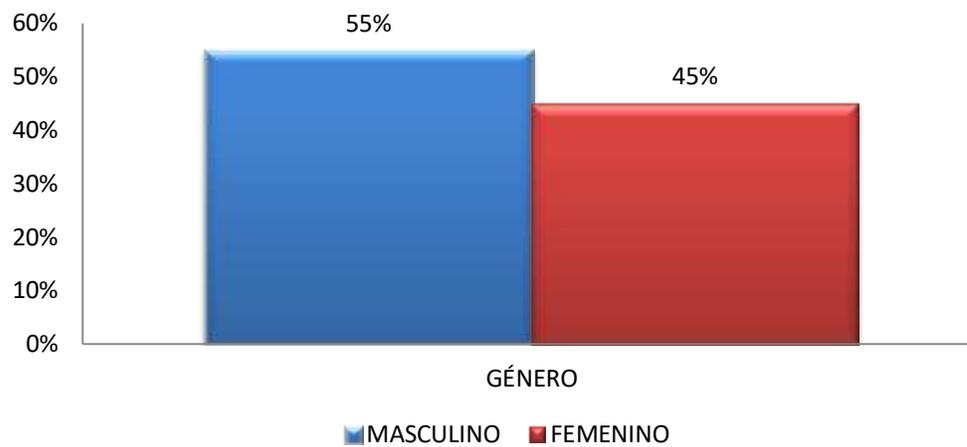
## Género

Tabla N°8: Género

Género			
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje	
Masculino	61	55%	
Femenino	50	45%	
<b>Total</b>	<b>111</b>	<b>100%</b>	

Elaborado por: MARTÍNEZ, Erika (2017)

Gráfico N°7: Género



Elaborado por: MARTÍNEZ, Erika (2017)

## **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

### **Análisis**

Del total de encuestados en los días feriados y fines de semana (días más concurridos) el porcentaje que corresponde al género masculino es de 55% y el que corresponde al género femenino es de 45%. La diferencia no es mayor, por lo que la mayoría de encuestados fueron hombres.

### **Interpretación**

La mayoría de turistas que visitan el cantón son hombres, sin embargo, el porcentaje de diferencia entre el género masculino y femenino es mínimo es decir, entre los visitantes del cantón no se distinguen un género específico.

## PREGUNTA 1:

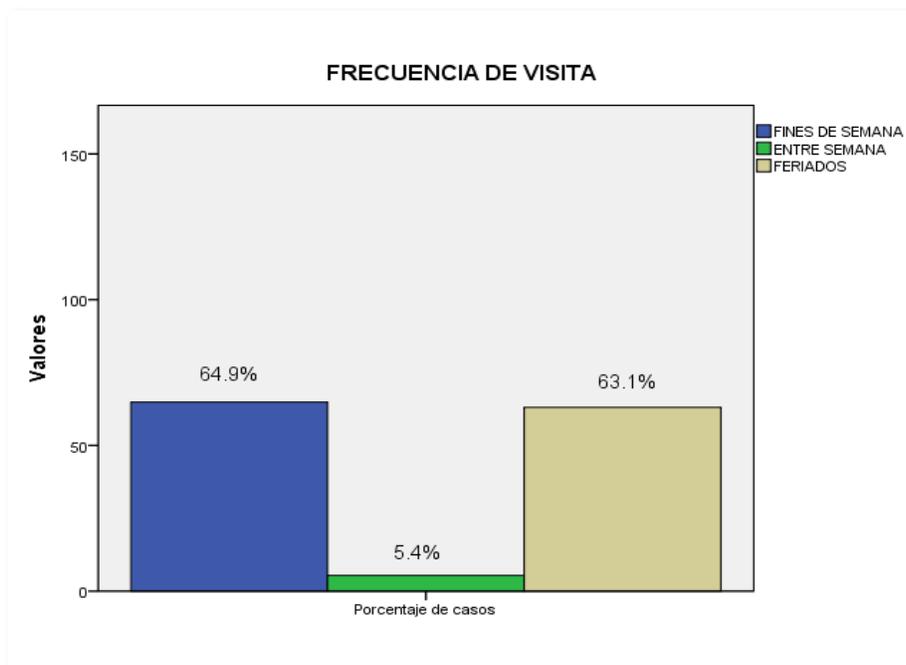
¿Con qué frecuencia visita Ud. el cantón Patate?

Tabla N°9: Frecuencia de visita

Frecuencia de visita		Respuestas Frecuencia	Porcentaje de casos (en relación al total de encuestados)
Alternativa	Fines de semana	72	64.9%
	Entre semana	6	5.4%
	Feridos	70	63.1%

Elaborado por: MARTÍNEZ, Erika (2017)

Gráfico N°8: Frecuencia de visita



Elaborado por: MARTÍNEZ, Erika (2017)

## **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

### **Análisis**

El total de las respuestas obtenidas indican que el 64.9% de los turistas visitan el cantón Patate en sus fines de semana, el 63.1% lo hace los días feriados del año y el 5.4% lo visitan entre semana.

### **Interpretación**

Los días que más visitan el cantón son los fines de semana y al ser turistas de sectores aledaños como son de Ambato, acuden al cantón en sus días libres, por otra parte en los días feriados también existe gran afluencia de turistas al ser un cantón privilegiado por su clima y las distintas actividades que atraen al visitante.

## PREGUNTA 2:

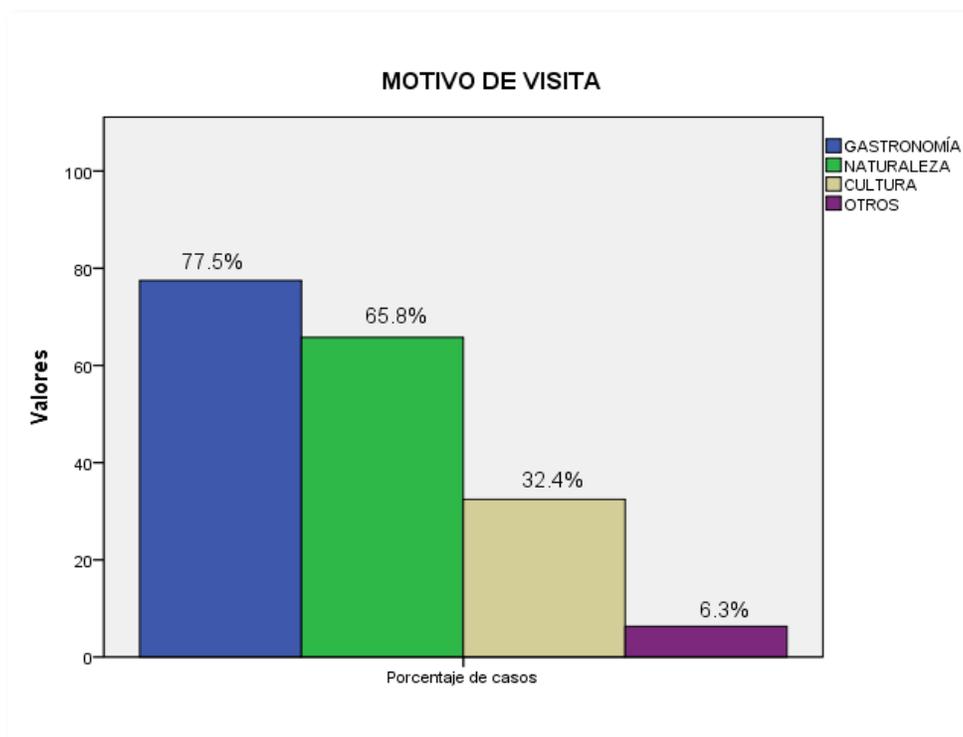
¿Cuál es el motivo principal de visita al cantón Patate?

Tabla N°10: Motivo de visita

Motivo de visita		Respuestas Frecuencia	Porcentaje de casos (en relación al total de encuestados)
Alternativa	Gastronomía	86	77.5%
	Naturaleza	73	65.8%
	Cultura	36	32.4%
	Otros	7	6.3%

Elaborado por: MARTÍNEZ, Erika (2017)

Gráfico N°9: Motivo de visita



Elaborado por: MARTÍNEZ, Erika (2017)

## **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

### **Análisis**

El 77.5% de los turistas encuestados mencionan que el motivo por el cual visitan Patate es por la gastronomía, el 65.8% son motivados por la naturaleza el 32.4% por la cultura y el 6.3% por otros motivos.

### **Interpretación**

El principal motivo de los turistas para visitar Patate es la gastronomía que se destaca por las arepas y la chicha de uva, por otro lado también son motivados por la naturaleza que rodea al cantón y que es conocido por sus cascadas, senderos, montañas y bosques. En lo que respecta a “otros” se refiere a turistas que llegan al cantón para visitar a familiares. Es importante incrementar la actividad turística en los sitios que han sido poco difundidos u olvidados.

### PREGUNTA 3:

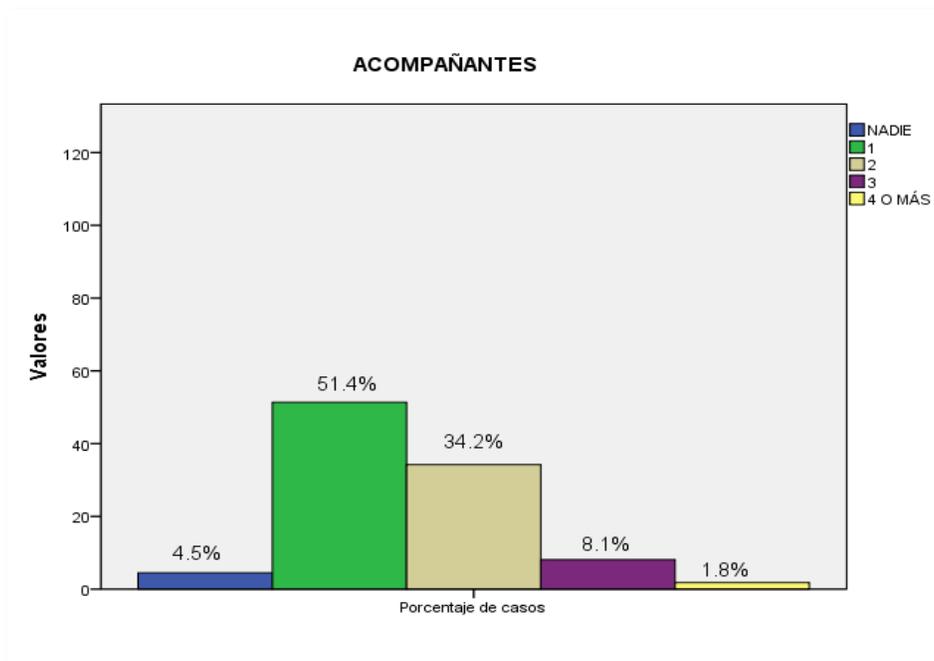
Generalmente ¿cuántas personas viajan con Ud.?

Tabla N°11: Número de acompañantes

		Acompañantes	
Alternativa	Respuestas Frecuencia		Porcentaje de casos (en relación al total de encuestados)
	Nadie	5	4.5%
	1	57	51.4%
	2	38	34.2%
	3	9	8.1%
	4 o más	2	1.8%

Elaborado por: MARTÍNEZ, Erika (2017)

Gráfico N°10: Número de acompañantes



Elaborado por: MARTÍNEZ, Erika (2017)

## **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

### **Análisis**

De todos los encuestados el 51.4% visitan al cantón acompañados de 1 persona, el 34.2% llegan con 2 personas, el 8.1% con 3 personas el 4.5% visitan el cantón solos, y el 1.8% con 4 o más acompañantes.

### **Interpretación**

Los turistas llegan cantón generalmente acompañados de 1 persona esto se debe a que visitan con su pareja o amigos, también en algunos casos los acompañan 2 personas esto es porque son acompañados de familiares para compartir experiencias en el cantón.

#### **PREGUNTA 4:**

**Una vez seleccionado el número de personas que le acompañan, identifique el rango de edad de sus acompañantes.**

**Tabla N° 12: Acompañantes niños**

<b>Acompañantes niños</b>			
<b>Niños</b>		<b>Total de encuestados</b>	
<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
21	18.9%	111	100.0%

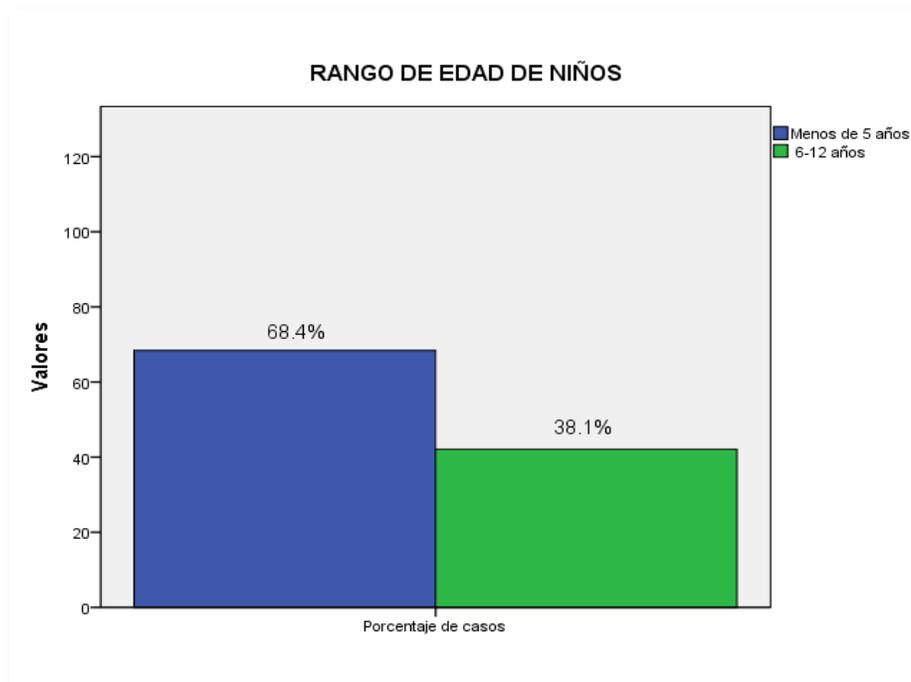
**Elaborado por:** MARTÍNEZ, Erika (2017)

**Tabla N° 13: Rango de edad de los NIÑOS**

<b>Rango de edad niños</b>			
<b>Edad</b>		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje del total de los niños</b>
Menos de 5 años		13	61.9%
6-12 años		8	38.1%
<b>Total</b>		21	100.0%

**Elaborado por:** MARTÍNEZ, Erika (2017)

**Gráfico N°11: Rango de edad niños**



**Elaborado por:** MARTÍNEZ, Erika (2017)

## **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

### **Análisis**

Del total de encuestados se determinó que son 21 niños acompañantes, y que su rango de edad corresponde al 68.4% de menores de 5 años y el 38.1% están entre 6 y 12 años.

### **Interpretación**

De los 111 encuestados sus acompañantes son 21 niños, y de los cuales su edad promedio es menor a 5 años.

**Tabla N°14: Acompañantes jóvenes**

Acompañantes jóvenes				
Jóvenes		Total de encuestados		
Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	
48	43.2%	111		100.0%

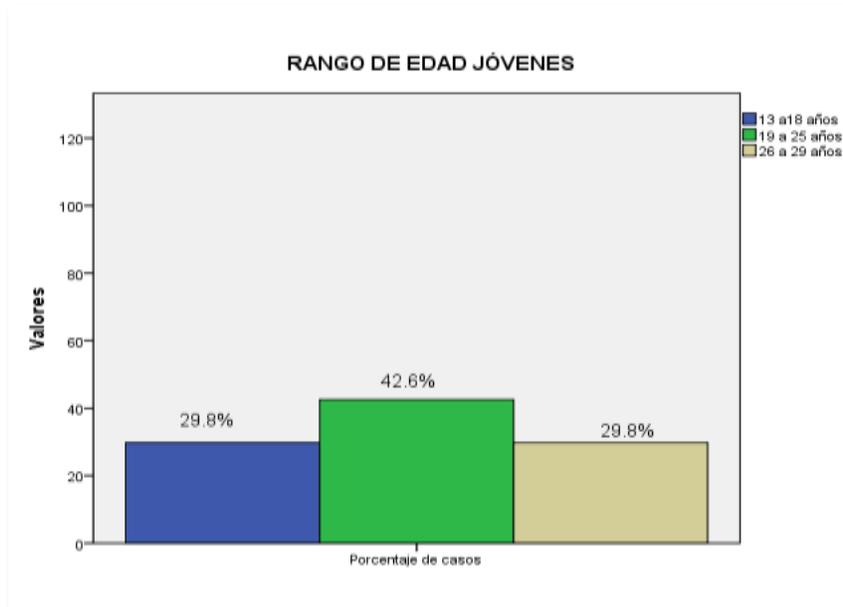
Elaborado por: MARTÍNEZ, Erika (2017)

**Tabla N°15: Rango de edad de los jóvenes**

Rango de edad de los jóvenes				
Edad		Respuestas		
		Frecuencia	Porcentaje	
13 a 18 años		14		29.2%
19 a 25 años		20		41.7%
26 a 29 años		14		29.2%
<b>Total</b>		<b>48</b>		<b>100.0%</b>

Elaborado por: MARTÍNEZ, Erika (2017)

**Gráfico N°12: Rango de edad jóvenes**



Elaborado por: MARTÍNEZ, Erika (2017)

## **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

### **Análisis**

De los jóvenes acompañantes se determina que el 42.6% están en un rango de edad entre los 13 y 18 años, el 29.8% están entre los 19 y 25 años, y de la misma manera el 29.8% se encontraban entre los 25 y 29 años.

### **Interpretación**

De los acompañantes, 48 son jóvenes y su rango de edad promedio está entre los 13 y 18 años.

**Tabla N°16: Acompañantes adultos**

<b>Acompañantes adultos</b>				
<b>Adultos</b>		<b>Total de encuestados</b>		
Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	
66	59.5%	111	100.0%	

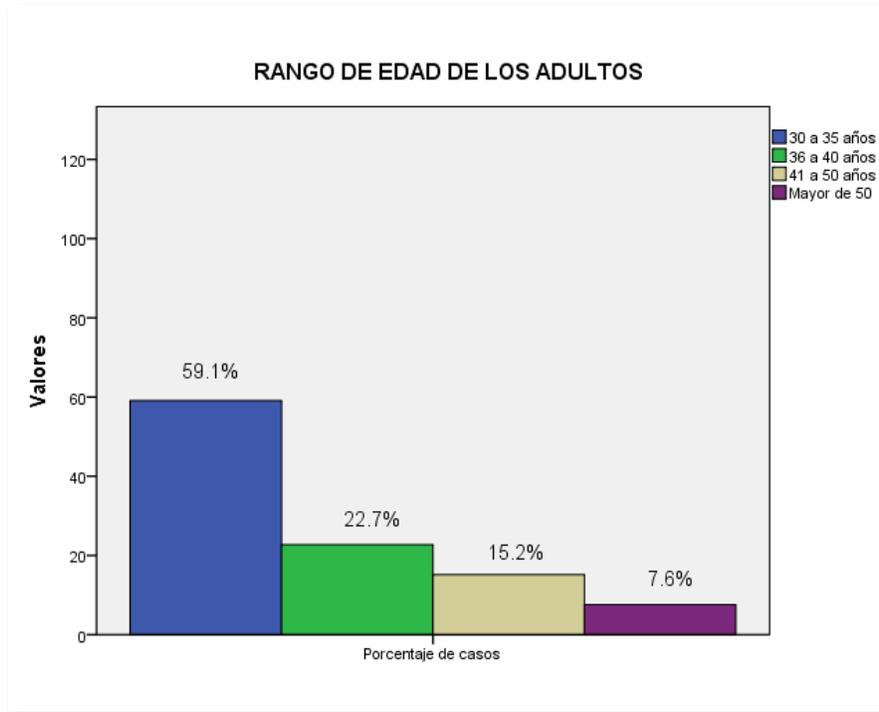
**Elaborado por:** MARTÍNEZ, Erika (2017)

**Tabla N°17: Rango de edad adultos**

<b>Rango de edad de los adultos</b>				
<b>Edad</b>		<b>Frecuencia</b>	<b>Respuestas</b>	
			<b>Porcentaje</b>	
30 a 35 años		39	56.5%	
36 a 40 años		15	21.7%	
41 a 50 años		10	14.5%	
Mayor de 50		5	7.2%	
<b>Total</b>		69	100.0%	

**Elaborado por:** MARTÍNEZ, Erika (2017)

**Gráfico N°13: Rango de edad adultos**



**Elaborado por:** MARTÍNEZ, Erika (2017)

## **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

### **Análisis**

El 59.1% corresponde a los acompañantes adultos de un rango de edad entre los 30 y 36 años, el 22.7% son de 36 a 40 años, el 15.2% son acompañantes de 41 a 50 años y el 7.6% son mayores de 50.

### **Interpretación**

Los acompañantes adultos son 69 y que su rango de edad mayor es entre los 30 a 36 años. Es decir, la mayor cantidad de acompañantes son adultos.

## PREGUNTA 5:

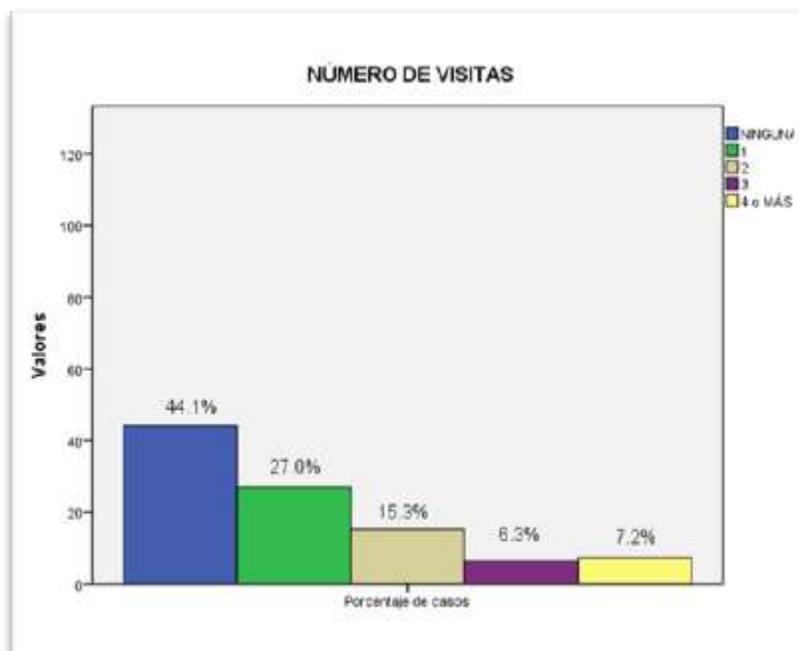
¿Por cuantas ocasiones Ud. ha visitado el sector de Mundug?

Tabla N°18: Número de visitas

		Número de visitas	
Visitas		Frecuencia	Respuestas
			Porcentaje (en relación al total de encuestados)
	Ninguna	49	44.1%
	1	30	27.0%
	2	17	15.3%
	3	7	6.3%
	4 o más	8	7.2%
<b>Total</b>		<b>111</b>	<b>100.0%</b>

Elaborado por: MARTÍNEZ, Erika (2017)

Gráfico N°14: Visitas a Mundug



Elaborado por: MARTÍNEZ, Erika (2017)

## **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

### **Análisis**

Del total de encuestados, el 44.1% no han visitado nunca el caserío Mundug, el 27% lo han hecho 1 sola vez, el 15.3% 2 veces, el 7.2% 4 veces o más y el 6.3% 3 veces.

### **Interpretación**

El mayor porcentaje de turistas no han visitado nunca el caserío Mundug, esto se debe a la falta de promoción del mismo, por lo que se debe difundir de manera estratégica los atractivos que posee el lugar. A pesar que el mayor porcentaje no ha visitado el caserío, una gran parte si lo ha hecho por 1 sola vez, se espera que a través del proyecto se puedan aumentar las visitas y dar a conocer Mundug.

**PREGUNTA 6:**

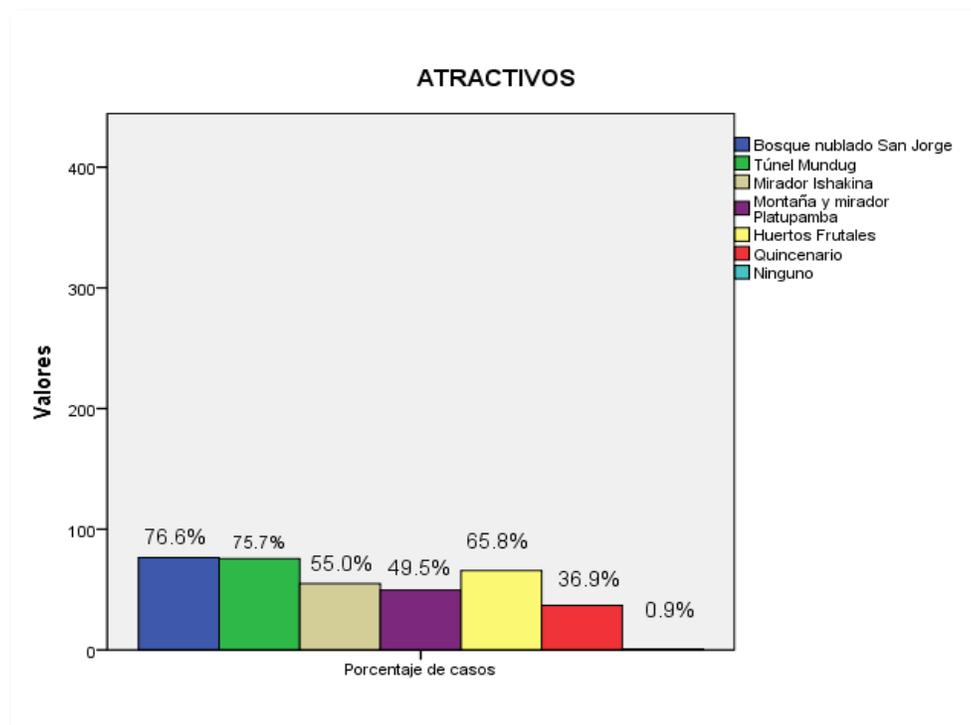
**¿Qué atractivos conoce o le gustaría conocer en el caserío Mundug?**

**Tabla N°19: Atractivos de Mundug**

Atractivos de Mundug		Respuestas Frecuencia	Porcentaje de casos(en relación al total de encuestados)
Atractivos	Bosque nublado san jorge	85	76.6%
	Túnel mundug	84	75.7%
	Mirador ishakina	61	55.0%
	Montaña y mirador platupamba	55	49.5%
	Huertos frutales	73	65.8%
	Quincenario	41	36.9%
	Ninguno	1	0.9%

Elaborado por: MARTÍNEZ, Erika (2017)

**Gráfico N°15: Atractivos de Mundug**



Elaborado por: MARTÍNEZ, Erika (2017)

## **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

### **Análisis**

Del total de encuestados se obtiene que el bosque nublado de San Jorge es elegido en un porcentaje de 76.6%, el túnel Mundug en un 75.7%, a los huertos frutales lo eligieron el 65.8%, al mirador Ishakina lo eligieron el 55%, mientras que a Platupamba tuvo una aceptación de 49.5%, al quincenario un 36.9% y el 0.9% no optaron por conocer ningún atractivo.

### **Interpretación**

Según la información recabada, existe gran aceptación de los turistas por conocer los atractivos que posee Mundug, considerando al Bosque nublado de San Jorge como el más elegido por los visitantes, sin embargo no han dejado de lado la idea de conocer los demás atractivos del caserío, esto es muy favorable para el cantón en general porque si se promueve la actividad turística el desarrollo económico tendrá un gran crecimiento.

## PREGUNTA 7:

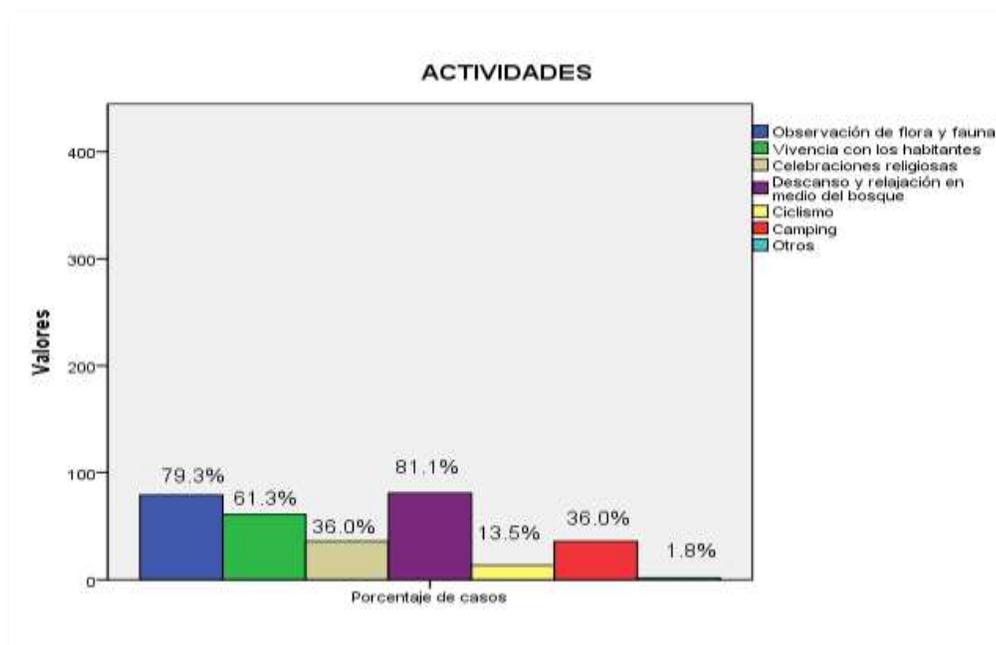
### ¿Qué tipo de actividades le interesaría realizar en Mundug?

Tabla N°20: Actividades en Mundug

Tipo de actividades		Respuestas Frecuencia	Porcentaje de casos(en relación al total de encuestados)
Actividades	Observación de flora y fauna	88	79.3%
	Vivencia con los habitantes	68	61.3%
	Celebraciones religiosas	40	36.0%
	Descanso y relajación en medio del bosque	90	81.1%
	Ciclismo	15	13.5%
	Camping	40	36.0%
	Otros	2	1.8%

Elaborado por: MARTÍNEZ, Erika (2017)

Gráfico N°16: Actividades en Mundug



Elaborado por: MARTÍNEZ, Erika (2017)

## **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

### **Análisis**

De los resultados obtenidos, el 81.1% eligieron el descanso y la relación en medio del bosque como la actividad más interesante a realizar en Mundug, seguidamente la observación de flora y fauna tiene una aceptación del 79.3%, la vivencia con los habitantes ha sido elegida por el 61.3%, mientras que las actividades de camping y celebraciones religiosas han sido elegidas por el 36%, el ciclismo lo han seleccionado el 13.5% y otras actividades lo considera el 1.8%.

### **Interpretación**

La mayoría de turistas opta por realizar actividades en contacto con la naturaleza como es la relajación y descanso en medio del bosque, también les interesa tener una vivencia real con la comunidad Mundug, ser parte de la vida diaria de los pobladores, este tipo de turismo se da en lugares en donde los habitantes tienen la predisposición por abrirle las puertas al turista y considerarlo como parte de su familia, a través de esta modalidad el visitante puede recorrer los atractivos en compañía de su nueva “familia”. Los encuestados han considerado “otras” o nuevas opciones de actividades como son los deportes en la naturaleza y la fotografía.

### PREGUNTA 8:

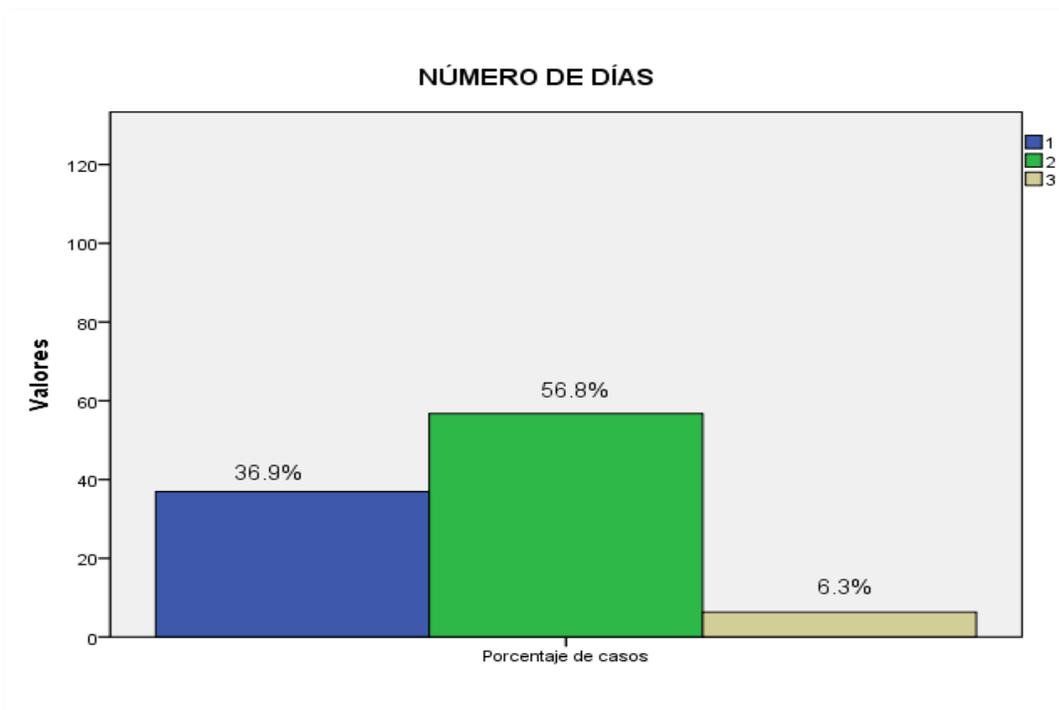
Una vez que ha seleccionado las actividades que le gustaría realizar. ¿Cuál sería su tiempo de estadía en el cantón Patate?

Tabla N°21: Tiempo de estadía

		Tiempo de estadía	
Días	Respuestas Frecuencia		Porcentaje de casos (en relación al total de encuestados)
1	41		36.9%
2	63		56.8%
3	7		6.3%
4 o más	0		0%
<b>Total</b>	<b>111</b>		<b>100.0%</b>

Elaborado por: MARTÍNEZ, Erika (2017)

Gráfico N°17: Número de días



Elaborado por: MARTÍNEZ, Erika (2017)

## **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

### **Análisis**

El 56.8% del total de encuestados eligen 2 días como el tiempo que les gustaría permanecer en el cantón, el 36.9% seleccionan 1 día de permanencia, y el 6.3% les gustaría permanecer 3 días.

### **Interpretación**

El mayor porcentaje de turistas consideran 2 días como mejor opción para permanecer en Patate, por lo que una ruta propuesta de 2 días 1 noche es aceptada por los turistas para recorrer por los atractivos de Mundug. No obstante, la elección de los turistas por un día permite también visitar algunos atractivos del caserío.

### PREGUNTA 9:

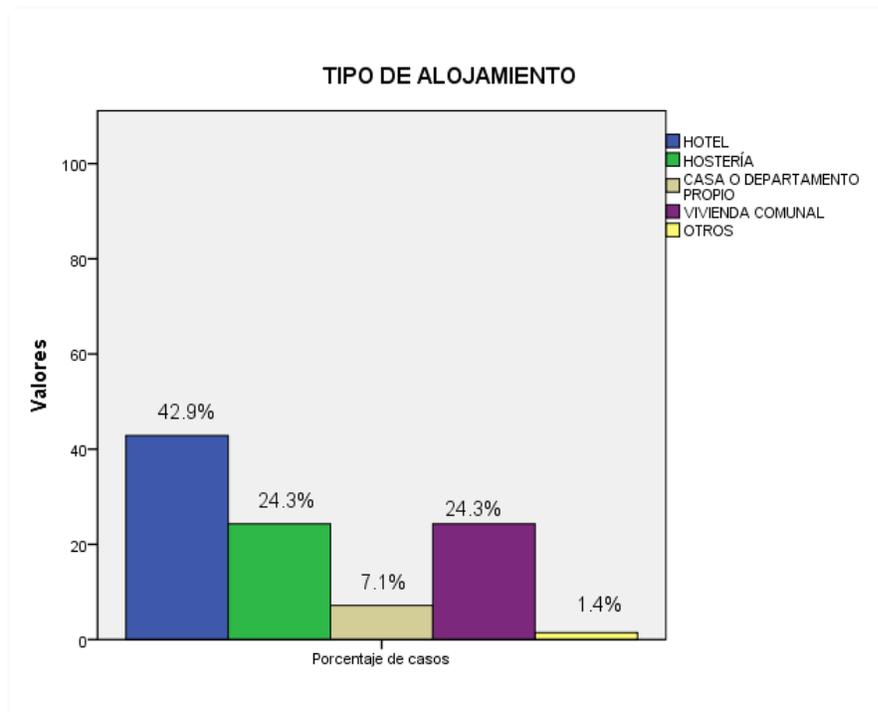
En el caso de permanecer más de 1 día en Mundug. Seleccione el tipo de establecimiento de alojamiento que Ud. preferiría utilizar durante su estancia.

Tabla N°22: Tipo de alojamiento

Tipo de alojamiento		Respuestas	
Alojamiento	Frecuencia	Porcentaje de casos (en relación al total de encuestados)	
Hotel	30	42.9%	
Hostería	17	24.3%	
Casa o departamento propio	5	7.1%	
Vivienda comunal	17	24.3%	
Otros	1	1.4%	
<b>Total</b>	<b>70</b>	<b>100.0%</b>	

Elaborado por: MARTÍNEZ, Erika (2017)

Gráfico N°18: Tipo de alojamiento



Elaborado por: MARTÍNEZ, Erika (2017)

## **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

### **Análisis**

70 encuestados eligieron permanecer más de 1 día en el cantón, por lo solamente ellos pudieron elegir una de siguientes opciones. El 42.9% han elegido hotel como el tipo de alojamiento que preferirían utilizar, el 24.3% seleccionan hosterías, el otro 24.3% les gustaría una vivienda comunal, el 7.1% poseen casas propias, y el 1.4% otras opciones.

### **Interpretación**

El tipo de alojamiento que eligen la mayor parte de las 70 personas son el hotel que en este caso sí existe cerca al caserío como es el paradero “La Montaña” pero también para elección de los turistas en Patate existe variedad de hoteles a ser elegidos. Por otra parte al igual las hosterías han sido consideradas como su tipo de alojamiento preferido; una de las opciones también es la vivienda comunal que como se mencionaba anteriormente es ser parte de una familia de Mundug y que es bien aceptada por los turistas por vivir esta única experiencia. En lo que respecta a la opción “otros”, para los amantes de la montaña una tienda de acampar es suficiente para pasar la noche en medio del bosque.

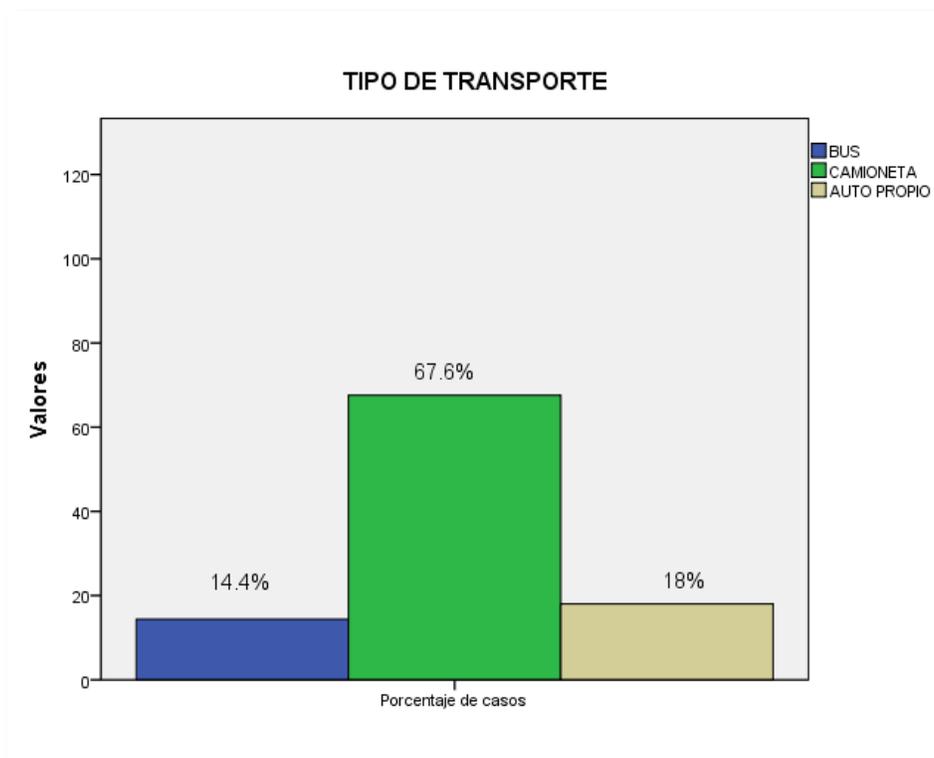
**PREGUNTA 10: ¿Cuál es el medio de transporte que Ud. elegiría para recorrer por los atractivos del caserío?**

**Tabla N°23: Medio de transporte**

		Medio de transporte	
Transporte		Respuestas Frecuencia	Porcentaje de casos (en relación al total de encuestados)
	Bus	16	14.4%
	Camioneta	75	67.6%
	Auto propio	20	18.0%
<b>Total</b>		111	100.0%

Elaborado por: MARTÍNEZ, Erika (2017)

**Gráfico N°19: Tipo de transporte**



Elaborado por: MARTÍNEZ, Erika (2017)

## **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

### **Análisis**

De los datos obtenidos, el 67.6% han elegido camioneta para transportarse por Mundug, el 18% prefieren un auto propio para recorrerlo y el 14.4% optan por un recorrido en bus.

### **Interpretación**

La mejor manera y más aceptable de recorrer los atractivos de Mundug es en camioneta, puesto que las vías hacia los atractivos no están en condiciones estables para otro tipo de transporte, sin embargo, si el recorrido se lo realiza en bus éste puede llegar hasta cierta parada en donde los turistas comenzarían una caminata, y los que han elegido auto propio debe ser 4x4 por las condiciones antes mencionadas.

## PREGUNTA 11:

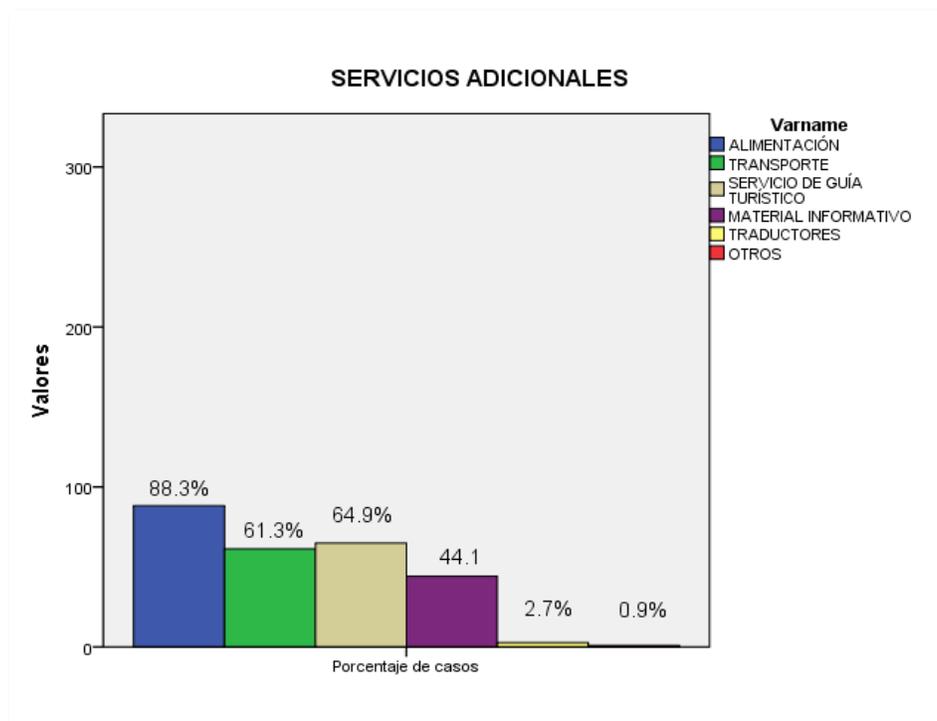
¿Qué servicios adicionales le gustaría recibir durante el recorrido?

Tabla N°24: Servicios adicionales

Servicios adicionales		Respuestas Frecuencia	Porcentaje de casos (en relación al total de encuestados)
Servicios	Alimentación	98	88.3%
	Transporte	68	61.3%
	Servicio de guía turístico	72	64.9%
	Material informativo	49	44.1%
	Traductores	3	2.7%
	Otros	1	0.9%

Elaborado por: MARTÍNEZ, Erika (2017)

Gráfico N°20: Servicios adicionales



Elaborado por: MARTÍNEZ, Erika (2017)

## **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

### **Análisis**

Del total de los encuestados al 88.3% le gustaría recibir el servicio adicional de alimentación, el 64.9% quiere recibir el servicio guía turístico, el 61.3% requiere el servicio de transporte, así también el 44.1% solicita material informativo como servicio adicional, el 2.7% le gustaría recibir el servicio de traductores y al 0.9% otros servicios.

### **Interpretación**

Los encuestados requieren el servicio adicional de alimentación en el recorrido de los atractivos, este servicio se lo puede incluir en el diseño de una ruta, pero también se puede hacer la combinación de otros servicios que requieren como el de transporte y material informativo de los lugares a visitar.

**PREGUNTA 12:**

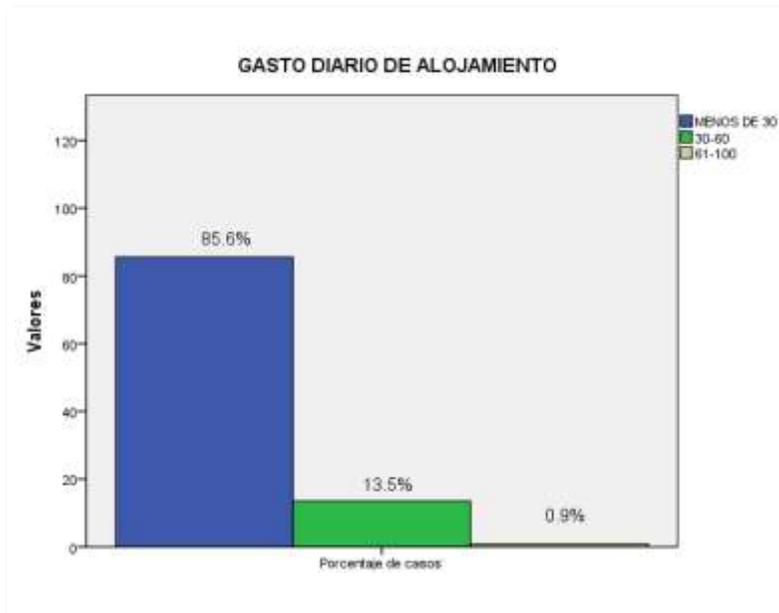
**Aproximadamente ¿Cuánto sería su gasto diario en dólares por los siguientes servicios?**

**Tabla N°25: Gasto diario en alojamiento**

		<b>Gasto diario en alojamiento</b>	
<b>Gasto</b>		<b>Respuestas Frecuencia</b>	<b>Porcentaje de casos (en relación al total de encuestados)</b>
<b>Menos de 30</b>	<b>30-60</b>	95	85.6%
	<b>61-100</b>	15	13.5%
	<b>Total</b>	1	0.9%
		111	100.0%

Elaborado por: MARTÍNEZ, Erika (2017)

**Gráfico N°21: Gasto diario en alojamiento**



Elaborado por: MARTÍNEZ, Erika (2017)

## **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

### **Análisis**

El 85.6% de los encuestados consideran que su gasto diario por alojamiento sería menos de 30 dólares, el 13.5% piensa que sería entre 30 y 60 dólares y el 0.9% entre 61 y 100 dólares.

### **Interpretación**

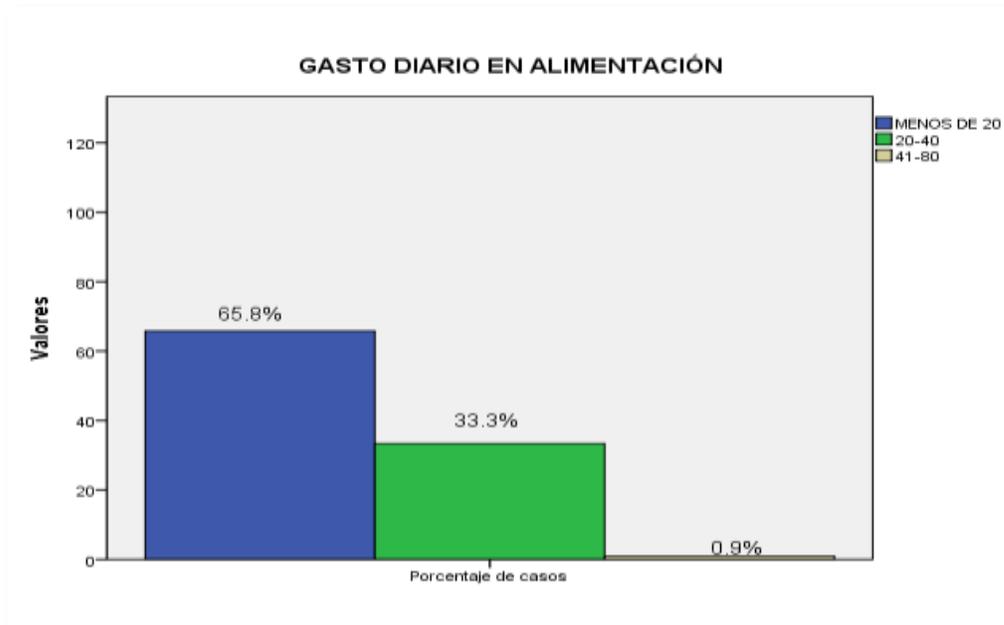
El gasto diario por alojamiento en el paradero “La montaña” oscila entre los 30\$, se enfatiza éste por ser el que se encuentra en la vía Mundug, el precio aproximado de las habitaciones cumple con el presupuesto de los encuestados.

**Tabla N°26: Gasto diario en alimentación**

<b>Gasto diario en alimentación</b>			
<b>Gastos</b>		<b>Respuestas Frecuencia</b>	<b>Porcentaje de casos (en relación al total de encuestados)</b>
	Menos de 20	73	65.8%
	20-40	37	33.3%
	41-80	1	0.9%
<b>Total</b>		<b>111</b>	<b>100.0%</b>

**Elaborado por:** MARTÍNEZ, Erika (2017)

**Gráfico N°22: Gasto diario en alimentación**



**Elaborado por:** MARTÍNEZ, Erika (2017)

## **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

### **Análisis**

De los datos obtenidos se deduce que el 65.8% gastaría a diario menos de 20 dólares en alimentación, el 33.3% gastaría entre 20 y 40 dólares, y el 0.9% accede a gastar a diario entre 41 a 60 dólares por alimentación.

### **Interpretación**

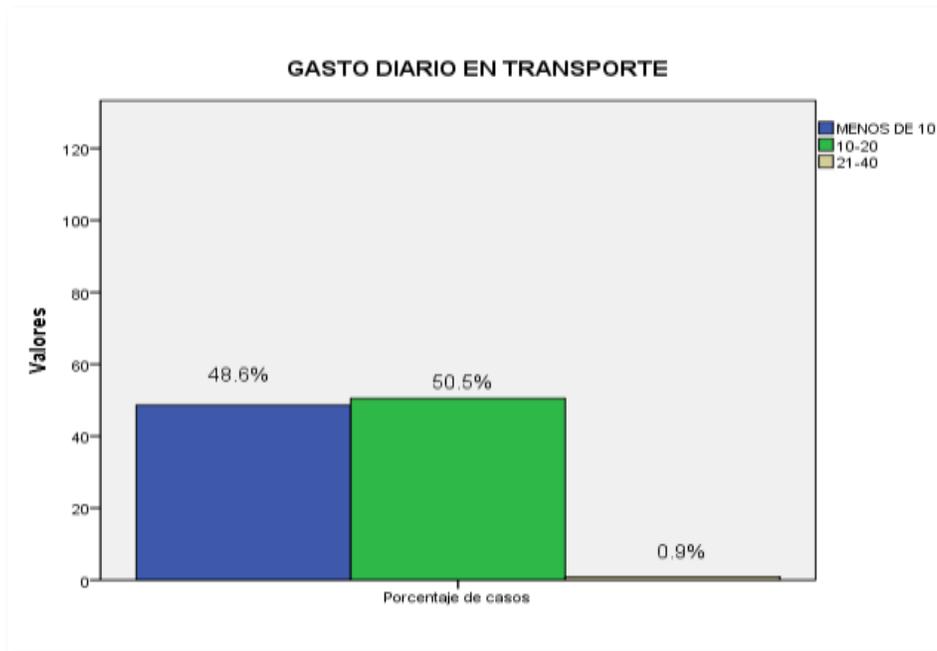
El gasto diario por alimentación sería menor a 20 dólares, considerando que son tres comidas diarias y aun siendo platos a la carta el presupuesto se rige a los precios que ofrecen los establecimientos de alimentos y bebidas en Patate.

**Tabla N°27: Gasto diario en transporte**

<b>Gasto diario en transporte</b>			
<b>Gastos</b>		<b>Respuestas Frecuencia</b>	<b>Porcentaje de casos (en relación al total de encuestados)</b>
	Menos de 10	54	48.6%
	10-20	56	50.5%
	21-40	1	0.9%
<b>Total</b>		<b>111</b>	<b>100.0%</b>

**Elaborado por:** MARTÍNEZ, Erika (2017)

**Gráfico N°23: Gasto diario en transporte**



**Elaborado por:** MARTÍNEZ, Erika (2017)

## **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

### **Análisis**

El 48.6% del total de encuestados están dispuestos a gastar a diario en transporte menos de 10 dólares, el 50.5% accede a pagar a diario de 10 a 20 dólares, y el 0.9% pagaría entre 21 a 40 dólares.

### **Interpretación**

La mayoría de encuestados están dispuestos a gastar a diario por transporte de 10 a 20 dólares, se conoce que una camioneta de la cooperativa Reina del Valle cobra aproximadamente 15\$ para recorrer todos los atractivos en un día, pero hay que considerar el tiempo que dure el recorrido. Sin embargo se pueden realizar convenios con las cooperativas para llegar acuerdos que beneficien a ambas partes.

**PREGUNTA 13:**

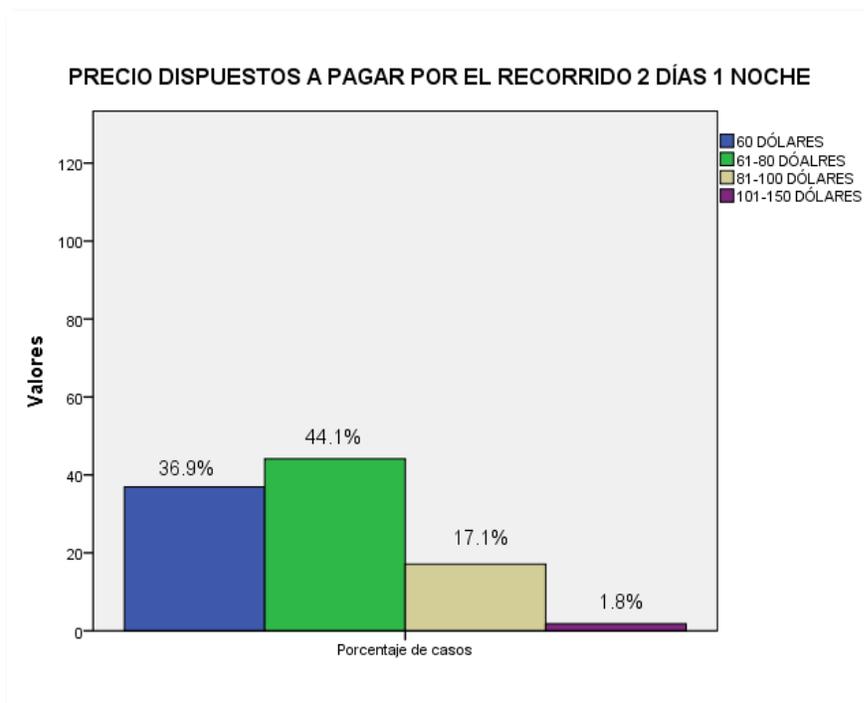
**¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un recorrido todo incluido (transporte, alimentación, alojamiento, servicio de guía turístico) de una duración de 2 días 1 noche?**

**Tabla N°28: Precios dispuesto a pagar**

<b>Precios dispuestos a pagar por un recorrido de 2 días 1 noche</b>			
<b>Precios</b>		<b>Respuestas Frecuencia</b>	<b>Porcentaje de casos (en relación al total de encuestados)</b>
60 dólares		41	36.9%
61-80 dólares		49	44.1%
81-100 dólares		19	17.1%
101-150 dólares		2	1.8%
<b>Total</b>		<b>111</b>	<b>100.0%</b>

Elaborado por: MARTÍNEZ, Erika (2017)

**Gráfico N°24: Precio dispuestos a pagar**



Elaborado por: MARTÍNEZ, Erika (2017)

## **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

### **Análisis**

El 44.1% de todos los encuestados están dispuestos a pagar de 61 a 80 dólares por un recorrido todo incluido de 2 días 1 noche, el 36.9% pagaría hasta 60 dólares, el 17.1% con un mayor nivel adquisitivo estarían dispuestos a pagar de 81 a 100 dólares y el 1.8% de 101 a 150 dólares.

### **Interpretación**

La ruta propuesta a realizar consta de la visita a atractivos de libre acceso, por lo que los gastos que se manifestarán son de alimentación, transporte, alojamiento, guianza y algunos extras que no representarán mayor gasto para el turista.

### PREGUNTA 14:

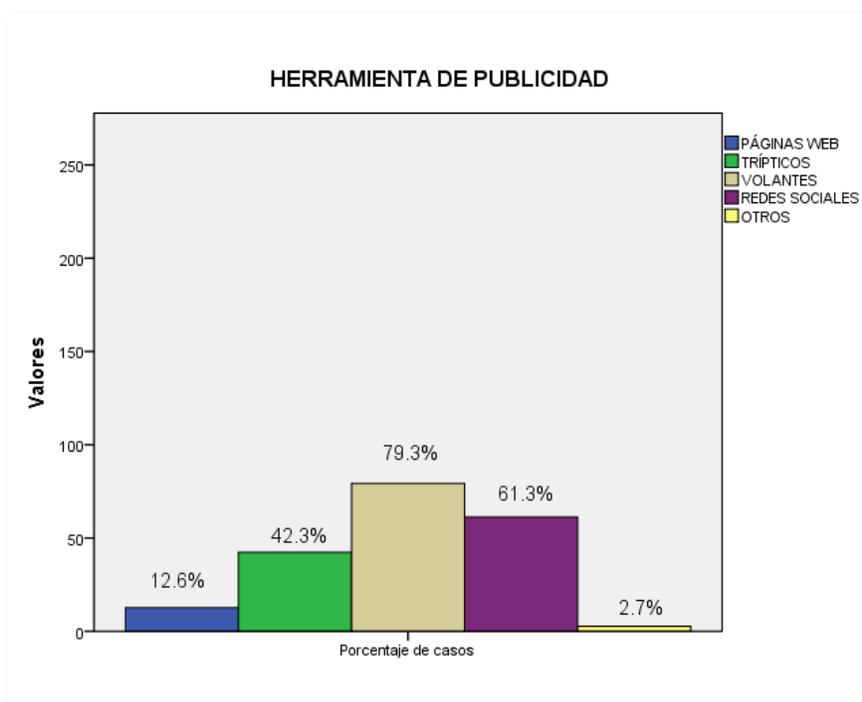
¿Con qué medios desearía ser informado sobre las rutas (recorridos) turísticas que se establezcan en Patate?

Tabla N°29: Herramientas de publicidad

Herramientas de publicidad		Respuestas Frecuencia	Porcentaje de casos (en relación al total de encuestados)
Medios	Páginas web	14	12.6%
	Tripticos	47	42.3%
	Volantes	88	79.3%
	Redes sociales	68	61.3%
	Otros	3	2.7%

Elaborado por: MARTÍNEZ, Erika (2017)

Gráfico N°25: Herramientas de publicidad



Elaborado por: MARTÍNEZ, Erika (2017)

## **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

### **Análisis**

Los volantes fue la opción más elegida por el 79.3% del total de los encuestados como medio de información para ser informados, en un 63% se ha elegido a las redes sociales, el 42.3% seleccionaron a los trípticos, el 12.6% a las páginas web y en un 2.7% se optó por otros medios.

### **Interpretación**

Para la difusión de la ruta propuesta se ha tomado como mejor opción los volantes en los que se detallará la información del recorrido, los turistas quieren tener información también a través de redes sociales y como otras opciones los encuestados han sugerido guías turísticas y fotografías.

**Tabla N°30: Resumen la entrevista a los expertos en turismo. Unidad de turismo Patate**

<b>Pregunta no. 1</b>	<b>Sr. Denis Medina</b>	<b>Srta. Evelyn Chicaiza</b>
¿Considera Ud. Que la ruta turística puede diversificar la oferta turística del cantón?	Sí, porque en la actualidad nos hemos enfocado en realizar eventos culturales y se ha dejado un poco de lado la innovación de nuevos productos turísticos. Los atractivos identificados no han sido aprovechados en gran manera, esto se debe a que la cascada siempre ha sido considerada como la más importante del caserío Mundug, entonces considero que siempre es bueno innovar y atraer al turista con experiencias nuevas.	Sí, aunque la oferta turística de Patate cumple con las necesidades del turista que por lo general siempre es por la gastronomía. Sin embargo, es interesante tener nuevas opciones de visita y tener otras expectativas del cantón. Hemos venido implementando nuevas rutas y la que Ud. Propone sería importante incluir.
<b>Pregunta no. 2</b>	<b>Sr. Denis Medina</b>	<b>Srta. Evelyn Chicaiza</b>
¿Con qué herramientas la unidad de turismo puede difundir la ruta turística diseñada en donde se encuentran los atractivos de Mundug?	En primer lugar se necesitaría generar nuevos proyectos de investigación que complementen la ruta, es decir investigar otros atractivos que posean las demás comunidades. Pero para comenzar los volantes o afiches son buenas ideas para que la gente siga informándose de lo propuesto.	Una vez verificados los atractivos identificados, estamos dispuestos a generar estrategias de promoción para que la gente se interese por visitar lo que posee Mundug más allá de la cascada, podríamos empezar incluyéndola en los volantes y afiches ya establecidos.

**Elaborado por:** MARTÍNEZ, Erika (2017)

## **4.2 Verificación de hipótesis**

Para la verificación de la hipótesis del presente proyecto de investigación se utiliza el método estadístico chi cuadrado ( $X^2$ ).

### **4.2.1 Planteamiento de la hipótesis**

$H_0$ . El entorno de la Cascada Mundug **NO** se relaciona con la oferta turística del cantón Patate.

$H_1$ . El entorno de la Cascada Mundug **SI** se relaciona con la oferta turística del cantón Patate.

### **4.2.2 Selección del nivel de significación**

Para la verificación de la hipótesis se trabaja con un nivel de significación de  $\alpha=0.05$ .

### **4.2.3 Descripción de la población**

Se trabaja con una población de 111 turistas encuestados para hacer posible el proyecto de investigación.

#### 4.2.4 Especificaciones de la estadística

Se formula un cuadro de 2 filas y 5 columnas para determinar las frecuencias observadas y esperadas.

**Tabla N°31: Frecuencias observadas**

	<b>Variable independiente</b>	<b>Variable dependiente</b>	
<b>Alternativas</b>	<b>El entorno de la cascada</b> ¿Por cuántas ocasiones Ud. Ha visitado el sector de Mundug?	<b>Oferta turística</b> ¿Con qué medios desearía ser informado sobre las rutas (recorridos) turísticas que se establezcan en Patate?	
	<b>Frecuencia observada</b>	<b>Frecuencia observada</b>	<b>Total</b>
Opción 1	49	5	54
Opción 2	30	19	49
Opción 3	17	53	70
Opción 4	7	32	39
Opción 5	8	2	10
Total	111	111	222

**Elaborado por:** MARTÍNEZ, Erika (2017)

**Tabla N°32: Frecuencias esperadas**

	<b>Variable independiente</b>	<b>Variable dependiente</b>	
<b>Alternativas</b>	<b>El entorno de la cascada</b>	<b>Oferta turística</b>	
	¿Por cuantas ocasiones Ud. Ha visitado el sector de Mundug?	¿Con qué medios desearía ser informado sobre las rutas (recorridos) turísticas que se establezcan en Patate?	
	<b>Frecuencia Esperada</b>	<b>Frecuencia Esperada</b>	<b>Total</b>
Opción 1	27.00	27.00	54.00
Opción 2	24.50	24.50	49.00
Opción 3	35.00	35.00	70.00
Opción 4	19.50	19.50	39.00
Opción 5	5.00	5.00	10.00
Total	111.00	111.00	222.00

**Elaborado por:** MARTÍNEZ, Erika (2017)

#### 4.2.5 Especificaciones de las regiones de aceptación y rechazo

Para determinar el grado de libertad se aplica la siguiente fórmula:

$$gl = (\# \text{ de columnas} - 1) (\# \text{ de filas} - 1)$$

#### Reemplazo de datos:

$$gl = (2-1) (5-1)$$

$$gl = (1) (4)$$

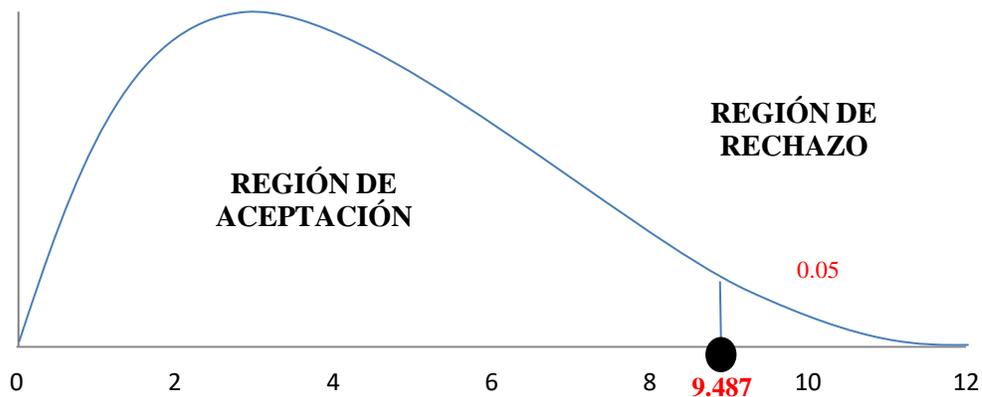
$$gl = 4$$

El chi  $X^2$  tabular es: 9,487

#### 4.2.6 Regla de decisión

Con 4 grados de libertad y a nivel 95% (0.95) de confianza la tabla de  $X^2$ T: 9.49, por lo cual si el  $X^2$ T  $\geq X^2$ C se aceptará la hipótesis nula ( $H_0$ ), caso contrario se aceptará la hipótesis alternativa ( $H_1$ ).

Gráfico N°26: Campana de Gauss



Elaborado por: MARTÍNEZ, Erika (2017)

#### 4.2.7 Recolección de datos y cálculo de los estadísticos

Se utiliza la siguiente fórmula para la recolección cálculo:

$$x^2 = \frac{\sum [O - E]^2}{E}$$

$X^2$ = Valor a calcularse el chi-cuadrado

$\Sigma$ = Sumatoria

O= Frecuencia observada

E= Frecuencia esperada

**Tabla N°33: Chi cuadrado calculado**

O	E	O-E	(O-E) <sup>2</sup>	(O-E) <sup>2</sup> /E
49	27.00	22.00	484.00	17.93
30	24.50	5.50	30.25	1.23
17	35.00	- 18.00	324.00	9.26
7	19.50	- 12.50	156.25	8.01
8	5.00	3.00	9.00	1.80
5	27.00	- 22.00	484.00	17.93
19	24.50	- 5.50	30.25	1.23
53	35.00	18.00	324.00	9.26
32	19.50	12.50	156.25	8.01
2	5.00	- 3.00	9.00	1.80
<b>X<sup>2</sup></b>				76.46

**Elaborado por:** MARTÍNEZ, Erika (2017)

Se observa entonces que, el  $X^2C$  76.46 es mayor que el  $X^2T$  9.487, por lo tanto se rechaza la  $H_0$  y se acepta la  $H_1$ : El entorno de la Cascada Mundug **SI** se relaciona en la oferta turística del cantón Patate.

## CAPÍTULO V

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 5.1 Conclusiones

Al haberse realizado la investigación, es necesario establecer conclusiones claras para sintetizar lo más destacado del proyecto:

- Diversificar la oferta con los nuevos atractivos identificados es esencial para el desarrollo económico y turístico del Patate y se tomarán en cuenta para una correcta difusión. Es evidente que el lugar investigado ha sido poco aprovechado turísticamente por los habitantes y autoridades del cantón, se ha dejado de lado la innovación de atractivos turísticos, por lo que los visitantes optan por la oferta común del cantón, sin embargo, los atractivos identificados en el entorno de la cascada Mundug son aceptados considerablemente por los turistas, al ser sitios en los que se pueden realizar diferentes tipos de actividades y generar una nueva expectativa del cantón.
- En el entorno de la cascada Mundug se identificaron sitios naturales y manifestaciones culturales, en el ámbito natural están: la montaña Platupamba, el mirador Ishakina y el bosque nublado San Jorge, en lo que respecta a lo cultural están: el Quincenario manifestación religiosa, el túnel Mundug dentro del subtipo obras de ingeniería al ser un túnel construido por los mismos habitantes y los huertos frutales que son del subtipo explotación agrícola.
- Los atractivos turísticos que se hallan en el inventario emitido por la Unidad de turismo de Patate son sitios naturales y manifestaciones culturales que no han sido dados a conocer en su totalidad, de la misma manera, el único atractivo de Mundug registrado

es la cascada, por ende la investigación es enriquecedora para brindar mayor alternativas de visita a los turistas.

- Todo recurso que posea una comunidad o sitio en general que no posee un valor agregado que lo permita sobresalir, no podrá ser un recurso con potencial turístico; la monotonía en las rutas turísticas hacen que el turista pierda el interés por recorrer un lugar, el valor agregado que se implante es la estrategia fundamental para atraer a la gente y brindar nuevas experiencias. El diseño de una ruta en Mundug es bien aceptado por los turistas, al cumplir con un presupuesto accesible a los turistas y por establecer actividades interesantes y nuevas como la vivencia con la comunidad, por su parte los habitantes les abren las puertas a los turistas para que sean parte de su familia y darles a conocer el mundo escondido de Mundug.

## **5.2 Recomendaciones**

Del proyecto de investigación se puede recomendar lo siguiente:

- Promover nuevos proyectos de investigación en las comunidades o caseríos que poseen riqueza natural y cultural, para de esta manera identificar nuevos atractivos que puedan ser incluidos en la oferta turística de Patate.
- Incentivar a que la comunidad se interese en la actividad turística y en los beneficios económicos que puede generar el turismo, siendo una opción de ingresos extras para cada una de las familias que participarían en la experiencia del turista; crear nuevas actividades que llamen la atención del turista, dejar de lado la simplicidad y brindar a los turistas nuevas alternativas convierte a lugar sencillos en sitios con gran potencial.
- Generar estrategias de difusión turística con herramientas que lleguen al turista con información clara y concisa de lo que se puede encontrar en Patate y vivir experiencias inolvidables.

- Gestionar con los expertos de turismo herramientas de promoción de la nueva ruta turística diseñada para dar a conocer los atractivos identificados en el entorno de la cascada Mundug.

## **CAPÍTULO VI**

### **PROPUESTA**

#### **6.1 DATOS INFORMATIVOS**

**Título:**

- Diseño de una ruta turística que aporte a la oferta del cantón Patate.

**Ubicación:**

- **Provincia:** Tungurahua
- **Cantón:** Patate
- **Parroquia:** La Matriz
- **Sector:** Caserío Mundug
- **Límites:**
  - Norte: Parroquias el Sucre y los Andes
  - Sur: Cantón Baños
  - Este: Parroquia el Triunfo
  - Oeste: Cantón Pelileo

**Población:**

- Su población no supera las 400 personas.

**Temperatura:**

- 11°-23°C.

**Altitud:**

- 2380 msnm (Mundug)

**Beneficiarios:**

- Habitantes del caserío Mundug
- Turistas.

**Tiempo estimado de ejecución:**

**Inicio:** Noviembre 2017 **Fin:** Diciembre 2017.

**Equipo técnico responsable:**

- Investigadora: Erika Martínez.

**Colaboración:**

- Presidente del caserío: Carlos Arcos.

**Gráfico N°27: Ubicación de la propuesta:**



**Fuente:** Tamayo, R. (2009); Google maps.  
**Elaborado por:** MARTÍNEZ, Erika (2017).

## **6.2 ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA**

Con la investigación de campo realizada en conjunto con los pobladores del caserío Mundug, se concluyó que el interés en promocionar solamente a la cascada no ha permitido que sean difundidos todos los atractivos que existen en su entorno, las entidades encargadas de atraer al turista a través de información, se han enfocado en la oferta básica del cantón y no han tomado iniciativa por descubrir y ofertar nuevos sitios que pueden ser demandados por los visitantes.

El caserío cuenta con una red vial apropiada para llegar a él sin problemas, los atractivos naturales y culturales que posee se encuentran conservados ya que los habitantes, a pesar de las actividades agrícolas diarias están conscientes del valor de la conservación de sus recursos y el beneficio que generará llamar la atención del turista con otros sitios maravillosos que existen en la sector.

Entonces, el mayor problema es la insuficiente información de los atractivos que existen en Mundug, lo que provoca a los visitantes optar solamente por los sitios más relevantes, la gastronomía (arepas, chicha de uva) o visitar el cantón únicamente en las fiestas del Señor de terremoto. Para el desarrollo del turismo es necesario implementar nuevos proyectos de investigación que sirvan para identificar el potencial que tiene cada comunidad rural de Patate y que pueden contribuir a la generación de distintos productos turísticos en la oferta del cantón.

Con la implementación de una ruta turística y su correcta difusión se dará a conocer los atractivos naturales y culturales identificados en el entorno de la cascada Mundug y que aportarán al desarrollo turístico y económico del caserío; al mismo tiempo permitirá que los turistas disfruten de las diferentes actividades, como la observación de flora y fauna, el paisaje admirable, la vivencia de las celebraciones religiosas de Mundug y a la vez ser partícipe de las actividades que realizan los pobladores a diario. A más de lo cultural, el

estar rodeado por el bosque nublado, en contacto directo con la naturaleza hace que el visitante supere sus expectativas y sean lugares a lo que se quiera volver.

### **6.3 JUSTIFICACIÓN**

La propuesta planteada se da para diversificar la oferta turística de Patate, generando nuevos productos turísticos que contribuyan al desarrollo del turismo y la economía del caserío Mundug, dando a conocer el potencial que posee cada recurso natural y cultural que se encuentran alrededor de la cascada de sector y que tienen las características necesarias para cumplir con las necesidades del visitante.

Para los pobladores y las autoridades del cantón es importante y de gran utilidad este proyecto, porque se ganará mayor afluencia de turistas al sector y esto será motivante para que la comunidad tenga iniciativa de implantar nuevos negocios turísticos que incrementen la economía del caserío, siempre que éstos apoyen a la experiencia que turista desea tener. Además, la ruta turística engloba tanto atractivos naturales como culturales que motivan a que los distintos perfiles de visitantes los conozcan.

Es un proyecto original, puesto que no es una ruta con atractivos rutinarios y constantes, sino que se ha investigado para identificar nuevos atractivos que se destacan en el caserío y que por falta de promoción no han sido aprovechados.

Los beneficiarios de esta investigación son los habitantes y los turistas, en primera instancia los habitantes al recibir nuevos ingresos concebidos por la actividad turística y los turistas al tener otras opciones por las cuales visitar el cantón y vivir nuevas experiencias.

El diseño de la ruta turística es factible porque se conoce todas las características que posee cada atractivo identificado y es posible realizar actividades recreativas, además de poseer gran accesibilidad que facilita el recorrido.

## **6.4 OBJETIVOS**

### **6.4.1 Objetivo General**

- Diversificar la oferta turística del cantón Patate, a través del diseño de una ruta en donde se den a conocer los atractivos naturales y culturales que existen en el entorno de la cascada Mundug.

### **6.4.2 Objetivos Específicos**

- Indagar todas las características que posean los atractivos turísticos para incluirlos en la ruta.
- Identificar las actividades que se pueden realizar en los lugares potenciales.
- Determinar la distancia y accesibilidad para llegar a los atractivos que se encuentran en el entorno de la cascada Mundug.
- Diseñar una ruta turística con los atractivos novedosos que se han encontrado a través de la investigación.
- Socializar el proyecto a las autoridades del cantón para generar estrategias de promoción.

## **6.5 ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD**

### **Social**

La propuesta planteada es factible socialmente ya que es una ruta que favorece tanto a los turistas como a los pobladores del caserío y de todo el cantón, la introducción de nuevos atractivos a la oferta impulsa la actividad turística, misma que beneficia a la sociedad local en el aspecto económico y desarrollo turístico del lugar.

## **Cultural**

A través de la propuesta se fomentará la identidad cultural que tiene el caserío Mundug y que la comunidad la representa a través de manifestaciones, las cuales incentivan a que el visitante aprenda y conozca las tradiciones del lugar.

## **Ambiental**

Es factible en el ámbito ambiental porque se promueve la conservación de los recursos naturales que existen en Mundug y los habitantes tienen conocimientos del valor que representa el medio ambiente para el turista.

## **Económica**

El financiamiento para la investigación de atractivos y diseño de la ruta es asumida por la investigadora del proyecto.

## **6.6 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA**

### **Ruta**

La palabra ruta se deriva del latín rupta y después del francés route, esto se refiere a un recorrido o camino que se sigue para llegar a un propósito. Una ruta debe ofrecer a quienes la siguen, variedad de actividades y facilidades para el llegar al lugar seleccionado (Servicio Nacional de Aprendizaje SENA, s/f).

### **Ruta turística**

Una ruta turística engloba el recorrido por lugares establecidos en los cuales se pueden realizar varias actividades, basándose en un itinerario se facilita la comprensión del visitante en cuanto a tiempos, duración y distancia. También se puede entender como caminos que conducen a lugares con potencial turístico y que ofrecen servicios como

alojamiento, gastronomía, transporte y otros para satisfacer las necesidades de quien la recorre (Chan, 1996).

Por otra parte, puede ser una carretera o itinerario turístico que se destaca por sus atractivos que posean características naturales o culturales valiosas y sean atracción para el visitante, una ruta turística puede incluir o no señales que identifiquen cada atractivo, el objetivo de una ruta es que el turista conozca y recorra lugares que por alguna razón son sitios de importancia (Mamani, 2016).

Se entiende a ruta turística como al conjunto de productos turísticos que son visitados por los turistas a través de recorridos; en otras palabras, son itinerarios que se siguen a partir de un punto de partida en una determinada zona, y que tiene un sitio final o llegada cuando el visitante ha percibido una experiencia de viaje (Rodríguez, 2010).

En conclusión, una ruta turística es un recorrido con un itinerario establecido, que se realiza al visitar los atractivos naturales o culturales que posea una zona turística y que cuente con facilidades y actividades que le permitan al turista satisfacer sus necesidades.

### **Circuito turístico**

Un circuito es una vía de conexión que vincula a los sitios donde se encuentran los atractivos turísticos, el circuito marca la distancia entre cada lugar para determinar el tiempo de recorrido; determina los puntos entre dos o más zonas turísticas que se representan generalmente en un mapa (SERNATUR Gobierno de Chile, 2008).

Comúnmente se encuentran dos tipos de circuitos:

Lineales: son los que se trazan de manera rectilínea en una misma carretera o espacio geográfico y se incluyen los atractivos.

Circulares o triangulares: se trazan en distintas carreteras donde se encuentren los atractivos mientras se van uniendo.

## **Itinerario turístico**

Un itinerario es la descripción detallada de los elementos que componen una ruta, éste debe contener la localización, actividades, tiempos y la contextualización de los atractivos existentes; el itinerario turístico no debe ser considerado como una secuencia de atractivos a ser visitados, sino como una herramienta para conocer los recursos existentes en una localidad (Cisne & Gastal, 2011).

Los itinerarios tienen un punto de partida y un punto final, es importante establecer la distancia entre los dos puntos, así como su recorrido y tiempo o duración del mismo. En el recorrido es en donde se explican cada uno de los atractivos naturales y culturales, además de las características que lo hacen interesante para el visitante; también se relata las actividades que se realizan en todos los sitios y éstas se determinan a través del tiempo empleado, el cual debe garantizar el interés del participante durante todo el itinerario (Saladié, Salvat, & Anton, 2013).

Basándose en los conceptos analizados, un itinerario turístico es la descripción de los atractivos a visitar, identificando la distancia, tiempo y actividades en cada sitio planteado.

## 6.7 MODELO OPERATIVO

**Tabla N°34: Modelo operativo**

<b>FASES</b>	<b>OBJETIVOS</b>	<b>ACTIVIDADES</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>TIEMPO</b>
<b>Socialización</b>	Socializar la propuesta con los habitantes del caserío y las autoridades del cantón, a fin de obtener el apoyo de ambas partes.	Recolectar información e ideas por parte de los habitantes. Realizar una reunión para exponer la ruta turística diseñada.	Investigadora	<b>1 semana</b>
<b>Planificación</b>	Planificar las acciones y procedimientos a seguir para la elaboración de la propuesta planteada.	Levantamiento de atractivos. Análisis de los sitios potenciales del caserío.	Investigadora	<b>1 semana</b>
<b>Ejecución</b>	Ejecutar las actividades dadas que permitan el diseño de la ruta turística en Mundug.	Organizar los atractivos a través de un itinerario que de la descripción detallada de la ruta. Determinar tiempo y distancia para el aprovechamiento total de los atractivos. Generar estrategias de promoción con las autoridades del cantón.	Investigadora	<b>2 semanas</b>
<b>Evaluación</b>	Generar las herramientas para el seguimiento y evaluación después de la implementación de la ruta turística	Presentación de los instrumentos para el seguimiento y evaluación	Investigadora	<b>1 semana</b>

**Elaborado por:** MARTÍNEZ, Erika (2017).

## **6.8 DESARROLLO DE LA PROPUESTA**

### **6.8.1 Introducción**

El cantón Patate “El Valle de la Eterna Primavera”, está compuesto por cuatro parroquias: La Matriz, El Triunfo, Sucre y Los Andes, dentro de la parroquia Matriz existen comunidades rurales que son caracterizadas por su riqueza natural y cultural. El caserío Mundug es una de las comunidades de la Matriz que es conocido por la cascada del mismo nombre, sin embargo, Mundug posee gran cantidad de atractivos que han sido poco aprovechados y que a través del proyecto se han identificado lugares de interés para el visitante. Los pobladores consideran que la falta de promoción no ha permitido que los turistas se desplacen por todo el caserío y están dispuestos a fomentar la actividad turística ya que les permitirá tener nuevos ingresos y darse a conocer como comunidad.

Para lograr estos objetivos se ha planteado una ruta turística en donde se presenten los atractivos identificados; el propósito principal de esta ruta es rescatar e impulsar los recursos que se encuentran en el entorno de la Cascada Mundug y será dirigida para los turistas nacionales e internacionales. Las actividades que se pueden realizar en cada atractivo generarán gran experiencia hacia los visitantes por el valor natural e histórico que tiene el caserío.

### **6.8.2 Nombre de la ruta**

Ruta turística **“RENACE MUNDUG”**

## **FASE I ESTRUCTURACIÓN DE LA RUTA**

### **6.8.3 Selección de atractivos**

La investigación de campo del proyecto se realizó con la participación de la comunidad Mundug y se identificaron seis atractivos ubicados en el entorno de la cascada.

- Túnel Mundug
- Mirador Ishakina
- Montaña y mirador Platupamba
- Bosque Nublado San Jorge
- Huertos frutales
- Quincenario (Celebración religiosa anual)

### **6.8.4 Inventario y categorización de atractivos turísticos**

Patate posee varios atractivos turísticos que llaman la atención del turista, principalmente se encuentran las arepas, el santuario del Señor del Terremoto y la cascada de Mundug, sin embargo, en la actualidad el turista busca nuevas experiencias y novedosos lugares de distracción, por tales motivos se ha planteado la propuesta de diseñar una ruta turística que diversifique la oferta habitual de Patate.

En la oferta turística del cantón no se encuentran los atractivos que se incluyen la ruta “RENACE MUNDUG” puesto que, son atractivos que han sido identificados en la presente investigación.

**Tabla N°35: Inventario y categorización de los atractivos identificados en Mundug**

<b>CATEGORÍA</b>	<b>TIPO</b>	<b>SUBTIPO</b>	<b>ATRACTIVO</b>
<b>1.Sitios naturales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Montañas</li> <li>• Montañas</li> <li>• Bosques</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alta montaña</li> <li>• Mirador</li> <li>• Bosque nublado</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Montaña Platupamba</li> <li>• Mirador Ishakina</li> <li>• Bosque nublado San Jorge</li> </ul>
<b>2.Manifestaciones culturales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Folcklore</li> <li>• Realizaciones técnicas y científicas</li> <li>• Realizaciones técnicas y científicas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Manifestaciones religiosas, tradiciones y creencias populares.</li> <li>• Obras de ingeniería.</li> <li>• Explotación agrícola.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Quincenario</li> <li>• Túnel Mundug</li> <li>• Huertos frutales</li> </ul>

**Elaborado por:** MARTÍNEZ, Erika (2017).

#### 6.8.4 Descripción de los atractivos turísticos en el entorno de la cascada de Mundug

### TÚNEL MUNDUG

Fotografía N°1: Túnel Mundug



Elaborado por: MARTÍNEZ, Erika (2017).

#### Ubicación

- **Provincia:** Tungurahua
- **Cantón:** Patate
- **Parroquia:** La Matriz
- **Sector:** Caserío Mundug

### **Coordenadas**

- **Latitud:** 1°17'38.4"S
- **Longitud:** 78°30'00.0"W

### **Características físicas**

- **Altitud:** 2384 msnm.
- **Temperatura:** 11°-23°C.

### **Acceso**

Para llegar al túnel es necesario trasladarse en auto o camioneta hasta la vía principal asfaltada Mundug desde el centro de Patate; continuamente se ingresa caminando al sendero Chongotahua y se encuentra el túnel.

### **Descripción**

El túnel Mundug se encuentra ubicado en la vía a Mundug, cerca del restaurante mirador "La Montaña". Este túnel fue construido por los habitantes para mejorar el paso de agua de riegos desde el río, pero con el paso del tiempo se ha convertido en la vivienda de murciélagos y por ello se ha convertido en un atractivo para el visitante. Para pasar por el túnel es necesario el uso de linternas y ropa adecuada debido al agua que cae en el sitio, la caminata es de una duración aproximada de 40 min. y finaliza en el paradero Monte María, se vive una experiencia inolvidable al estar en contacto con estos animales en completa oscuridad.

### **Actividades a realizar**

- Caminata
- Fotografía
- Observación de murciélagos.

### **Distancia**

- Desde el centro de Patate se encuentra a 3.4 km.

## MIRADOR ISHAKINA

Fotografía N°2: Mirador Ishakina



Elaborado por: MARTÍNEZ, Erika (2017).

### Ubicación

- **Provincia:** Tungurahua
- **Cantón:** Patate
- **Parroquia:** La Matriz
- **Sector:** Caserío Mundug

## **Coordenadas**

- **Latitud:** 1°17'24.0"S
- **Longitud:** 78°29'52.8"W

## **Características físicas**

- **Altitud:** 2631 msnm.
- **Temperatura:** 11°-23°C.

## **Acceso**

Para llegar al mirador hay que ir en auto o camioneta hasta la vía principal asfaltada Mundug desde el centro de Patate; continuamente se ingresa al sector Ishakina y se llega al mirador.

## **Descripción**

El mirador Ishakina ha sido denominado así por los habitantes del caserío, pero también es conocido como el mirador el valle, se encuentra a pocos minutos del centro del caserío de Mundug y de la cascada, brinda al turista una de las mejores vistas panorámicas de Patate, si el clima es apropiado se puede visualizar también el volcán Tungurahua.

En este mirador gracias al dueño de ese territorio es permitido realizar camping y parapente con el personal capacitado, para llegar al sitio se lo puede hacer con una caminata de 20 min. desde la salida de la cascada Mundug o en carro tardaría 5 min. aproximadamente. La maravilla del paisaje que brinda este mirador es única en el caserío, desde aquí se puede realizar fotografías y tener un momento de descanso en contacto con la naturaleza.

### **Actividades a realizar**

- Fotografía
- Camping
- Parapente (con autorización y personal capacitado)

### **Distancia**

- Desde el centro de Patate se encuentra a 3.8 km.

## MONTAÑA PLATUPAMBA

### Fotografía N°3: Platupamba



Elaborado por: MARTÍNEZ, Erika (2017).

### Ubicación

- **Provincia:** Tungurahua
- **Cantón:** Patate
- **Parroquia:** La Matriz
- **Sector:** Caserío Mundug

## **Coordenadas**

- **Latitud:** 1°17'34.8"S
- **Longitud:** 78°28'15.6"W

## **Características físicas**

- **Altitud:** 3059 msnm.
- **Temperatura:** 11°-23°C.

## **Acceso**

Para llegar a la montaña de Platupamba se pueden tomar dos accesos: el primero que es en conexión por el mirador Ishakina y el otro por la vía asfaltada de San Jorge. El auto o camioneta puede llegar hasta el sendero de Platupamba.

## **Descripción**

Platupamba es una montaña que se encuentra en el caserío Mundug en las alturas de la Cascada del mismo nombre, tiene conexión también con la comunidad San Jorge; en esta montaña existe varias atracciones para el visitante, una de ellas es la caminata por el sendero, la fotografía del paisaje y de la flora y fauna que posee el lugar, además aquí se encuentra un mirador que permite admirar la belleza del cantón Patate.

Para llegar a Platupamba existen dos accesos, el primero es por la vía asfaltada de San Jorge o por la vía del Mirador Ishakina que dependiendo las condiciones ambientales se determina el estado de la vía. Al ingresar a la montaña se encuentra el bosque nublado que se manifiesta con gran cantidad y variedad de flora y fauna, mismas que son conservadas debido al bajo impacto humano en el sitio.

### **Actividades a realizar**

- Fotografía
- Camping
- Caminata
- Observación de flora y fauna

### **Distancia**

- Desde el centro de Patate se encuentra a 9.3 km.

## **BOSQUE NUBLADO SAN JORGE**

**Fotografía N°4: Bosque Nublado San Jorge**



**Elaborado por:** MARTÍNEZ, Erika (2017)

### **Ubicación**

- **Provincia:** Tungurahua
- **Cantón:** Patate
- **Parroquia:** La Matriz
- **Sector:** Caserío Mundug

## **Coordenadas**

- **Latitud:** 1°17'34.8"S
- **Longitud:** 78°28'15.6"W

## **Características físicas**

- **Altitud:** 3063 msnm.
- **Temperatura:** 11°-23°C.

## **Acceso**

Para llegar al bosque nublado se pueden tomar dos accesos ya que se encuentra al interior de la montaña Platupamba: el primero que es en conexión por el mirador Ishakina y el otro por la vía asfaltada de San Jorge. El auto o camioneta puede llegar hasta el sendero de Platupamba y desde allí el acceso es caminando.

## **Descripción**

El bosque nublado se encuentra ubicado en la montaña Platupamba, del caserío Mundug, es uno de los principales atractivos que se encuentran en el entorno de la Cascada Mundug por su biodiversidad y paisaje, se destacan en este lugar las orquídeas en cuanto a flora y conejos, lobos y ardillas en lo que respecta a fauna; para acceder al atractivo se debe llegar a la montaña para desde ahí dirigirse al sendero, el tiempo aproximado de caminata de 1 hora a paso normal, su dificultad es media dependiendo las condiciones climáticas.

En este bosque se puede realizar fotografías, camping al inicio del sendero, y la admiración de estar rodeado de naturaleza.

### **Actividades a realizar**

- Fotografía
- Camping
- Caminata
- Observación de flora y fauna

### **Distancia**

- Desde el centro de Patate se encuentra a 9.3 km.

## **HUERTOS FRUTALES**

**Fotografía N°5: Huertos Frutales**



**Elaborado por:** MARTÍNEZ, Erika (2017)

### **Ubicación**

- **Provincia:** Tungurahua
- **Cantón:** Patate
- **Parroquia:** La Matriz
- **Sector:** Caserío Mundug

### **Coordenadas**

- **Latitud:** 1°17'41.9"S
- **Longitud:** 78°29'19.9"W

### **Características físicas**

- **Altitud:** 2380 msnm.
- **Temperatura:** 11°-23°C.

### **Acceso**

Para llegar a los huertos frutales se debe llegar al centro del caserío Mundug, el acceso es por la vía asfaltada de Mundug desde el centro de Patate.

### **Descripción**

El invernadero del Sr. Carlos Arcos Se encuentro ubicado en el caserío Mundug, aquí se siembran tomate de árbol, chirimoya, babacos, aguacates, tomate de riñón, choclo, papas, col, zambo, zapallo y otros productos que el propietarios pone a disposición del turista para que sea participe del proceso de siembra y cosecha.

Existe gran cantidad de invernaderos en el caserío ya que es la principal actividad económica para la comunidad y le abren la puerta al visitante para dar a conocer sus productos y la manera de como salen adelante como comunidad.

### **Actividades a realizar**

- Fotografía
- Observación de cosecha y siembra
- Recolección de legumbres y frutos.

## **Distancia**

- Desde el centro de Patate se encuentra a 7km.

## “QUINCENARIO” CELEBRACIÓN RELIGIOSA

Fotografía N°6: Quincenario



**Fuente:** Unidad de Turismo Patate (2016)  
**Elaborado por:** MARTÍNEZ, Erika (2017)

### Ubicación

- **Provincia:** Tungurahua
- **Cantón:** Patate
- **Parroquia:** La Matriz
- **Sector:** Caserío Mundug

### Coordenadas

- **Latitud:** 1°17'41.9"S
- **Longitud:** 78°29'19.9"W

### **Características físicas**

- **Altitud:** 2380 msnm.
- **Temperatura:** 11°-23°C.

### **Acceso**

Para llegar a al lugar de la celebración se debe llegar al centro del caserío Mundug, el acceso es por la vía asfaltada de Mundug desde el centro de Patate.

### **Descripción**

El Quincenario es una celebración religiosa que se da cada año en el mes de diciembre, el párroco del cantón es el encargado de establecer la fecha del evento acorde con el calendario para que sea realizado un fin de semana completo. Esta celebración surge a raíz de la imagen encontrada en el terremoto de 1949 del señor venerado por el mismo nombre; los habitantes del cantón son devotos a esta imagen por el milagro que ellos manifiestan haber vivido en el suceso al aparecer la imagen bajo los escombros.

De ahí los caseríos pertenecientes hacen procesiones para adorar su nombre y es en donde participa Mundug con la programación llevada a cabo por el cabildo y la comunidad.

El Quincenario comienza un día viernes en el que la imagen es traída por los pobladores mediante una procesión, seguidamente se festeja con una chamiza al anochecer del mismo día, a la mañana siguiente se realizan juegos tradicionales y se continúa con comparsas de danza folclórica; para el día domingo se finaliza con la misa y veneración a la imagen.

### **Actividades a realizar**

- Juegos tradicionales
- Procesión
- Chamizas.

**Distancia**

- Desde el centro de Patate se encuentra a 7km.

## DESCRIPCIÓN DE FLORA Y FAUNA DEL LUGAR

**Tabla N°36: Inventario de la flora representativa de Mundug (bosque nublado)**

NOMBRE COMÚN	NOMBRE CIENTÍFICO
Nachag	<i>Bidens andicola</i>
Tarqui guayusa	<i>Hedyosmun sp.</i>
Cedro	<i>Cedrela montana</i>
Luto	<i>Schefflera sodiroi</i>
Chine	<i>Escallonia sp</i>
Arrayán	<i>Eugenia sp</i>
Yagual	<i>Polylepis brachyphylla</i>
Eucalipto	<i>Eucaliptus globulus</i>
Chilca	<i>Bacharis floribundum</i>
Lengua de vaca	<i>Rumex angustifolia</i>
Chalisaca	<i>Hypochoeris sp.</i>
Zauco blanco.	<i>Solanum stenophyllum</i>
Zarcillos	<i>Calceolaria ericoides</i>
Tomatillos	<i>Physalis ixocarpa</i>
Colca blanca	<i>Miconia sp</i>
Ortiga	<i>Urtica sp.</i>
Hualicoma	<i>Macleania floribunda</i>
Muilla	<i>Zapoteca aculeata</i>
Retama	<i>Spartium junceum</i>
Bromelias	<i>Bromelia humilis</i>
Diente de león	<i>Taraxacum officinale</i>
Helechos	<i>Dicksonia sp</i>
Pumamaki	<i>Oreopanax ecuadorensis</i>
Kikuyo	<i>Pennisetum clandestinum</i>
Supirosa silvestre	<i>Lantana cámara</i>
Porotillo	<i>Fallopia convolvulus</i>
Balsa	<i>Ochroma pyramidale</i>
Laurel	<i>Cordia alliodora</i>
Jebe jebe	<i>Lycopodium thyoides</i>
Shanshi	<i>Coriana thymifolia</i>
Trébol blanco	<i>Trifolium repens</i>
Caballo chupa	<i>Equisetum bogotense</i>
Motiyura	<i>Glandularia gooddingii</i>
Mora silvestre	<i>Rubus coriaceus</i>
Lechero	<i>Euphorbia laurifolia</i>
Guanto rojo	<i>Brugmansia sanguínea</i>
Sandalia de los andes	<i>Monstera deliciosa</i>
Pasto azul	<i>Poa pratensis</i>

NOMBRE COMÚN	NOMBRE CIENTÍFICO
Pasto Chileno	<i>Holcus lanatus</i>
Berro	<i>Miconia bracteolata</i>
Suros-Guadua	<i>Guadua angustifolia</i>
Canelo	<i>Ocotea sp.</i>
Taxo Silvestre	<i>Passiflora mollissima</i>
Arquitecto	<i>Culcitium reflexum</i>

**Fuente:** Unidad de turismo Patate (2016)

**Elaborado por:** MARTÍNEZ, Erika (2017)

**Tabla N°37: Inventario de la fauna representativa de Mundug (bosque nublado)**

NOMBRE COMÚN	NOMBRE CIENTÍFICO
Sacha cuy	<i>Cavia aparea</i>
Lobo de páramo	<i>Pseudalopex culpaeus</i>
Chucuri o comadreja andina	<i>Mustela frenata</i>
Ardilla	<i>Sciurus vulgaris</i>
Conejo de páramo	<i>Sylvilagus brasiliensis</i>

**Fuente:** Unidad de turismo Patate (2016)

**Elaborado por:** MARTÍNEZ, Erika (2017)

**Tabla N°38: Inventario de la avifauna representativa de Mundug (bosque nublado)**

<b>NOMBRE COMÚN</b>	<b>NOMBRE CIENTÍFICO</b>
Tinamú Piquicurvo	<i>Nothoprocta curvirostris</i>
Pato Torrentero	<i>Merganetta armata</i>
Pava Andina	<i>Penelope montagnii</i>
Gallinazo Cabicirrojo	<i>Cathartes aura</i>
Gavilán poller	<i>Rupornis magnirostris</i>
Águila Parda	<i>Geranoaetus polyosoma</i>
Águila Pechinegra	<i>Geranoaetus melanoleucus</i>
Gavilán Aludo	<i>Buteo platypterus</i>
Cernícalo Americano	<i>Falco sparverius</i>
Paloma Collareja	<i>Patagioenas fasciata</i>
Tórtola Orejuda	<i>Zenaida auriculata</i>
Lechuza Campanaria	<i>Tyto alba</i>
Búho Terrestre	<i>Athene cunicularia</i>
Búho Rufibandeado	<i>Ciccaba albitarsis</i>
Nictibio Andino	<i>Nyctibius maculosus</i>
Gallina ciega	<i>Systellura longirostris</i>
Loro gorriblanco	<i>Pionus seniloides</i>
Loro Verde	<i>Amazona mercenaria</i>
Vencejo Cuelliblanco	<i>Streptoprocne zonaris</i>
Estrellita Ventriblanca	<i>Chaetocercus mulsant</i>
Orejivioleta Ventriazul	<i>Colibri coruscans</i>
Colibrí colilargo	<i>Lesbia nuna</i>
Colacintillo Colinegro	<i>Lesbia victoriae</i>
Zamarrillo Luciente	<i>Eriocnemis vestitus</i>
Metalura Tiria	<i>Metallura tyrianthina</i>
Metalura Verde	<i>Metallura williami</i>
Colibrí de Herrán	<i>Chalcostigma herrani</i>
Colibrí Picoespada	<i>Ensifera ensifera</i>
Colibrí Gigante	<i>Patagona gigas</i>
Frentiestrella Alianteada	<i>Coeligena lutetiae</i>
Trogón Enmascarado	<i>Trogon personatus</i>

---

Túcan Andino Pechigris	<i>Andigena hypoglauca</i>
Carpintero candel	<i>Colaptes rivolii</i>
Gralaria Rufa	<i>Grallaria rufula</i>
Gralaria Ondulada	<i>Grallaria squamigera</i>
Subepalo Perlado	<i>Margarornis squamiger</i>
Colaespina de Azara	<i>Synallaxis azarae</i>
Colaespina Rufa	<i>Synallaxis unirufa</i>
Elenia Crestiblanca	<i>Elaenia albiceps</i>
Tiranillo Alifajeado	<i>Mecocerculus stictopterus</i>
Cachudito Torito	<i>Anairetes parulus</i>
Cachudito Ágil	<i>Uromyias agilis</i>
Mosquerito Canelo	<i>Pyrhomyias cinnamomea</i>
Febe Guardarríos	<i>Sayornis nigricans</i>
Alinaranja Ahumada	<i>Myiotheretes fumigatus</i>
Alinaranja Golilistada	<i>Myiotheretes striaticollis</i>
Pitajo Pechirrufo	<i>Ochthoeca rufipectoralis</i>
Pitajo Dorsipizarro	<i>Ochthoeca cinnamomeiventris</i>
Frutero Verdinegro	<i>Pipreola riefferii</i>
Cotinga Cresticastaña	<i>Ampelion rubrocristatus</i>
Urraca turquesa	<i>Cyanolyca turcosa</i>
Chara verde	<i>Cyanocorax yncas</i>
Golondrina azul	<i>Pygochelidon cyanoleuca</i>
Golondrina ventriparda	<i>Orochelidon murina</i>
Soterrey Rufo	<i>Cinnycerthia unirufa</i>
Soterrey Sabanero	<i>Cistothorus platensis</i>
Soterrey Montañes	<i>Troglodytes solstitialis</i>
Cinco Gorripardo	<i>Cinclus leucocephalus</i>
Mirlo Chiguanco	<i>Turdus chiguanco</i>
Mirlo Grande	<i>Turdus fuscater</i>
Mirlo Negribriloso	<i>Turdus serranus</i>
Hemispingo Superciliado	<i>Hemispingus superciliaris</i>
Tangara Montana Ventriescarlata	<i>Anisognathus igniventris</i>
Tangara Montana	<i>Buthraupis montana</i>

---

---

Encapuchada	
Tangara Montana	Dubusia taeniata
Pechianteada	
Tangara Carirroja	Chlorornis riefferii
Tangara negriazul	Tangara vatori
Tangara Azuleja	Thraupis episcopus
Picocono Cinéreo	Conirostrum cinereum
Pinchaflor Negro	Diglossa humeralis
Pinchaflor Satinado	Diglossa lafresnayii
Pinchaflor Enmascarado	Diglossa cyanea
Pinchaflor Pechicanelo	Diglossa sittoides
Matorralero Nuquipálido	Atlapetes pallidinuca
Matorralero Pizarroso	Atlapetes schistaceus
Picogrueso Dorsinegro	Pheucticus aureoventris
Reinita Citrina	Basileuterus luteoviridis
Reinita Crestinegra	Basileuterus nigrocristatus
Reinita Coronirrojiza	Basileuterus coronatus

---

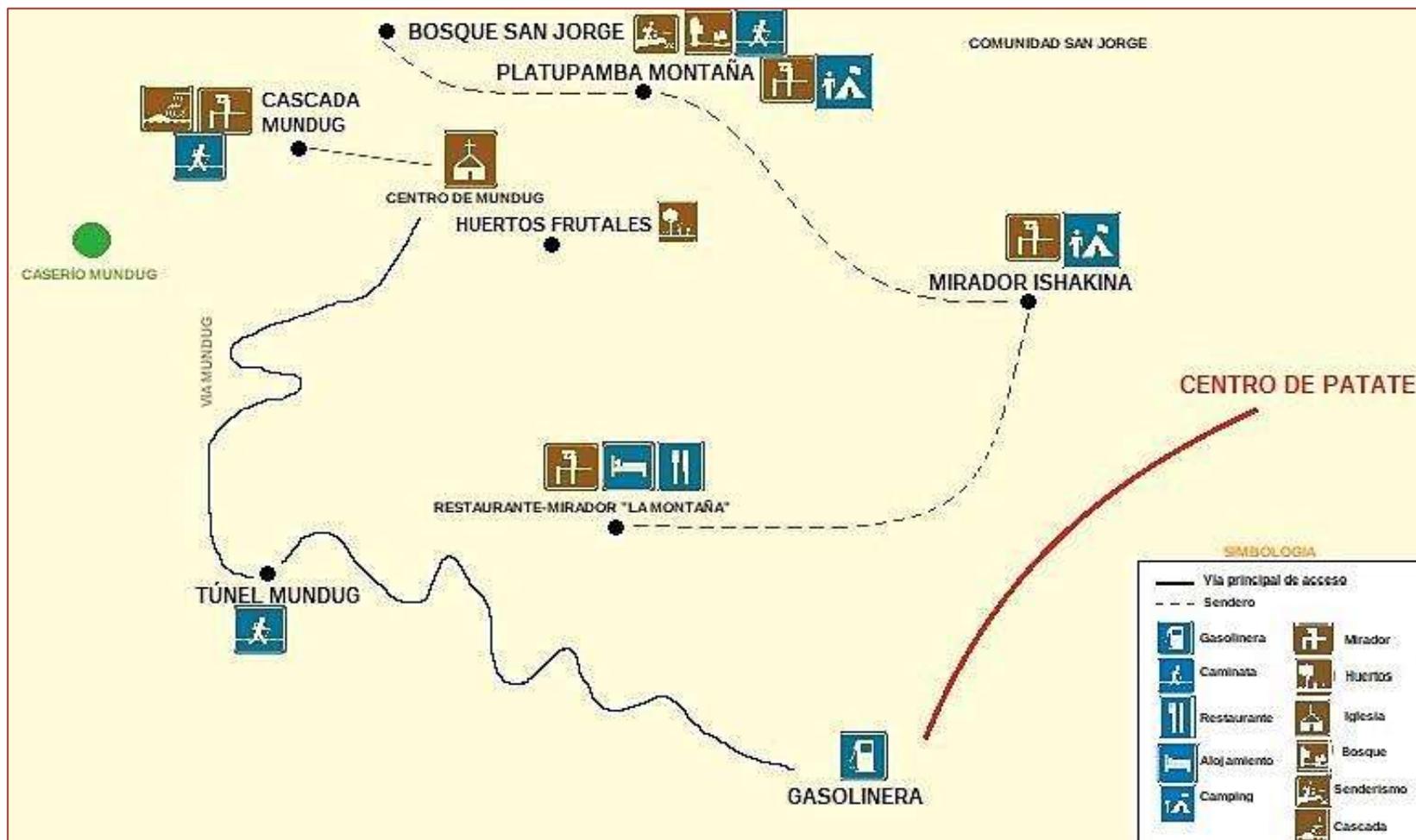
**Fuente:** SORIA, Adrián (2010)

**Elaborado por:** MARTÍNEZ, Erika (2017)

## FASE II DETERMINACIÓN DE LOS DETALLES DE LA RUTA

### 6.8.5 Recorrido

Gráfico N°28: Mapa de atractivos en Mundug (Ruta)



### 6.8.6 Actores y servidores turísticos

Tabla N°39: Actores turísticos (Mundug)

<b>NOMBRE</b>	<b>DIRECCIÓN</b>	<b>TELÉFONO</b>	<b>SERVICIO</b>
<b>Restaurante Mirador “La Montaña”</b>	Patate, km. 2 vía a cascada Mundug.	0993329704	Alojamiento Restaurante
<b>Cooperativa “4 de febrero”.</b>	Patate – La Matriz – Centro.	0987313198	Transporte
<b>Cooperativa “Reina del Valle”</b>	Patate – La Matriz – Centro.	0987313198	Transporte
<b>Vicepresidente de Mundug (Propietario de huertos)</b>	Caserío Mundug	0987313198	Recolección de frutos y verduras.
<b>Unidad de turismo</b>	Centro de Patate		Promoción
<b>Carlos Arcos (Presidente de Mundug)</b>	Caserío Mundug	0979626947	Organización
<b>Voluntarios habitantes</b>	Caserío Mundug	0979626947	Guías turísticos

Elaborado por: MARTÍNEZ, Erika (2017)

**Tabla N°40: Servidores turísticos Patate**

<b>RAZÓN SOCIAL</b>	<b>DIRECCIÓN</b>	<b>TELÉFONO</b>
<b>Arepas</b>	Patate – La Matriz – Centro de la ciudad.	0987654511 03 2870448
<b>Asadero Restaurant Stars</b>	Av. Ambato y Juan Montalvo.	0991400483
<b>La Nevada Snack Bar</b>	Av. Ambato y Juan Montalvo.	03 2870246
<b>Museo Señor del Terremoto</b>	La Matriz, Basílica Señor del Terremoto.	0980127205
<b>Asociación Agropecuaria Quinlata</b>	Sector El Mosquera, parte alta de la escalinata de la fe.	0993068475
<b>Asociación Huiragchuro (guías nativos).</b>	Of. Av. Ambato y Naciones Unidas – Patate.	0995595492
<b>Restaurante La Casta</b>	Vía a San Jorge, Barrio Quinlata.	0995935215
<b>Asociación Agroecológica San Rafael Alto</b>	Sector San Rafael Alto.	0994862686
<b>Finca Turística Monte María</b>	Vía Poatug – Sucre.	0990888126
<b>Complejo Quinlata</b>	Barrio Quinlata, vía San Jorge a 1 km. Del centro de la ciudad.	03 2870741
<b>Hostería Viña del Río</b>	Vía a Baños – Sector San Nicolás	0999513832
<b>Hostería Hacienda Manteles</b>	Parroquia la matriz Sector Manteles.	0999461275
<b>Restaurante Casa Vieja</b>	Calles Juan León Mera y Eduardo Samaniego a 120 m. del Registro Civil.	03 2410448
<b>Restaurante Mirador “La Montaña”</b>	Patate, km. 2 vía a cascada Mundug.	0993329704
<b>Huertos San Jorge</b>	San Jorge	0987009315

**Fuente:** Guía Turística de Tungurahua (2014)

**Elaborado por:** MARTÍNEZ, Erika (2017)

## 6.8.7 Itinerario

Tabla N°41: Itinerario de la ruta 1° Día

Hora de salida	Hora de llegada	Tiempo aproximado de permanencia	Actividades a realizar
09:00	09:20	20 minutos	<b>Parque “Simón Bolívar” Patate:</b> Bienvenida y explicación de los parámetros y medidas a seguir durante la ruta.
09:20	09:35	15 minutos	Traslado del parque al paradero “La Montaña”.
09:35	10:35	1 hora	Instalación y desayuno de los turistas en el hotel.
10:35	10:50	15 minutos	Traslado a la montaña Platupamba.
10:50	11:00	10 minutos	<b>Platupamba:</b> Llegada al sendero. Explicación de las medidas de seguridad. Equipación de los turistas. Fotografía panorámica.
11:00	13:00	2 horas	<b>Sendero platupamba:</b> Inicio del JUEGO “En busca del tesoro de Mundug”. Formación de equipos con sus líderes.
13:00	14:00	1 hora	<b>Bosque nublado San Jorge:</b> Llegada al bosque. Entrega de premios al grupo ganador. Asignación de penitencia al grupo perdedor. Picnic en medio del bosque. Observación de flora y fauna. Fotografía grupal. Actividad de relajación en medio del bosque.
14:00	15:00	1 hora	Regreso al inicio del sendero de Platupamba en dirección al transporte.
15:00	15:15	15 minutos	Traslado al caserío Mundug.
15:15	16:00	45 minutos	Recibimiento de los habitantes en la casa comunal. Almuerzo de comida típica realizado por los pobladores. Explicación de la historia del lugar.
16:00	16:15	15 minutos	Traslado al hotel y descanso.
16:15	17:15	1 hora	Visita a las instalaciones del hotel. Cóctel de bienvenida. Fotografía panorámica.
17:15	19:00	1 hora 45 minutos	Reunión en el restaurante-mirador.

---

			Presentación de grupo de danza de la comunidad.
			Cena.
19:00	19:20	20 minutos	<b>Mirador Ishakina:</b> Traslado hasta un lugar cercano al mirador.
19:20	20:20	1 hora	Ascenso. Visita y mejor vista de “Patate iluminado”, Fotografía nocturna y explicación del lugar. Canelazo. Narración de la leyenda “La avioneta estrellada”
20:20	20:30	10 minutos	Descenso del mirador hacia el transporte y regreso al hotel.

---

**Elaborado por:** MARTÍNEZ, Erika (2017)

## 2<sup>do</sup> DÍA

**Tabla N°42: Itinerario de la ruta 2° Día**

Hora de salida	Hora de llegada	Tiempo aproximado de permanencia	Actividades a realizar
08:00	09:00	1 hora	<b>“La Montaña”:</b> Desayuno
09:00	09:15	15 minutos	Traslado al túnel Mundug.
09:15	09:25	10 minutos	<b>Túnel Mundug:</b> Explicación de las medidas de seguridad y origen del lugar. Organización con los turistas.
09:25	10:10	45 minutos	Caminata a través del túnel en completa oscuridad Observación de murciélagos. En mitad del camino se narrará la leyenda “La novia perdida” Fotografía.
10:10	10:30	20 minutos	Descanso y llegada al final el túnel que es en la finca Monte María.
10:30	10:45	15 minutos	Traslado al sendero de la cascada Mundug.
10:45	11:15	30 minutos	<b>Cascada Mundug:</b> Caminata Observación de flora y fauna. Visita al mirador.
11:15	12:15	1 hora	Explicación del lugar. Fotografía. Relajación en contacto con la naturaleza. Pesca deportiva (opcional). Baño en la cascada (opcional).
12:15	12:45	30 minutos	Regreso al caserío.
12:45	13:00	15 minutos	Indicaciones generales.
13:00	13:10	10 minutos	Traslado al huerto “Mundug”
13:10	14:10	1 hora	<b>Huerto “Mundug”:</b> Explicación del proceso de siembra y cosecha por parte del propietario. Actividad recreativa: práctica de siembra y cosecha de los productos que existan en el huerto por parte de los turistas. Recolección de frutos y legumbres.
14:10	14:25	15 minutos	Traslado al hotel.
14:25	15:30	1 hora 15 minutos	Almuerzo y retorno.

**Elaborado por:** MARTÍNEZ, Erika (2017)

## ITINERARIO DE LA RUTA EN TIEMPOS FESTIVOS

**Tabla N°43: Itinerario de la ruta en tiempos festivos 1° Día**

Hora de salida	Hora de llegada	Tiempo aproximado de permanencia	Actividades a realizar
09:00	09:20	20 minutos	<b>Parque “Simón Bolívar” Patate:</b> Bienvenida y explicación de los parámetros y medidas a seguir durante la ruta.
09:20	09:35	15 minutos	Traslado del parque al paradero “La Montaña”.
09:35	10:35	1 hora	Instalación y desayuno de los turistas en el hotel.
10:35	10:50	15 minutos	Traslado a la montaña Platupamba.
10:50	11:00	10 minutos	<b>Platupamba:</b> Llegada al sendero. Explicación de las medidas de seguridad. Equipación de los turistas. Fotografía panorámica.
11:00	13:00	2 horas	<b>Sendero platupamba:</b> Formación de equipos con sus líderes. Inicio del JUEGO “En busca del tesoro de Mundug”.
13:00	14:00	1 hora	<b>Bosque nublado San Jorge:</b> Llegada al bosque. Entrega de premios al grupo ganador. Asignación de penitencia al grupo perdedor. Picnic en medio del bosque. Observación de flora y fauna. Fotografía grupal. Actividad de relajación en medio del bosque.
14:00	15:00	1 hora	Regreso al inicio del sendero de Platupamba en dirección al transporte.
15:00	15:15	15 minutos	Traslado al caserío Mundug.
15:15	16:00	45 minutos	Recibimiento de los habitantes en la casa comunal Almuerzo de comida típica realizado por los pobladores Explicación de la manifestación religiosa a celebrar.
16:00	17:00	1 hora	<b>Quincenario:</b> Juegos tradicionales con los habitantes del caserío: El juego de la silla. Juego del tomate. Baile de la botella.
17:00	18:30	1 hora 30 minutos	Observación de grupos de danza folclórica

---

			Actividad recreativa: preparación de danza folklórica a los turistas para presentación en la noche del mismo día.
			Procesión con la imagen del señor de Terremoto.
18:30	18:40	1 hora	Traslado al huerto frutal.
18:40	19:30	50 minutos	<b>Huerto “Mundug”:</b> Explicación del proceso de siembra y cosecha por parte del propietario. Actividad recreativa: práctica de siembra y cosecha de los productos que existan en el huerto por parte de los turistas. Recolección de frutos y legumbres.
19:30	19:40	10 minutos	Regreso al hotel.
19:40	20:30	50 minutos	Descanso y cena en el hotel.
20:30	22:00	1 hora y media	Traslado al caserío Participación en la chamiza. Canelazo. Presentación de danza de los turistas y la comunidad.
22:00	22:10	10 minutos	Regreso al hotel.

---

**Elaborado por:** MARTÍNEZ, Erika (2017)

## 2<sup>do</sup> DÍA

**Tabla N°44: Itinerario de la ruta en tiempos festivos 2° Día**

Hora de salida	Hora de llegada	Tiempo aproximado de permanencia	Actividades a realizar
08:00	09:00	1 hora	<b>“La Montaña”:</b> Desayuno
09:00	09:15	15 minutos	Traslado al túnel Mundug.
09:15	09:25	10 minutos	<b>Túnel Mundug:</b> Explicación de las medidas de seguridad y origen del lugar. Organización con los turistas.
09:25	10:10	45 minutos	Caminata a través del túnel en completa oscuridad Observación de murciélagos. En mitad del camino se narrará la leyenda “El turista perdido” Fotografía.
10:10	10:30	20 minutos	Descanso y llegada al final el túnel que es en la finca Monte María.
10:30	10:45	15 minutos	Traslado al sendero de la cascada Mundug.
10:45	11:45	30 minutos	<b>Cascada Mundug:</b> Caminata Observación de flora y fauna. Visita al mirador.
11:15	12:15	1 hora	Explicación del lugar. Fotografía. Relajación en contacto con la naturaleza. Pesca deportiva (opcional). Baño en la cascada (opcional).
12:15	12:45	30 minutos	Regreso al caserío.
12:45	13:00	15 minutos	Indicaciones generales.
13:00	13:10	10 minutos	<b>Mirador Ishakina:</b> Traslado hasta un lugar cercano al mirador.
13:10	14:10	1 hora	Ascenso. Tiempo de relajación y mejor vista de Patate. Fotografía nocturna y explicación del lugar. Observación del volcán Tungurahua (depende del clima). Narración de la leyenda “El espíritu ”
14:10	14:25	15 minutos	Regreso al hotel.
14:25	15:35	1 hora 10 minutos	Almuerzo. Actividad de despedida: entrega de souvenirs por parte de la comunidad a los turistas. Retorno.

## DETALLES DEL JUEGO “EN BUSCA DEL TESORO DEL MUNDUG”

Gráfico N°29: Juego “En busca del tesoro de Mundug”



### Breve explicación:

“En busca del tesoro de Mundug”, es un juego colectivo que consiste en que cada grupo con su líder deben encontrar la mayor cantidad de “huevos de oro” escondidos en cada punto asignado del sendero. Los puntos estarán señalados con una bandera con una cruz con el color de cada grupo.

Existen 5 puntos en donde podrán buscarlos y seguir avanzando; el líder es el encargado de guardar los huevos de oro encontrados en un cofre para el conteo final en el bosque.

En cada punto los grupos tienen 5 minutos para recoger los huevos de oro que más puedan, el grupo que avance más rápido con la mayor cantidad de huevos de oro será el ganador.

**Lugar:** Sendero Platupamba

**Organización:** 2 grupos de igual número de participantes. (Según el número de turistas).

### Instrucciones:

1. Formar 2 grupos, cada uno con su líder: grupo azul y grupo rojo.
2. Buscar las banderas de cada color y en cada punto buscar el tesoro.

3. Entregar en cada punto los huevos de oro encontrados a su líder y seguir avanzando.
4. Una vez terminado el sendero, todos los participantes se reúnen con su líder.
5. Conteo de los huevos de oro.

**Penitencia al grupo perdedor:**

El grupo perdedor debe preparar el picnic para el grupo ganador con los alimentos traídos por los líderes.

## LEYENDA “LA AVIONETA ESTRELLADA”

Fotografía N°7: Leyenda "Avioneta estrellada"



**Elaborado por:** MARTÍNEZ, Erika (2017)

Cuentan los habitantes de Mundug que hace muchos años atrás una avioneta perdió el control y cayó sobre el bosque nublado.

Fue una noche en la madrugada cuando algunos de los habitantes se acercaron a ver que sucedió, sorpresivamente en el bosque no había rastros de la avioneta, aunque muchos aseguran haberla visto caer. Mientras pasaban los días los moradores olvidaron el suceso, hasta que una noche, un grupo de jóvenes llegaron al mirador Ishakina en estado etílico y se encontraron a dos hombres con la ropa desgarrada y en malas condiciones, uno de ellos se acercó para ayudarlos, los hombres les pidieron que los ayuden a encontrar a sus familiares que están en el bosque cerca de la avioneta, pero al ver sus rostros uno de ellos lo tenía completamente desfigurado. Los jóvenes temerosos los acompañaron hacia el bosque y se dice que jamás regresaron.

Desde aquel día, las personas que llegan al mirador a embriagarse se encuentran con los dos hombres y no se vuelve a saber nada de ellos.

La avioneta estrellada es una leyenda que los habitantes de Mundug relatan y dicen ser verdadera, sin embargo no existen datos que lo confirmen.

## **LEYENDA “LA NOVIA PERDIDA”**

**Fotografía N°8: Leyenda "La novia perdida"**



**Elaborado por:** MARTÍNEZ, Erika (2017)

Una tarde lluviosa una pareja de novios se dirigían hacia Mundug a visitar la cascada, en el transcurso del camino se dice que los dos discutían fuertemente en el auto por una supuesta traición días antes de su boda. La novia desesperada por bajarse del carro logra que su pareja frene y ella inmediatamente se baja y corre por el sendero que se dirige al túnel. El novio apresurado con el temor de que le suceda algo por la fuerte lluvia va tras ella y al tratar de alcanzarla, él se tropieza y la pierde de vista.

Cuenta la historia que la novia ingresó al túnel para que él no la encuentre y a pesar que el túnel estaba inundado de agua, ella en su necesidad entró. El novio continuaba buscándola y escuchó unos gritos que venían del túnel llamándolo, y él desesperado fue

hacia el túnel y cada vez que avanzaba más las voces desaparecían, hasta que todo estuvo en silencio y no la encontró.

Días más tarde, él continuaba con su búsqueda, sin embargo, no se encontraron rastros en el túnel, ni nadie la había visto salir; desde entonces en los días lluviosos los moradores que pasan cerca del túnel escuchan gritos desesperados de una mujer, pero ninguno se atreve a entrar.

### **6.8.7 Perfil del visitante objetivo**

La ruta turística “RENACE MUNDUG” engloba sitios naturales y manifestaciones religiosas en el caserío Mundug, al realizar el recorrido se desarrollaran varias actividades que serán fundamentales en la experiencia del turista. Entonces, la ruta va dirigida hacia los siguientes tipos de turistas:

#### **Procedencia:**

Turistas Nacionales

Turistas Extranjeros

#### **Edad:**

Todas las edades.

#### **Motivaciones:**

- Realizar actividades de convivencia relacionándose con una comunidad rural, en aspectos como: expresiones sociales, culturales y productivas cotidianas del lugar.
- Ser parte de la familia de una comunidad
- Observar flora y fauna representativa de un lugar
- Participar en actividades ancestrales
- Vivencias místicas

## NOTAS:

- Los atractivos turísticos no tienen accesibilidad para personas con discapacidad.
- La ruta no puede ser ofertada a personas con discapacidad.
- Los senderos no cuentan con una correcta señalización por lo que es indispensable ser acompañados por un guía turístico

## 6.9 MEDIOS DE DIFUSIÓN

Para que la ruta sea expuesta a los turistas se ha realizado conversaciones con las autoridades del cantón, además de diseñar material en donde se dé a conocer la ruta con un croquis incluido en donde sea mejor entendida la información.

Por otra parte también se promocionará la ruta a través de redes sociales que llamen la atención y el interés de los turistas.

- **Logotipo de la ruta**



Elaborado por: MARTÍNEZ, Erika (2017)

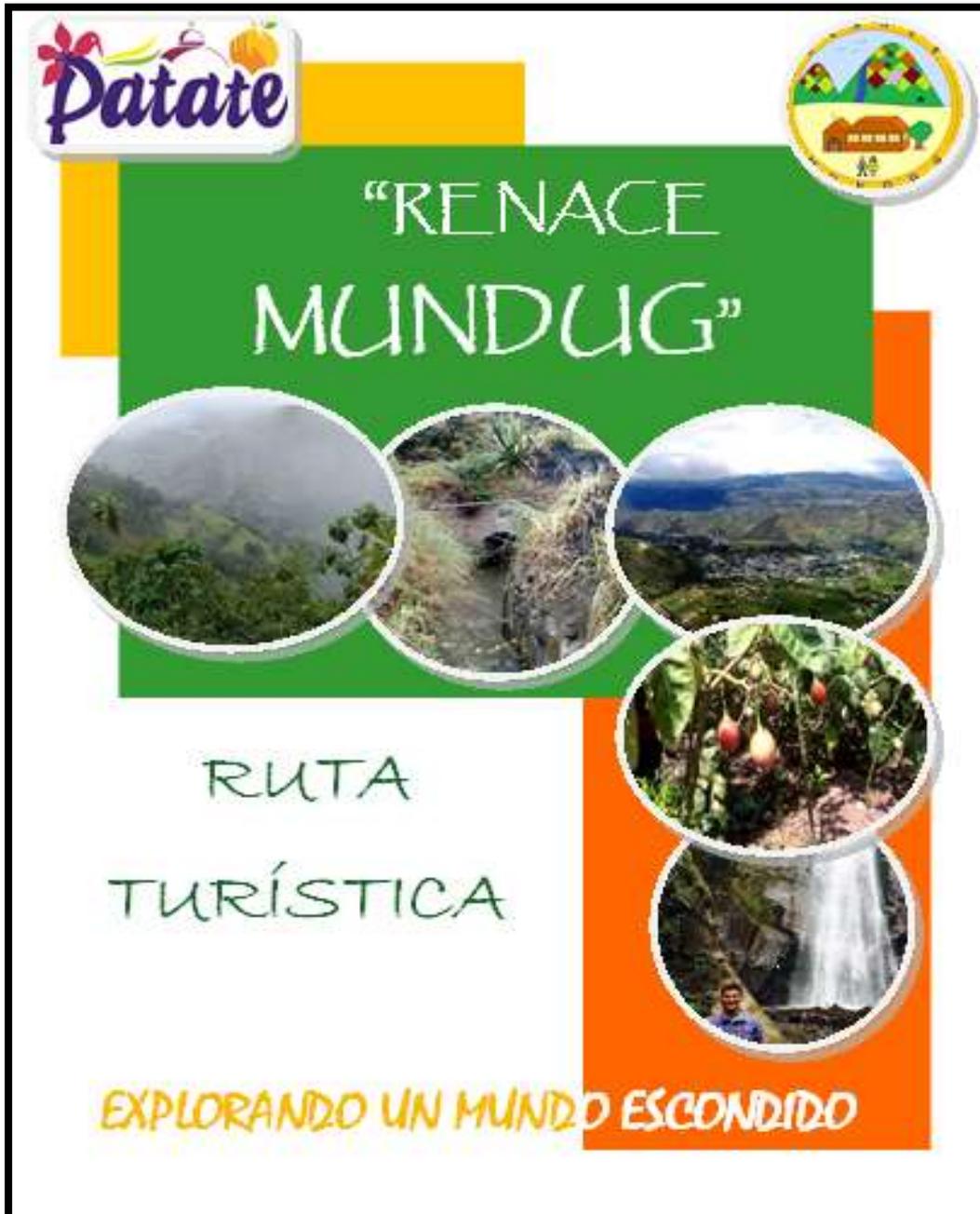
El logo se enfoca en lo que es Mundug en general, el diseño engloba a todos los atractivos turísticos que se pueden encontrar en el entorno de la cascada del caserío. La montaña representa a Platupamba, sitio que se halla en la parte superior de la cascada, desde donde provienen las aguas del río Blanco; los invernaderos, propiedad de los habitantes y sus huertos que son puestos a disposición del turista para generar nuevas experiencias. En el fondo de la montaña de divisa el túnel que se ha convertido en un atractivo por el misterio de recorrer aproximadamente 45 minutos en completa oscuridad y estar en contacto con murciélagos. La iglesia de Mundug no posee gran valor histórico, sin embargo, el quincenario al ser una celebración religiosa que se da anualmente, caracteriza a la comunidad por las diferentes actividades que se realizan en veneración al Señor de Terremoto.

Los recursos naturales y culturales que posee el caserío se convierten en atractivos gracias a la calidad de pobladores y al ambiente familiar que transmite a las personas que visitan el lugar.

- Afiches de promoción de la ruta turística



Elaborado por: MARTÍNEZ, Erika (2017)



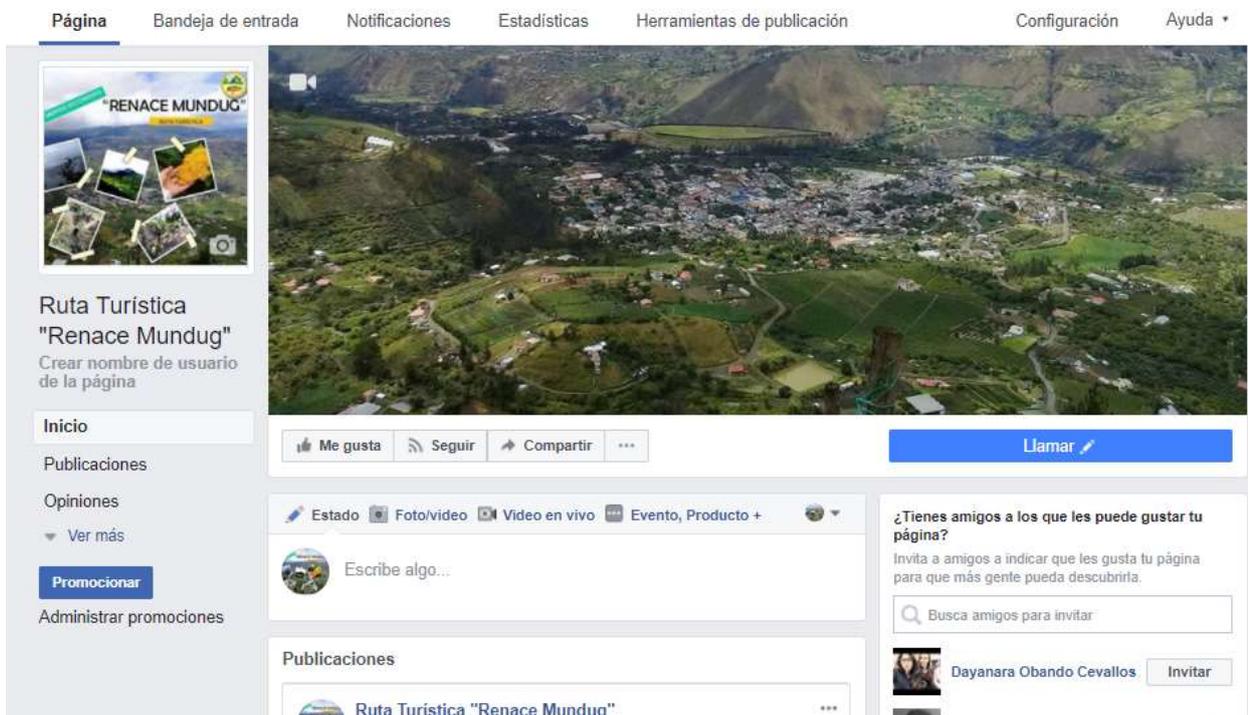
Elaborado por: MARTÍNEZ, Erika (2017)

- Material con explicación de la ruta turística



Elaborado por: MARTÍNEZ, Erika (2017)

- **Perfil creado en redes sociales para difundir la ruta turística “RENACE MUNDUG”**



**Presupuesto de la promoción de la red social:**

- **Crear anuncios de publicidad:** \$2 diarios los anuncios llegan a clientes potenciales (20 - 37 clics estimados por día).
- **Tiempo:** 10 días.
- **Total:** \$20

## 6.10 REVISIÓN DE LA EVALUACIÓN

Tabla N°45: Revisión de la evaluación

	<b>Preguntas básicas</b>	<b>Explicación</b>
1	<b>¿Qué evaluar?</b>	La aceptación de la ruta turística en los turistas.
2	<b>¿Por qué evaluar?</b>	Porque es necesario implantar un control.
3	<b>¿Para qué evaluar?</b>	Para medir el logro y el desempeño de los objetivos.
4	<b>¿Con qué criterios?</b>	Con efectividad ya que el proyecto será ejecutado.
5	<b>Indicadores</b>	Cualitativos: en el levantamiento de información. Cuantitativa: al obtener resultados numéricos reales de la aceptación de la ruta en los turistas.
6	<b>¿Quién evalúa?</b>	La investigadora
7	<b>¿Cuándo evaluar?</b>	Mensualmente
8	<b>¿Cómo evaluar?</b>	Monitoreo.
9	<b>Fuentes de información</b>	Ruta turística, recorrido.
10	<b>¿Con qué evaluar?</b>	Reuniones con la unidad de turismo.

Elaborado por: MARTÍNEZ, Erika (2017)

## BIBLIOGRAFÍA

- Aguilar Soria, E. A. (2015). El potencial de la cascada de san pedro ubicada en la parroquia de río verde del cantón baños de agua santa y su relevancia para desarrollar el canyoning como nueva alternativa turística en el sector. (Informe final del Trabajo de Graduación o Titulación previo a la Obtención del Título de Licenciado en Turismo y Hotelería, Universidad Técnica de Ambato), Ambato. Recuperado de: <http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/18230/1/My%20Tesis%20Esteban%20Aguilar.pdf>
- Altieri, A. (2001). ¿Qué es la cultura? La Lámpara de Diógenes, 15-20.
- Amaiquema, L. (2015). Recursos turísticos. Obtenido de Universidad Técnica de Machala : <https://www.google.com.ec/url?Sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=10&cad=rja&uact=8&ved=0ahukewiimah1pmvwahxe0iykhx7tankqfghgmak&url=http%3A%2F%2Frepositorio.utmachala.edu.ec%2Fbitstream%2F48000%2F6892%2F1%2F114%2520RECURSOS%2520TURISTICOS.pdf&usg=aovvaw10>
- Ascanio, A. (2012). El producto turístico y el proceso de comercialización. En A. Ascanio, Teoría del turismo. México: Editorial Trillas.
- Campodónico, R., & Chalar, L. (2011). Hacia la construcción del conocimiento en turismo. Redalyc: Estudios y Perspectivas en Turismo, 1307-1323.
- Castellanos, M. L. (2011). El turismo en un Ecuador megadiverso. Revista Gestión(201), 50.
- Constitución Política de la República del Ecuador. (2008, Septiembre 28). Título Segundo, Biodiversidad y recursos naturales, Sección Primera: Naturaleza y Ambiente
- Chan, N. (1996). Circuitos Turísticos. Buenos Aires: Librerías turísticas.

- Chávez, E. S., & Pérez, N. M. (2009). Los productos turísticos, pilares de la comercialización. Revista Scielo en documentos especiales, Volumen 18, 242.
- Cisne, R., & Gastal, S. (2011). Nueva visión sobre los itinerarios turísticos . Estudios y perspectivas en turismo, 1449-1463.
- Consejo Nacional de Planificación. (17 de Febrero de 2013). Plan Nacional del Buen Vivir. Obtenido de [https://www.unicef.org/ecuador/Plan\\_Nacional\\_Buen\\_Vivir\\_2013-2017.pdf](https://www.unicef.org/ecuador/Plan_Nacional_Buen_Vivir_2013-2017.pdf)
- Correia Paulino, G., Araújo Lucena, D. W., Fernandes Madruga, L. C., Leão de Menezes, P. D., & Pinheiro Rafael de Sousa, P. (2012). Gestión de calidad del servicio de alimentos y bebidas. La importancia del manipulador de alimentos en la calidad del servicio hotelero de la ciudad de João Pessoa, Brasil. Redalyc: Estudios y Perspectivas en Turismo, 763-777.
- Crespi, M., & Planells, M. (2011). Recursos turísticos. Madrid: Editorial Síntesis S.A.
- Cruz, G. D., & Camargo, P. D. (2008). Estrategias de promoción en la web desarrolladas por los destinos turísticos internacionales. Revista Scielo, estudios y perspectivas en el turismo., Volumen 17, 169.
- Da Cruz, G., & de Camargo, P. (2008). Estrategias de promoción en la web. Análisis de destinos turísticos internacionales. Redalyc: Estudios y Perspectivas en Turismo, 156-169.
- Delgado, C. (2005). Pensar el paisaje. Explorando un concepto geográfico. Trayectorias.
- El Universo. (1 de Enero de 2011). Los bosques son importantes porque. Cultura.
- Fernández, G., Van, C., & Guzmán, A. (s/f). Alojamiento turístico y medio ambiente. GESTUR, 717-1811.
- Fernández, J. (12 de noviembre de 2009). Concepto de cultura en la antropología contemporánea. Obtenido de El concepto de cultura en la antropología

contemporánea:

[http://consellodacultura.gal/mediateca/extras/texto\\_fern%C3%a1ndez\\_de\\_rota.pdf](http://consellodacultura.gal/mediateca/extras/texto_fern%C3%a1ndez_de_rota.pdf)

- Fernández, J. (2009). Concepto de cultura en la antropología contemporánea.
- Fernández, J. (s/f). Aula de ecología urbana de Vitoria-Gasteiz. Obtenido de La recuperación de ríos en entornos urbanos: <https://www.vitoria-gasteiz.org/wb021/http/contenidosestaticos/adjuntos/es/67/40/36740.pdf>
- Folgado, J., Oliveira, P., & Hernandez, J. (2011). Imagen del destino y marca turística: sinergias e implicaciones. International conference on tourism & management studies, (pág. 11). Algarve.
- GAD Simón Bolívar. (2012). Atractivos turísticos. Obtenido de <http://gadsbolivar.gob.ec/index.php/2012-12-27-00-31-53/attractivos-turisticos>
- GAD-Municipal-Patate. (Junio de 2016). GAD Municipal Patate . Obtenido de <http://patate.gob.ec/index.php/multimedia/attractivos/138-cascada-mundug>
- Guerrero, P., & Ramos, J. (2014). Capítulo 1. En Introducción al turismo. México: Grupo Editorial Patria S.A.
- Hidalgo, V. (s/f). Cultura, Multiculturalidad, Interculturalidad y transculturalidad: Evolución de un término. Biblioteca digital Chiapas, 73-84.
- Ley de Turismo. Registro Oficial 733. (2008, Mayo, 06). Capítulo Primero, Generalidades
- Linés, A. (1998). Contribución al concepto del clima. Territoris, 203-213.
- Luis, C. A., Uriel, C., Viviana, M. F., & Gabriel, C. (julio de 2013). Turismo y patrimonio en las sociedades contemporáneas: luces y sombras de sus vínculos a partir del turismo cultural. Obtenido de El papel del patrimonio en la diversificación de la oferta turística: [https://www.econo.unlp.edu.ar/uploads/docs/\\_el\\_papel\\_del\\_patrimonio\\_en\\_la\\_diversificacion\\_de\\_la\\_oferta\\_turistica\\_.pdf](https://www.econo.unlp.edu.ar/uploads/docs/_el_papel_del_patrimonio_en_la_diversificacion_de_la_oferta_turistica_.pdf)

- Mamani, W. (marzo de 2016). Asesores en turismo para empresas públicas. Obtenido de <https://asesoresenturismoperu.wordpress.com/2016/03/26/definicion-ruta-turistica/>
- Martínez Valerio, L. (2012). Estrategias de promoción turística a través de Facebook. Scielo, 318-338.
- Ministerio de Turismo. (06 de mayo de 2002). Turismo. Obtenido de Ley de turismo: <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/02/Ley-de-Turismo-MINTUR.pdf>
- Ministerio de turismo. (2014). Reglamento de transporte turístico. Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/REGLAMENTO-TRANSPORTE-TERRESTRE-TURISTICO.pdf>
- Ministerio del Ambiente. (2012). Sistema de clasificación de los Ecosistemas del Ecuador Continental. Obtenido de [http://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/09/LEYENDA-ECOSISTEMAS\\_ECUADOR\\_2.pdf](http://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/09/LEYENDA-ECOSISTEMAS_ECUADOR_2.pdf)
- Ministerio del Ambiente. (s/f). Protege Ecuador, la responsabilidad es de tod@s. Obtenido de <http://www.ambiente.gob.ec/11699/#>
- MINTUR. (2004). Metodología para inventario de atractivos turísticos. Gerencia Nacional de Recursos Turísticos. Quito, Pichincha, Ecuador.
- MINTUR. (2014). Documento de diagnóstico sectorial. Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/05/Documento-Proyecto-Ecuador-Potencia-Tur% C3% adstica.pdf>
- MINTUR. (junio de 2017). Guía metodológica de jerarquización de atractivos y generación de espacios turísticos. (2. Edición, Ed.) Obtenido de [http://servicios.turismo.gob.ec/descargas/inventarioatractivosturisticos/Parte1\\_guiametodologicainventariogeneracionespacioturistico2017\\_2daed.pdf](http://servicios.turismo.gob.ec/descargas/inventarioatractivosturisticos/Parte1_guiametodologicainventariogeneracionespacioturistico2017_2daed.pdf)

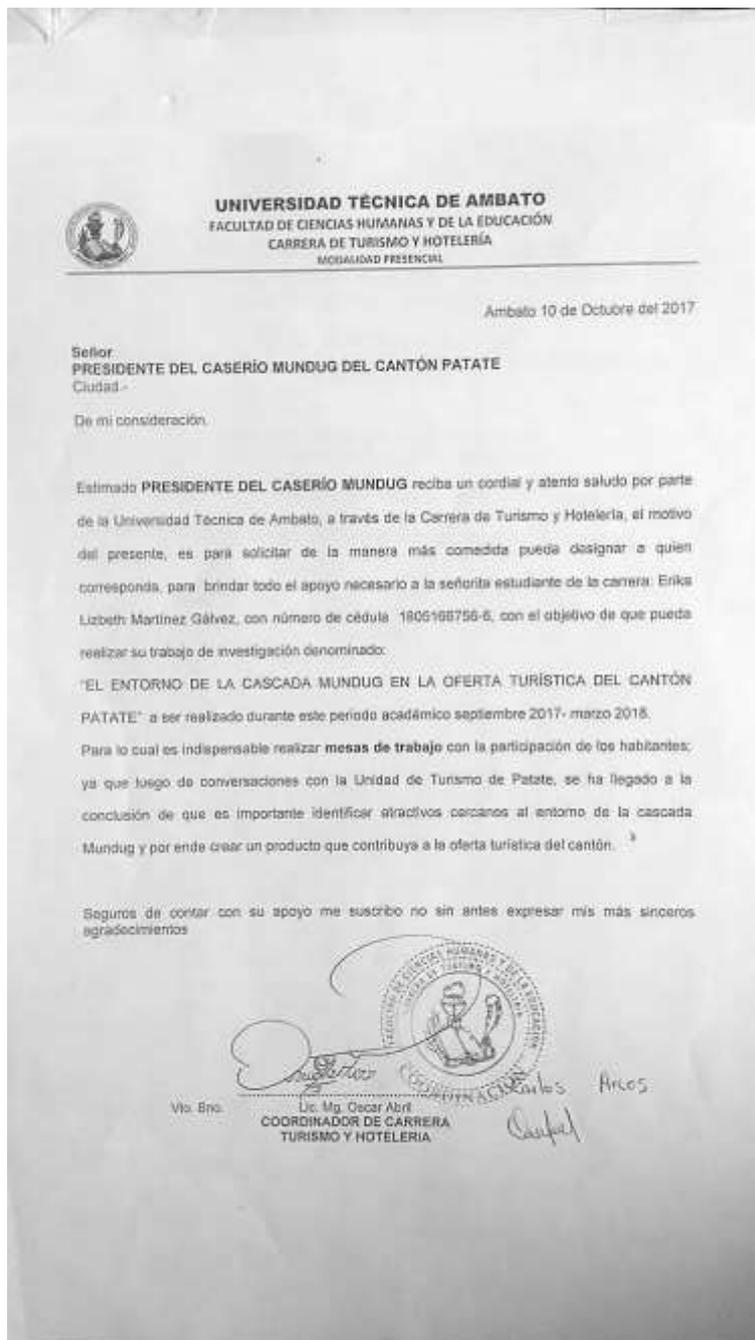
- MINTUR Uruguay. (s/f). Ministerio de Turismo . Obtenido de Plan de marketing estratégico y operativo de turismo: [http://apps.mintur.gub.uy/Plantur/components/Web\\_Diagn%C3%b3stico\\_integradol.pdf](http://apps.mintur.gub.uy/Plantur/components/Web_Diagn%C3%b3stico_integradol.pdf)
- Morillo, M. (2011). Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos, componentes y clasificación. Redalyc: Visión Gerencial, 135-158.
- Mullo, J. (2016). Caracterización de recursos potenciales como alternativas para diversificar la oferta turística del cantón Tisaleo. Obtenido de Repositorio UTA: <http://repo.uta.edu.ec/bitstream/123456789/23518/1/tesis%20con%20firmas.pdf>
- Muñoz, C. (2015). Islas, lagos, cascadas, ríos y cenotes. Contactos, 5-13.
- Murlands, C. (2005). Introducción a la Ecología del Paisaje . Editorial Científica Universitaria, Universidad Nacional de Catamarca.
- Navarro, D. (2015). Recursos Turísticos y Atractivos Turísticos. Modelos de gestión pública de recursos turísticos, 335-357.
- Ojeda, C. (mayo de 2011). Repositorio Institucional de la Universidad de Alicante. Obtenido de Estado del arte en las conceptualizaciones del paisaje y el paisaje urbano.: <https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/17261/1/no-7-2011-art-ojeda-leal.pdf>
- OMT. (2008). Unidad 2: Turismo conceptos y definiciones. En A. Sancho, Introducción al turismo. Madrid.
- OMT. (2015). Principios del turismo sostenible. CEGESTI, 283.
- Real Academia Española. (2014). Real Academia Española Diccionario. Obtenido de <http://dle.rae.es/?Id=fjftqz3>
- Republica del Ecuador. (2008). Constitución política de la república del Ecuador. Quito.

- Rodríguez, M. (2010). Diseño de una ruta turística de interpretación cultural para la promoción y el desarrollo local de la etnia aborígen warao en el estado delta amacuro, venezuela . Eumed.
- Saladié, O., Salvat, J., & Anton, S. (2013). Diseño de un itinerario turístico en tivissa a partir de la estación meteorológica. Dialnet, 119-133.
- Salinas, E., & Medina, N. (2009). Los productos turísticos, pilares de la comercialización. Dos ejemplos del centro histórico de la Habana, Cuba. Scielo:Estudios y perspectivas en turismo, 1851-1732.
- Sancho, A. (1998). Introducción al Turismo. Organización Mundial del Turismo.
- SERNATUR Gobierno de Chile. (julio de 2008). Boletín Técnico N°1. Obtenido de [Glosario de turismo: http://www.fedetur.org/otros\\_estudios\\_y\\_publicaciones/Glosario-de-Turismo-2008-SERNATUR.pdf](http://www.fedetur.org/otros_estudios_y_publicaciones/Glosario-de-Turismo-2008-SERNATUR.pdf)
- Servicio Nacional de Aprendizaje SENA. (s/f). Diseño de rutas turísticas. Obtenido de [https://senaintro.blackboard.com/bbcswebdav/institution/semillas/634122\\_1\\_VI RTUAL/oaaps/OAAP4\\_Fase2/swf/aa3\\_oa2/utilidades/oa.pdf](https://senaintro.blackboard.com/bbcswebdav/institution/semillas/634122_1_VI_RTUAL/oaaps/OAAP4_Fase2/swf/aa3_oa2/utilidades/oa.pdf)
- Socatelli, M. A. (2013). Mercadeo Aplicado al Turismo. La Comercialización de Servicios - Productos y Destinos Turísticos Sostenibles.
- Tungurahua, A. P. (Marzo de 2011). Ministerio de la Coordinación, de la Producción, Empleo y Competitividad. Obtenido de <http://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/AGENDA-TERRITORIAL-TUNGURAHUA.pdf>
- Ulloa, M. E., Cortés, F. P., & Llanos, R. H. (2012). Oferta turística y perfil sociocultural de los empresarios turísticos. Revista Scielo Estudios y perspectivas del turismo., Volumen 21, 321.

- Vargas, F. (2016). Repositorio UTA. Obtenido de Los deportes de avnetura como alternativa para fortalecer la actividad turística en la cascada Mundug, cantón Patate.: <http://repo.uta.edu.ec/bitstream/123456789/23533/1/FABIAN-VARGAS-TESIS-FINAL.pdf>
- Varisco, C. (2013). Sistema turístico. Subsistemas, dimensiones y conceptos transdisciplinarios. Nulan, 63-78.
- Vázquez, D., Osorio, M., Arellano, A., & Torres, J. (2013). El turismo desde el pensamiento sistémico. Investigaciones turísticas, 1-28.
- Viloría, N. (s/f). Desarrollo turístico y su relación con el transportr. GESTUR, 717-1811.
- Yépez Cercado, J. E. (2015). Evaluación de la situación turística del Área Natural Siete Cascadas para el desarrollo del turismo de aventura a través de una operadora de turismo. (Tesis previo a la obtención del título de licenciada en turismo y hotelería en Universidad de Guayaquil) Guayaquil. Recuperado de: <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/8241/1/JESSICA%20Y%C3%89PEZ%20%20sustentacion%20con%20tres%20tutoras%203.pdf>

## ANEXOS

### Oficio entregado al Sr. Carlos Arcos, Presidente del caserío Mundug



## Validación de las encuestas por expertos en turismo.

Validado por: Técnica de turismo Evelyn Chicaiza

  
UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO  
FACULTAD CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN  
CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA  
ENCUESTA DIRIGIDA A LOS TURISTAS QUE VISITAN EL CANTÓN PATATE

**OBJETIVO:** Establecer la importancia de la influencia de los atractivos turísticos del entorno de la cascada Mundug en la oferta turística del cantón Patate.

**INDICACIONES:** Lea detenidamente y marque con una X la respuesta que Ud. considere adecuada, de acuerdo a su conocimiento y criterio.

**DATOS GENERALES:**

Lugar de procedencia: \_\_\_\_\_

Rango de Edad: 20-30  31-45  46-65  Mayor de 65

Género:  
Masculino   
Femenino

Responda las siguientes preguntas:

1. ¿Con qué frecuencia visita Ud. el cantón Patate?

Fines de semana  
 Entre semana  
 Feriados

2. ¿Cuál es el motivo principal de visita al cantón Patate?

Gastronomía (arepas, chicha de uva, etc.)	
Naturaleza (bosques, cascadas, miradores, etc.)	
Cultura (Fiestas, celebraciones religiosas, museos, etc.)	
Otros: Especifique	

3. Generalmente ¿cuántas personas viajan con Ud.?

Número de personas	
Nadie	
1	
2	
3	
4 o más	

4. Una vez seleccionado el número de personas que le acompañan, identifique el rango de edad de sus acompañantes.

Niños: Menos de 5 años  6 a 12 años  19 a 25 años  26 a 29 años

Jóvenes: 13 a 18 años  36 a 40 años  41 a 50 años

Adultos: 30 a 35 años

Más de 50. Especifique

*Validado por:  
Evelyn Chicaiza*

Validado por: **Lcdo. Fabián Altamirano**



UNIVERSIDAD TECNICA DE AMBATO  
FACULTAD CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN  
CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA  
ENCUESTA DIRIGIDA A LOS TURISTAS QUE VISITAN EL CANTÓN PATATE

*Validado por  
Fabián Altamirano*

**OBJETIVO:** Establecer la importancia de la influencia de los atractivos turísticos del entorno de la cascada Mundag en la oferta turística del cantón Patate.

**INDICACIONES:** Lea detenidamente y **marque con una X** la respuesta que Ud. considere adecuada, de acuerdo a su conocimiento y criterio.

**DATOS GENERALES:**

Lugar de procedencia: \_\_\_\_\_

Rango de Edad: 20-30  31-45  46-65  Mayor de 65

Género:

Masculino   
Femenino

Responda las siguientes preguntas:

1. ¿Con qué frecuencia visita Ud. el cantón Patate?

- Fines de semana
- Entre semana
- Feriados

2. ¿Cuál es el motivo principal de visita al cantón Patate?

Gastronomía (arepas, chicha de uva, etc.)	<input type="checkbox"/>
Naturaleza (bosques, cascadas, miradores, etc.)	<input type="checkbox"/>
Cultura (Fiestas, celebraciones religiosas, museos, etc.)	<input type="checkbox"/>
Otros; Especifique	<input type="checkbox"/>

3. Generalmente ¿cuántas personas viajan con Ud.?

Número de personas	
Nadie	<input type="checkbox"/>
1	<input type="checkbox"/>
2	<input type="checkbox"/>
3	<input type="checkbox"/>
4 o más	<input type="checkbox"/>

4. Una vez seleccionado el número de personas que le acompañan, identifique el rango de edad de sus acompañantes.

- Niños: Menos de 5 años  6 a 12 años
- Jóvenes: 13 a 18 años  19 a 25 años  26 a 29 años
- Adultos: 30 a 35 años  36 a 40 años  41 a 50 años
- Más de 50. Especifique

*Fabián Altamirano*

Validado por: Jefe de turismo Dennis Medina



UNIVERSIDAD TECNICA DE AMBATO  
FACULTAD CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN  
CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA  
ENCUESTA DIRIGIDA A LOS TURISTAS QUE VISITAN EL CANTÓN PATATE

**OBJETIVO:** Establecer la importancia de la influencia de los atractivos turísticos del entorno de la cascada Mundug en la oferta turística del cantón Patate.

**INDICACIONES:** Lea detenidamente y marque con una X la respuesta que Ud. considere adecuada, de acuerdo a su conocimiento y criterio.

**DATOS GENERALES:**

Lugar de procedencia: \_\_\_\_\_

Rango de Edad: 20-30  31-45  46-65  Mayor de 65

Género:

Masculino

Femenino

Responda las siguientes preguntas:

1. ¿Con qué frecuencia visita Ud. el cantón Patate?

Fines de semana

Entre semana

Feriados

2. ¿Cuál es el motivo principal de visita al cantón Patate?

Gastronomía (arepas, chicha de uva, etc.)	<input type="checkbox"/>
Naturaleza (bosques, cascadas, miradores, etc.)	<input type="checkbox"/>
Cultura (Fiestas, celebraciones religiosas, museos, etc.)	<input type="checkbox"/>
Otros: Especifique	<input type="checkbox"/>

3. Generalmente ¿cuántas personas viajan con Ud.?

Número de personas	
Nadie	<input type="checkbox"/>
1	<input type="checkbox"/>
2	<input type="checkbox"/>
3	<input type="checkbox"/>
4 o más	<input type="checkbox"/>

4. Una vez seleccionado el número de personas que le acompañan, identifique el rango de edad de sus acompañantes.

Niños: Menos de 5 años

Jóvenes : 13 a 18 años

Adultos: 30 a 35 años

Más de 50. Especifique

6 a 12 años

19 a 25 años

36 a 40 años

26 a 29 años

41 a 50 años



Validado por:  
DENNIS MEDINA

## Talleres con los habitantes del caserío Mundug



## Fichas de registro



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN**  
**CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA**



**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN:**  
**EL ENTORNO DE LA CASCADA MUNDUG EN LA OFERTA TURÍSTICA DEL**  
**CANTÓN PATATE**

**MESAS DE TRABAJO CASERÍO PATATE**  
**PARTICIPACIÓN DE LOS HABITANTES**

FECHA: 14 de Octubre 2017

HORA: 14:00 - 16:00

LUGAR: Casa Comunal Mundug

### FICHAS DE REGISTRO

Nº	NOMBRE	CÉDULA	EDAD	FIRMA
1	Edwin López	1808763241-1	44	
2	José Rúa	180101299-6	56	
3	Carlos Arcos	1804091930	35	
4	Sergio Niquingui	1803758421	35	
5	Hector Naranjo	18226615-3	49	
6	Rosa Chango	180299169-9	43	
7	Vicente Corboba	1801218957	61	
8	Hugo Pérez	180244030-2	40	
9				
10				
11				
12				

FIRMA INVESTIGADORA

FIRMA SR. CARLOS ARCOS PRESIDENTE DEL CASERÍO



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO  
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN  
CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA



PROYECTO DE INVESTIGACIÓN:  
EL ENTORNO DE LA CASCADA MUNDUG EN LA OFERTA TURÍSTICA DEL  
CANTÓN PATATE

MESAS DE TRABAJO CASERÍO PATATE  
PARTICIPACIÓN DE LOS HABITANTES

FECHA: 21-10-2017

HORA: 10:00 am - 13:00 pm.

LUGAR: Mundug

FICHAS DE REGISTRO

Nº	NOMBRE	CÉDULA	EDAD	FIRMA
1	Hector Vera	1602266753	48	
2	Sergio Aguayo	1803758471	55	
3	Rosa Obando	1802792692	43	
4	Joni Pineda	1801112936	56	
5	Edwin Lopez	1802763241	44	
6	Vicente Cordova	1801219752	61	
7	Hugo Perez	1802440302	40	
8				
9				
10				
11				
12				

FIRMA INVESTIGADORA

FIRMA SR. CARLOS ARCOS PRESIDENTE DEL CASERÍO

## Ficha de levantamiento y jerarquización de atractivos turísticos

### Mirador Ishakina

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																
Código del atractivo:	1	8	0	5	##	##	A	N	0	1	0	2	0	0	0	0
	Provincia		Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo	
<b>1. DATOS GENERALES</b>																
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																
MIRADOR ISHAKINA																
1.2 Categoría				1.3 Tipo				1.4 Subtipo								
ATRATIVOS_NATURALES				MONTAÑAS				MEDIA MONTAÑA								
<b>2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO TURÍSTICO</b>																
2.1 Provincia				2.2 Cantón				2.3 Parroquia								
TUNGURAHUA				PATATE				PATATE								
2.4 Calle Principal				2.5 Número				2.6 Transversal								
ISHAKINA EL VALLE				S/N				S/N								
2.7 Barrio, Sector o Comuna				2.8 Sitio poblado más cercano												
MUNDUG				CASERÍO MUNDUG												
2.9 Latitud (grados decimales)				2.10 Longitud (grados decimales) <a href="#">Click</a>				2.11 Altura (msnm)								
-1.290				-78.498				2.631								
2.12 Inmerso en Espacio Turístico				SI <input checked="" type="checkbox"/>				NO <input type="checkbox"/>				S/I <input type="checkbox"/>				
2.12.1 Nombre del Espacio Turístico:																
Observaciones: <a href="#">Se encuentra en el entorno de la Cascada Mundug</a>																
<b>3. CARACTERÍSTICAS CLIMATOLÓGICAS</b>																
SI <input checked="" type="checkbox"/>				NO <input type="checkbox"/>				S/I <input type="checkbox"/>								
3.1. Clima <a href="#">Templado, seco primaveral.</a>				3.2 Temperatura(°C) <a href="#">16-18</a>				3.3 Precipitación Pluviométrica (mm) <a href="#">888 mm.</a>								

<b>4. ACCESIBILIDAD AL ATRACTIVO TURÍSTICO</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
<b>4.1 Tipo de Ingreso (u)</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
4.1.1 Libre (Continuar 4.1.4)	<input checked="" type="checkbox"/>	4.1.2 Restringido (Continuar observaciones)	<input type="checkbox"/>	0	4.1.3 Pagado (Continuar siguiente)	<input type="checkbox"/>	0		
4.1.3.1 Precio (Tarifa mínima y máxima):		a. Desde \$	<input type="checkbox"/>	0	b. Hasta \$	<input type="checkbox"/>	0		
4.1.3.2 Forma de Pago (M):		a. Efectivo	<input type="checkbox"/>	b. Dinero Electrónico	<input type="checkbox"/>	c. Tarjeta de Débito	<input type="checkbox"/>		
		e. Transferencia Bancaria	<input type="checkbox"/>	f. Cheque	<input type="checkbox"/>				
4.1.4 Horario:	a. Hora de Ingreso:	08:00	b. Hora de Salida:	17:00:00 p. m.					
4.1.5 Atención (u):		a. Todos los días	<input checked="" type="checkbox"/>	c. Fines de Semana y Feriados	<input type="checkbox"/>	b. Sólo días hábiles	<input type="checkbox"/>		
		d. Otro.	0	Especifique:					
Observaciones:		AL SER UN LUGAR DE ACCESO PÚBLICO NO TIENE UN HORARIO ESTABLECIDO, SIN EMBARGO EL PRESIDENTE DEL CASERÍO SUGIERE EL HORARIO PROPUESTO EN EL ITEM 4.14.							
<b>4.2 Temporalidad (M)</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
a. Alta (meses)	<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique:	NOVIEMBRE-MAYO						
b. Baja (meses)	<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique:	JUNIO-AGOSTO						
Observaciones:		SE CONSIDERAN LAS TEMPORADAS EN LOS MESES ESTABLECIDOS POR LAS PRECIPITACIONES QUE EXISTEN EN EL CANTÓN.							
<b>4.3 Facilidades para personas con discapacidad (M).</b>		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
a. Rampas	<input type="checkbox"/>	b. Baterías Sanitarias adecuadas	<input type="checkbox"/>	c. Personal Calificado	<input type="checkbox"/>				
d. Sistema Braille	<input type="checkbox"/>	e. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones:									
<b>5. CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO TURÍSTICO</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
<b>5.1 Acceso (M)</b>		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
5.1.1 Terrestre (u)	a. Primer Orden	<input type="checkbox"/>	Estado (u)	Bueno	<input type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	Malo	<input type="checkbox"/>
	b. Segundo Orden	<input type="checkbox"/>		Bueno	<input type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	Malo	<input type="checkbox"/>
	c. Tercer Orden	<input checked="" type="checkbox"/>		Bueno	<input type="checkbox"/>	Regular	<input checked="" type="checkbox"/>	Malo	<input type="checkbox"/>
5.1.2 Acuático (u)	a. Marítimo	<input type="checkbox"/>	Describir:						
	b. Lacustre	<input type="checkbox"/>	Describir:						
	c. Fluvial	<input type="checkbox"/>	Describir:						
5.1.3 Aéreo	<input type="checkbox"/>	Describir:							
Observaciones:		LAS VÍAS CONECTORES SE ENCUENTRAN SIN MATERIAL DEFINIDO.							

<b>5.2 Comunicación (M)</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>	
5.2.1 Telefonía (M)	<input checked="" type="checkbox"/>	a. Fija	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Móvil	<input type="checkbox"/>	c. Satelital	<input type="checkbox"/>	
5.2.2 Conexión a Internet (M)	<input type="checkbox"/>	a. Línea Telefónica	<input type="checkbox"/>	b. Cable	<input type="checkbox"/>	c. Satélite	<input type="checkbox"/>	
		d. Redes inalámbricas	<input type="checkbox"/>	e. LMDS	<input type="checkbox"/>	f. Telefonía Móvil	<input type="checkbox"/>	
5.2.3 Radio Portátil (U)	<input checked="" type="checkbox"/>	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>			
Observaciones: LAS SEÑALADAS SE ENCUENTRAN A UN RANGO APROXIMADO DE 200 m.								
<b>5.3 Señalización (M)</b>		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>	
a. Señalización de aproximación al sitio	<input type="checkbox"/>	Estado (U)	Bueno	<input type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	Malo	<input type="checkbox"/>
b. Señalética en el sitio	<input type="checkbox"/>		Bueno	<input type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	Malo	<input type="checkbox"/>
Observaciones: NO EXISTE SEÑALÉTICA NI SEÑALIZACIÓN.								
<b>5.4. Poblado Urbano Cercano más importante</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>	
5.4.1 Nombre del Poblado Urbano más importante: PATATE								
a. Distancia del atractivo al Poblado urbano más cercano:	8	Km	b. Tiempo de viaje al poblado urbano más cercano:	15 min.	horas/ minutos			
Observaciones: EL TIEMPO Y DISTANCIA SON APROXIMADOS.								
<b>5.5. Tipo de Transporte y Frecuencia (M)</b>		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>	
5.5.1 Tipo	5.5.2 Frecuencia							
	a. Diaria	b. Semanal	c. Mensual	d. Eventual				
a. Bus	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
b. Busetas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
c. Automóvil	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
d. 4x4	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
e. Tren	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
f. Barco	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
g. Lancha / Canoa/ Bote	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
h. Avión	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
i. Avioneta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
j. Helicóptero	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
k. Otro	<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique: CAMIONETAS.						
Observaciones: EXISTEN COOPERATIVAS DE CAMIONETAS COMO REINA DEL VALLE QUE SE PUEDEN TOMAR EN EL PARQUE CENTRAL DE PATATE A DIARIO.								

6. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
6.1 Planta Turística (M)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
a. Alojamiento	<input checked="" type="checkbox"/>	Establecimientos registrados:	1	Habitaciones:	2	Plazas:	6		
b. Alimentos y Bebidas	<input checked="" type="checkbox"/>	Establecimientos registrados:	1	Mesas:	6	Plazas:	24		
c. Agencias de viaje/Operadoras	<input type="checkbox"/>	Establecimientos Registrados:	0						
d. Intermediación	<input type="checkbox"/>	Especifique:							
e. Transporte o movilización interno	<input type="checkbox"/>	Especifique:							
f. Guianza	<input type="checkbox"/>	Especifique:							
g. Otros	<input type="checkbox"/>	Especifique:							
Observaciones:	EL NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS CORRESPONDE AL RESTAURANTE MIRADOR UBICADO VÍA A MUNDUG, SIENDO EL MÁS CERCANO AL ATRACTIVO.								
6.2 Facilidades en el entorno al atractivo (M)		SI	0	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
6.2.1 Categoría	6.2.2. Tipo (M)	6.2.3 Cant.	6.2.4 Administrador	6.2.5 Coordenadas		6.2.6 Estado (U)			
				a. Lat.	b. Long.	B	R	M	
a. De apoyo a la gestión turística <input type="checkbox"/>	Punto de Información abierto <input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Punto de información cerrado <input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	I-Tur <input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de interpretación <input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de facilitación turística <input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de recepción - equipamiento de visitantes <input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. De observación y vigilancia <input type="checkbox"/>	Miradores <input checked="" type="checkbox"/>	1.00	S/I		-1.290	-78.498	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Torres de avistamiento de aves <input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Torres de observación de salvavidas <input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. De recorrido y descanso <input type="checkbox"/>	Senderos <input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Estaciones de sombra y descanso <input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Áreas de Acampar <input checked="" type="checkbox"/>	1.00	S/I		-1.290	-78.498	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Puentes de acceso a senderos <input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Refugio de alta montaña <input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Muelle <input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. De servicio <input type="checkbox"/>	Área de servicio de alimentación <input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Garitas de guardiana <input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Baterías sanitarias <input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Estacionamientos <input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. Otros	<input type="checkbox"/>	Especifique:							
Observaciones:									

<b>6.3 Complementarios (M)</b>		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Casa de cambio	<input type="checkbox"/>	b. Alquiler y venta de equipo especializado	<input type="checkbox"/>	c. Venta de Artesanías y merchandising	<input type="checkbox"/>		
f. Cajero automático	<input type="checkbox"/>	e. Taxis	<input type="checkbox"/>	h. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:	
Observaciones:							
<b>7. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO</b>							
<b>7.1 Atractivo (u)</b>		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Conservado	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Alterado	<input type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro	<input type="checkbox"/>	d. Deteriorado	<input type="checkbox"/>
Observaciones: EL ATRACTIVO SE ENCUENTRA CONSERVADO YA QUE NO SE HAN REALIZADO ACCIONES HUMANAS QUE GENEREN UN IMPACTO NEGATIVO DIRECTO AL LUGAR.							
<b>7.1.1 Factores de deterioro (M)</b>		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
<b>7.1.1.1 Naturales (M)</b>		<b>7.1.1.2 Antrópicos (M)</b>					
a. Erosión	<input type="checkbox"/>	a. Actividades Agrícolas	<input type="checkbox"/>	b. Actividades Ganaderas	<input type="checkbox"/>	c. Actividades Forestales	<input type="checkbox"/>
b. Humedad	<input type="checkbox"/>	d. Actividades Extractivas / Minería	<input type="checkbox"/>	e. Actividades Industriales	<input type="checkbox"/>	f. Negligencia / Abandono	<input type="checkbox"/>
c. Desastres Naturales	<input type="checkbox"/>	g. Huaquearía	<input type="checkbox"/>	h. Conflicto de tenencia	<input type="checkbox"/>	i. Condiciones de uso y exposición	<input type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna	<input type="checkbox"/>	j. Escaso o nulo mantenimiento	<input type="checkbox"/>	k. Contaminación del Ambiente	<input type="checkbox"/>	l. Generación de residuos	<input type="checkbox"/>
e. Clima	<input type="checkbox"/>	m. Expansión urbana	<input type="checkbox"/>	n. Conflicto Político / Social	<input type="checkbox"/>	o. Desarrollo Industrial /	<input type="checkbox"/>
Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones:							
<b>7.2 Entorno (500 m) (u)</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Conservado	<input type="checkbox"/>	b. Alterado	<input type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro	<input checked="" type="checkbox"/>	d. Deteriorado	<input type="checkbox"/>
Observaciones: EL ENTORNO SE ENCUENTRA EN PROCESO DE DETERIORO POR LAS ACTIVIDADES AGRÍCOLAS REALIZADAS POR LOS HABITANTES.							
<b>7.2.1 Factores de deterioro (M)</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
<b>7.2.1.1 Naturales (M)</b>		<b>7.2.1.2 Antrópicos (M)</b>					
a. Erosión	<input type="checkbox"/>	a. Actividades Agrícolas	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Actividades Ganaderas	<input type="checkbox"/>	c. Actividades Forestales	<input type="checkbox"/>
b. Humedad	<input type="checkbox"/>	d. Actividades Extractivas /	<input type="checkbox"/>	e. Actividades Industriales	<input type="checkbox"/>	f. Negligencia / Abandono	<input checked="" type="checkbox"/>
c. Desastres Naturales	<input type="checkbox"/>	g. Huaquearía	<input type="checkbox"/>	h. Conflicto de tenencia	<input type="checkbox"/>	i. Condiciones de uso y exposición	<input type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna	<input type="checkbox"/>	j. Falta de mantenimiento	<input checked="" type="checkbox"/>	k. Contaminación del Ambiente	<input type="checkbox"/>	l. Generación de residuos	<input type="checkbox"/>
e. Clima	<input type="checkbox"/>	m. Expansión urbana	<input type="checkbox"/>	n. Conflicto Político / Social	<input type="checkbox"/>	o. Desarrollo Industrial /	<input type="checkbox"/>
Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones: EL GAD DE PATATE DEBE CONSIDERAR LOS ÍTEMS SEÑALADOS PARA UNA MEJOR GESTIÓN DEL ATRACTIVO.							
<b>7.3 Armonía con el paisaje natural o cultural que lo rodea</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. El atractivo guarda armonía con el entorno (u)	SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>			
Observaciones: EXISTE ARMONÍA CON EL ENTORNO YA QUE NO SE HAN REALIZADO ACCIONES NEGATIVAS POR EL HOMBRE QUE GENEREN UN IMPACTO VISUAL.							
<b>7.4. Declaratoria del Atractivo /Espacio/Destino</b>		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Denominación:	b. Fecha de declaración:		c. Alcance:				
Observaciones:							

<b>7.5 Amenazas Naturales (M)</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
<b>7.5.1 Geológicas (M)</b>		<b>7.5.2 Meteorológicas (M)</b>					
a. Sismos	<input checked="" type="checkbox"/>	a. Huracanes		<input type="checkbox"/>			
b. Erupciones volcánicas	<input type="checkbox"/>	b. Deslizamientos		<input type="checkbox"/>			
c. Movimientos en masa-deslizamientos	<input type="checkbox"/>	c. Marejadas		<input type="checkbox"/>			
d. Fallas Geológicas	<input type="checkbox"/>	d. Inundaciones		<input type="checkbox"/>			
Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones: DESDE 1949 NO SE HAN REGISTRADOS NUEVOS SISMOS CERCANOS AL LUGAR.							
<b>8. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
<b>8.1 Agua (M)</b>		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Potable	<input type="checkbox"/>	b. Pozo	<input type="checkbox"/>	c. Tanquero	<input type="checkbox"/>		
d. Entubada	<input checked="" type="checkbox"/>	e. Río, vertiente, acequia o canal	<input checked="" type="checkbox"/>	f. Lluvia	<input type="checkbox"/>		
g. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones: EL AGUA PROVIENE DEL PÁRAMO Y ES ENTUBADA PARA LAS VIVIENDAS QUE SE ENCUENTRAN EN ESTE SECTOR.							
<b>8.2 Energía Eléctrica (M)</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Red de empresa eléctrica de Servicio Público:	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Panel Solar	<input type="checkbox"/>	c. Generador de corriente eléctrica	<input type="checkbox"/>		
d. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones: ESTE SERVICIO ES PARA LAS POCAS VIVIENDAS QUE ESTÁN EN ESTE LUGAR.							
<b>8.3 Servicio de Alcantarillado (M)</b>		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Red Pública	<input type="checkbox"/>	b. Pozo Ciego	<input type="checkbox"/>	c. Pozo Séptico	<input type="checkbox"/>	d. Con descarga directa al mar, río o quebrada	<input type="checkbox"/>
e. Letrina	<input type="checkbox"/>	f. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:			
Observaciones: NO EXISTE EFICIENCIA EN ESTE SERVICIO.							
<b>8.4 Gestión de residuos generados por la actividad turística (M)</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Manejo de desechos (5R)	<input type="checkbox"/>	b. Carro Recolector	<input type="checkbox"/>	c. Terreno baldío o quebrada	<input type="checkbox"/>	d. Quema de basura	<input type="checkbox"/>
e. Basura arrojada al río, acequia o canal	<input type="checkbox"/>	f. Basura enterrada	<input type="checkbox"/>	g. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:	
Observaciones: LOS DESECHOS ORGÁNICOS SON USADOS POR LA POBLACIÓN PARA ELABORAR ABONOS ORGÁNICOS, GRAN CANTIDAD DE MATERIAL ES DEPOSITADO EN EL BOTADERO.							
<b>8.5 Salud (más cercano) (M)</b>		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Hospital o Clínica	<input type="checkbox"/>	b. Puesto / Centro de salud	<input checked="" type="checkbox"/>	c. Dispensario Médico	<input type="checkbox"/>	d. Personal Capacitado en primeros auxilios y	<input type="checkbox"/>
Observaciones: CENTRO DE SALUD PATATE							
<b>8.6 Seguridad (M)</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Privada	<input type="checkbox"/>	b. Policía Nacional	<input checked="" type="checkbox"/>	c. Policía Metropolitana / Municipal	<input type="checkbox"/>		
d. Otra	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones: ECU 911/ UPC PATATE							

<b>9. POLÍTICAS Y REGULACIONES</b>		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input checked="" type="checkbox"/>				
9.1. El atractivo se halla dentro de la planificación turística territorial (GAD'S) (u):		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
9.2. Se cumple con la normativa para actividades que se practican en el atractivo (u):		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
9.3. Nombre del Administrador:		PRESIDENTE DEL CASERÍO									
9.4. Tipo de Administrador (u)											
a. Público		<input type="checkbox"/>	b. Privado	<input type="checkbox"/>	c. Comunitario	<input type="checkbox"/>	d. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:	PÚBLICO-COMUNITARIO	
9.5. Contacto											
a. Nombre:		CARLOS ARCOS			b. Teléfono/Celular:		0979626947				
c. Correo Electrónico:		S/I			d. Página WEB:		S/I				
Observaciones:											
<b>10. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (u)</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>				
<b>10.1 ATRACTIVOS NATURALES (M)</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>				
<b>10.1.1 En el Agua (M)</b>		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>				
a. Buceo		<input type="checkbox"/>	b. Kayak de mar / lacustre		<input type="checkbox"/>	c. Kayak de Río		<input type="checkbox"/>			
d. Kite Surf		<input type="checkbox"/>	e. Rafting		<input type="checkbox"/>	f. Snorkel		<input type="checkbox"/>			
g. Surf		<input type="checkbox"/>	h. Tubing		<input type="checkbox"/>	i. Regata		<input type="checkbox"/>			
j. Paseo en Panga / Bote / Lancha		<input type="checkbox"/>	k. Paseo en Moto Acuática / Parasailing / Esquí		<input type="checkbox"/>	l. Banana / Inflables		<input type="checkbox"/>			
m. Pesca Deportiva		<input type="checkbox"/>	n. Otro		<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones:											
<b>10.1.2 En el Aire (M)</b>		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>				
a. Alas Delta		<input type="checkbox"/>	b. Canopy		<input checked="" type="checkbox"/>	c. Parapente		<input type="checkbox"/>	d. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:
Observaciones:		LA ACTIVIDAD DE PARAPENTE ES PERMITIDA SIEMPRE QUE SE CUENTE CON EL RECURSO HUMANO Y MATERIAL ADECUADO PARA LA ACTIVIDAD.									
<b>10.1.3 En Superficie Terrestre (M)</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>				
a. Montañismo		<input checked="" type="checkbox"/>	b. Escalada		<input type="checkbox"/>	c. Senderismo		<input type="checkbox"/>			
d. Cicloturismo		<input type="checkbox"/>	e. Canyoning		<input type="checkbox"/>	f. Exploración de cuevas		<input type="checkbox"/>			
g. Actividades Recreativas		<input checked="" type="checkbox"/>	h. Cabalgata		<input type="checkbox"/>	i. Caminata		<input checked="" type="checkbox"/>			
j. Camping		<input checked="" type="checkbox"/>	k. Pícnic		<input checked="" type="checkbox"/>	l. Observación de flora y fauna		<input checked="" type="checkbox"/>			
m. Fotografía		<input checked="" type="checkbox"/>	n. Otro		<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones:											

<b>10.2 ATRACTIVOS CULTURALES (u)</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
<b>10.2.1 Tangibles (M)</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Recorridos Guiados / Autoguiados	<input type="checkbox"/>	b. Exposiciones Temáticas Permanentes, Temporales y	<input type="checkbox"/>	c. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc.,	<input type="checkbox"/>		
d. Presentaciones o Representaciones en vivo	<input type="checkbox"/>	e. Muestras Audiovisuales	<input type="checkbox"/>	f. Actividades Vivenciales y/o Lúdicas	<input type="checkbox"/>		
g. Fotografía	<input checked="" type="checkbox"/>	h. Información del lugar	<input type="checkbox"/>	i. Visita a Talleres	<input type="checkbox"/>		
j. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones: LA FOTOGRAFÍA ES LA ACTIVIDAD MÁS EXITOSA EN ESTE MIRADOR							
<b>10.2.2 Intangibles (M)</b>		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
10.2.2.1. Origen:	a. Ancestral <input type="checkbox"/>	b. Histórico	<input type="checkbox"/>	c. Contemporáneo	<input type="checkbox"/>		
10.2.2.2. Symbolism	10.2.2.3. Fecha de celebración:						
10.2.2.4. Periodicidad:	a. Anual <input type="checkbox"/>	b. Ocasional	<input type="checkbox"/>	c. Otro	<input type="checkbox"/>		
10.2.2.5. Portadores:	a. Individuos <input type="checkbox"/>	b. Colectivos	<input type="checkbox"/>	c. Instituciones	<input type="checkbox"/>		
10.2.2.6. Mantiene Costumbres y tradiciones:	SI	0	NO	<input type="checkbox"/>			
10.2.2.7. Características Específicas distintivas:							
10.2.2.8. Existe Información al respecto del Evento:	SI	0	NO	<input type="checkbox"/>			
10.2.2.9. Nivel de Organización:	a. Bueno	0	b. Regular	0	c. Malo	0	
Observaciones:							
<b>11. DIFUSIÓN Y MEDIOS DE PROMOCIÓN DEL ATRACTIVO</b>		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
<b>11.1. Nivel de difusión del atractivo (u)</b>		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Local	0	b. Regional	0	c. Nacional	0	d. Internacional	0
Observaciones:							
<b>11.2. Medios de Promoción del Atractivo (M)</b>		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Página WEB	<input type="checkbox"/>	URL:					
b. Red Social	<input type="checkbox"/>	Nombre:					
c. Revistas Especializadas	<input type="checkbox"/>	Nombre:					
d. Material POP	<input type="checkbox"/>	Nombre:					
e. Oficina de Información Turística	<input checked="" type="checkbox"/>	Nombre: UNIDAD DE TURISMO PATATE					
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa)	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
g. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones:							
<b>11.3. Asociación con otros Atractivos (mínimo 4)</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Nombre del atractivo	b. Distancia (km)	c. Tiempo (h/m aprox.)	d. Coordenadas Geográficas				
			1. Latitud (grados decimales)	2. Longitud (grados decimales)			
CASCADA MUNDUG	7 km.	10 min.	-1,288	-78,478			
MIRADOR PLATUPAMBA	2 km	5 min.	-1,293	-78,471			
TÚNEL MUNDUG	2 km	5 min.	-1,294	-78,500			
BOSQUE NUBLADO SAN JORGE	1,3 km	1 hora	-1,293	-78,471			
Observaciones: PARA LLEGAR AL BOSQUE NUBLADO SE CALCULA EL TIEMPO CAMINANDO, LOS RESTANTES SON CALCULADOS EN CAMIONETA. LOS TIEMPOS SON APROXIMADOS.							

<b>12. TIPO DE VISITANTE Y AFLUENCIA (M)</b>			SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>			
<b>12.1 Afluencia (M)</b>			<b>12.2 Tipo (U)</b>			<b>12.3 Frecuencia (U)</b>					
a. Local	<input type="checkbox"/>	a. Turista	<input type="checkbox"/>	b. Excursionista	<input type="checkbox"/>	a. Alta	<input type="checkbox"/>	b. Media	<input type="checkbox"/>	c. Baja	<input type="checkbox"/>
b. Nacional	<input checked="" type="checkbox"/>	a. Turista	<input type="checkbox"/>	b. Excursionista	<input checked="" type="checkbox"/>	a. Alta	<input type="checkbox"/>	b. Media	<input checked="" type="checkbox"/>	c. Baja	<input type="checkbox"/>
c. Extranjera	<input type="checkbox"/>	a. Turista	<input type="checkbox"/>	b. Excursionista	<input type="checkbox"/>	a. Alta	<input type="checkbox"/>	b. Media	<input type="checkbox"/>	c. Baja	<input type="checkbox"/>
Observaciones: POR LA FALTA DE DIFUSIÓN EL LUGAR NO ES VISITADO CONSTANTEMENTE.											
<b>13. RECURSO HUMANO</b>			SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>			
<b>13.1. Personal especializado en turismo (u):</b>			SI	<input checked="" type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>	Especifique: GUÍAS VOLUNTARIOS				
<b>13.2. Nivel de instrucción (u)</b>											
Primaria	<input type="checkbox"/>	Secundaria	<input type="checkbox"/>	Tercer Nivel	<input type="checkbox"/>	Cuarto Nivel	<input type="checkbox"/>	Otro	<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique: CURSOS DE GUÍAS Y FLORA Y FAUNA.	
<b>13.3 Manejo de Idiomas (M)</b>											
a. Inglés	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Alemán	<input type="checkbox"/>	c. Francés	<input type="checkbox"/>	d. Italiano	<input type="checkbox"/>	e. Chino	<input type="checkbox"/>	f. Otro	<input type="checkbox"/>
Observaciones: LOS GUÍAS SON VOLUNTARIOS DEL CASERÍO SU NIVEL DE INGLÉS ES DE UN 20%.											
<b>14. DESCRIPCION DEL ATRACTIVO</b>			SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>			
<p>El mirador Ishakina ha sido denominado así por los habitantes del caserío, pero también es conocido como el mirador el valle, se encuentra a pocos minutos del centro del caserío de Mundug y de la cascada y brinda al turista una de las mejores vistas panorámicas de Patate, si el clima es apropiado se puede visualizar también el volcán Tungurahua. En este mirador gracias al dueño de ese territorio es permitido realizar camping y parapente con el personal capacitado, para llegar al sitio se lo puede hacer con una caminata de 20 min. desde la salida de la cascada Mundug o en carro tardaría 5 min. aproximadamente. La maravilla del paisaje que brinda este mirador es única en el caserío desde aquí se puede realizar fotografías y un momento de descanso en contacto con la naturaleza.</p>											
<b>15. ANEXOS</b>			SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>			
<b>a. Archivo Fotográfico (dos)</b>											
											
Fuente: MARTÍNEZ, Erika (2017)											

c. Ubicación gráfica del Atractivo



Fuente: [GOOGLE EARTH](#)

**FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)**

ELABORADO POR:		VALIDADO POR:		APROBADO POR:	
Apellido y Nombre	<a href="#">MARTÍNEZ ERIKA</a>	Apellido y Nombre		Apellido y Nombre	
Institución	<a href="#">UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO</a>	Institución		Institución	
Cargo	<a href="#">INVESTIGADORA</a>	Cargo		Cargo	
Correo Electrónico	<a href="mailto:erikam811@hotmail.com">erikam811@hotmail.com</a>	Correo Electrónico		Correo Electrónico	
Teléfono		Teléfono		Teléfono	
Firma		Firma		Firma	
Fecha		Fecha		Fecha	

## Bosque San Jorge

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																
Código del atractivo:	1	8	0	5	##	##	A	N	0	6	##	##	0	0	0	0
	Provincia		Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo	
<b>1. DATOS GENERALES</b>																
<b>1.1 Nombre del Atractivo Turístico</b>																
BOSQUE NUBLADO SAN JORGE																
<b>1.2 Categoría</b>				<b>1.3 Tipo</b>				<b>1.4 Subtipo</b>								
ATRATIVOS_NATURALES				BOSQUES				NUBLADO								
<b>2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO TURÍSTICO</b>																
<b>2.1 Provincia</b>				<b>2.2 Cantón</b>				<b>2.3 Parroquia</b>								
TUNGURAHUA				PATATE				PATATE								
<b>2.4 Calle Principal</b>				<b>2.5 Número</b>				<b>2.6 Transversal</b>								
SAN JORGE				S/N				S/N								
<b>2.7 Barrio, Sector o Comuna</b>				<b>2.8 Sitio poblado más cercano</b>												
MUNDUG				CASERÍO MUNDUG												
<b>2.9 Latitud (grados decimales)</b>				<b>2.10 Longitud (grados decimales)</b> <a href="#">Click</a>				<b>2.11 Altura (msnm)</b>								
-1.293				-78.471				3,061								
<b>2.12 Inmerso en Espacio Turístico</b>				SI <input checked="" type="checkbox"/>		NO <input type="checkbox"/>		S/I <input type="checkbox"/>								
2.12.1 Nombre del Espacio Turístico:																
Observaciones: Se encuentra en el entorno de la Cascada Mundug																
<b>3. CARACTERÍSTICAS CLIMATOLÓGICAS</b>																
SI <input checked="" type="checkbox"/>				NO <input type="checkbox"/>				S/I <input type="checkbox"/>								
3.1. Clima Templado, seco.				3.2 Temperatura(°C) 16-18				3.3 Precipitación Pluviométrica (mm) 1000 mm.								
<b>4. ACCESIBILIDAD AL ATRACTIVO TURÍSTICO</b>																
SI <input checked="" type="checkbox"/>				NO <input type="checkbox"/>				S/I <input type="checkbox"/>								
<b>4.1 Tipo de Ingreso (u)</b>				SI <input checked="" type="checkbox"/>		NO <input type="checkbox"/>		S/I <input type="checkbox"/>								
4.1.1 Libre (Continuar 4.1.4) <input checked="" type="checkbox"/>				4.1.2 Restringido (Continúa observaciones) 0				4.1.3 Pagado (Continuar siguiente) 0								
4.1.3.1 Precio (Tarifa mínima y máxima):				a. Desde \$ 0		b. Hasta \$ 0										
4.1.3.2 Forma de Pago (M):				a. Efectivo <input type="checkbox"/>		b. Dinero Electrónico <input type="checkbox"/>										
				c. Tarjeta de Débito <input type="checkbox"/>		d. Tarjeta de Crédito <input type="checkbox"/>										
				e. Transferencia Bancaria <input type="checkbox"/>		f. Cheque <input type="checkbox"/>										
4.1.4 Horario:				a. Hora de Ingreso: 08:00		b. Hora de Salida: 17:00:00 p. m.										
4.1.5 Atención (u):				a. Todos los días <input checked="" type="checkbox"/>		c. Fines de Semana y Feriados <input type="checkbox"/>										
				b. Sólo días hábiles <input type="checkbox"/>		d. Otro. 0 Especifique:										
Observaciones: AL SER UN LUGAR DE ACCESO PÚBLICO NO TIENE UN HORARIO ESTABLECIDO, SIN EMBARGO EL PRESIDENTE DEL CASERÍO SUGIERE EL HORARIO PROPUESTO EN EL ÍTEM 4.1.4.																

<b>4.2 Temporalidad (M)</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
a. Alta (meses)	<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique:	NOVIEMBRE-MAYO						
b. Baja (meses)	<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique:	JUNIO-AGOSTO						
Observaciones:	SE CONSIDERAN LAS TEMPORADA BAJA EN LOS MESES ESTABLECIDOS POR LAS ABUNDANTES PRECIPITACIONES QUE EXISTEN EN EL CANTÓN.								
<b>4.3 Facilidades para personas con discapacidad (M).</b>		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
a. Rampas	<input type="checkbox"/>	b. Baterías Sanitarias adecuadas	<input type="checkbox"/>	c. Personal Calificado	<input type="checkbox"/>				
d. Sistema Braille	<input type="checkbox"/>	e. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones:									
<b>5. CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO TURÍSTICO</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
<b>5.1 Acceso (M)</b>		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
5.1.1 Terrestre (u)	a. Primer Orden	<input type="checkbox"/>	Estado (u)	Bueno	<input type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	Malo	<input type="checkbox"/>
	b. Segundo Orden	<input type="checkbox"/>		Bueno	<input type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	Malo	<input type="checkbox"/>
	c. Tercer Orden	<input checked="" type="checkbox"/>		Bueno	<input type="checkbox"/>	Regular	<input checked="" type="checkbox"/>	Malo	<input type="checkbox"/>
5.1.2 Acuático (u)	a. Marítimo	<input type="checkbox"/>	Describir:						
	b. Lacustre	<input type="checkbox"/>	Describir:						
	c. Fluvial	<input type="checkbox"/>	Describir:						
5.1.3 Aéreo	<input type="checkbox"/>	Describir:							
Observaciones:	LAS VÍAS CONECTORES SE ENCUENTRAN SIN MATERIAL DEFINIDO.								
<b>5.2 Comunicación (M)</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
5.2.1 Telefonía (M)	<input checked="" type="checkbox"/>	a. Fija	<input type="checkbox"/>	b. Móvil	<input checked="" type="checkbox"/>	c. Satelital	<input type="checkbox"/>		
5.2.2 Conexión a Internet (M)	<input type="checkbox"/>	a. Línea Telefónica	<input type="checkbox"/>	b. Cable	<input type="checkbox"/>	c. Satélite	<input type="checkbox"/>		
	<input type="checkbox"/>	d. Redes inalámbricas	<input type="checkbox"/>	e. LMDS	<input type="checkbox"/>	f. Telefonía Móvil	<input type="checkbox"/>		
5.2.3 Radio Portátil (u)	<input checked="" type="checkbox"/>	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>				
Observaciones:	LAS SEÑALADAS SE ENCUENTRAN A UN RANGO APROXIMADO DE 200 m.								
<b>5.3 Señalización (M)</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
a. Señalización de aproximación al sitio	<input type="checkbox"/>	Estado (u)	Bueno	<input type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	Malo	<input type="checkbox"/>	
b. Señalética en el sitio	<input checked="" type="checkbox"/>		Bueno	<input type="checkbox"/>	Regular	<input checked="" type="checkbox"/>	Malo	<input type="checkbox"/>	
Observaciones:	EXISTE SEÑALÉTICA AL INGRESAR AL SENDERO QUE DIRIGE AL BOSQUE.								
<b>5.4. Poblado Urbano Cercano más importante</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
5.4.1 Nombre del Poblado Urbano más importante:	PATATE								
a. Distancia del atractivo al Poblado urbano más cercano:	10	Km	b. Tiempo de viaje al poblado urbano más cercano:	15 min.	horas/ minutos				
Observaciones:	EL TIEMPO Y DISTANCIA SON APROXIMADOS.								

5.5. Tipo de Transporte y Frecuencia (M)		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
5.5.1 Tipo		5.5.2 Frecuencia							
		a. Diaria	b. Semanal	c. Mensual	d. Eventual				
a. Bus	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
b. Busetas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
c. Automóvil	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
d. 4x4	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
e. Tren	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
f. Barco	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
g. Lancha / Canoa/ Bote	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
h. Avión	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
i. Avioneta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
j. Helicóptero	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
k. Otro	<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique: CAMIONETAS.							
Observaciones:		EXISTEN COOPERATIVAS DE CAMIONETAS COMO REINA DEL VALLE QUE SE PUEDEN TOMAR EN EL PARQUE CENTRAL DE PATATE A DIARIO. ÉSTAS LLEGAN HASTA EL INICIO DEL SENDERO.							
<b>6. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
<b>6.1 Planta Turística (M)</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
a. Alojamiento	<input checked="" type="checkbox"/>	Establecimientos registrados:	1	Habitaciones:	2	Plazas:	6		
b. Alimentos y Bebidas	<input checked="" type="checkbox"/>	Establecimientos registrados:	1	Mesas:	6	Plazas:	24		
c. Agencias de viaje/Operadoras	<input type="checkbox"/>	Establecimientos Registrados:	0						
d. Intermediación	<input type="checkbox"/>	Especifique:							
e. Transporte o movilización interno	<input type="checkbox"/>	Especifique:							
f. Guianza	<input type="checkbox"/>	Especifique:							
g. Otros	<input type="checkbox"/>	Especifique:							
Observaciones:		EL NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS CORRESPONDE AL RESTAURANTE MIRADOR UBICADO VÍA A MUNDUG, SIENDO EL MÁS CERCAÑO AL ATRACTIVO.							
<b>6.2 Facilidades en el entorno al atractivo (M)</b>		SI	0	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
6.2.1 Categoría	6.2.2. Tipo (M)	6.2.3 Cant.	6.2.4 Administrador	6.2.5 Coordenadas		6.2.6 Estado (U)			
				a. Lat.	b. Long.	B	R	M	
a. De apoyo a la gestión turística	Punto de Información abierto	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Punto de información cerrado	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	I-Tur	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de interpretación	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de facilitación turística	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. De observación y vigilancia	Centro de recepción - equipamiento de visitantes	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Miradores	<input checked="" type="checkbox"/>	1.00	S/I	-1.293	-78.471	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Torres de avistamiento de aves	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. De recorrido y descanso	Torres de observación de salvavidas	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Senderos	<input checked="" type="checkbox"/>	1.00	S/I	-1.293	-78.471	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Estaciones de sombra y descanso	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Áreas de Acampar	<input checked="" type="checkbox"/>	1.00	S/I	-1.293	-78.471	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Puentes de acceso a senderos	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. De servicio	Refugio de alta montaña	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Muelle	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Área de servicio de alimentación	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Garitas de guardiana	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. Otros	Baterías sanitarias	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Estacionamientos	<input checked="" type="checkbox"/>	1.00	S/I	-1.293	-78.471	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Observaciones:		LOS ÍTEMES SEÑALADOS SON ATRACTIVOS TURÍSTICOS QUE SE ENCUENTRAN DENTRO DEL LUGAR.							

<b>6.3 Complementarios (M)</b>		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Casa de cambio	<input type="checkbox"/>	b. Alquiler y venta de equipo especializado	<input type="checkbox"/>	c. Venta de Artesanías y merchandising	<input type="checkbox"/>		
f. Cajero automático	<input type="checkbox"/>	e. Taxis	<input type="checkbox"/>	h. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:	
Observaciones:							
<b>7. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO</b>							
<b>7.1 Atractivo (u)</b>		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Conservado	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Alterado	<input type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro	<input type="checkbox"/>	d. Deteriorado	<input type="checkbox"/>
Observaciones: EL ATRACTIVO SE ENCUENTRA CONSERVADO YA QUE NO SE HAN REALIZADO ACCIONES HUMANAS QUE GENEREN UN IMPACTO NEGATIVO AL LUGAR.							
<b>7.1.1 Factores de deterioro (M)</b>		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
<b>7.1.1.1 Naturales (M)</b>		<b>7.1.1.2 Antrópicos (M)</b>					
a. Erosión	<input type="checkbox"/>	a. Actividades Agrícolas	<input type="checkbox"/>	b. Actividades Ganaderas	<input type="checkbox"/>	c. Actividades Forestales	<input type="checkbox"/>
b. Humedad	<input type="checkbox"/>	d. Actividades Extractivas / Minería	<input type="checkbox"/>	e. Actividades Industriales	<input type="checkbox"/>	f. Negligencia / Abandono	<input type="checkbox"/>
c. Desastres Naturales	<input type="checkbox"/>	g. Huaquearías	<input type="checkbox"/>	h. Conflicto de tenencia	<input type="checkbox"/>	i. Condiciones de uso y exposición	<input type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna	<input type="checkbox"/>	j. Escaso o nulo mantenimiento	<input type="checkbox"/>	k. Contaminación del Ambiente	<input type="checkbox"/>	l. Generación de residuos	<input type="checkbox"/>
e. Clima	<input type="checkbox"/>	m. Expansión urbana	<input type="checkbox"/>	n. Conflicto Político / Social	<input type="checkbox"/>	o. Desarrollo Industrial /	<input type="checkbox"/>
Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones:							
<b>7.2 Entorno (500 m) (u)</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Conservado	<input type="checkbox"/>	b. Alterado	<input type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro	<input checked="" type="checkbox"/>	d. Deteriorado	<input type="checkbox"/>
Observaciones: EL ENTORNO SE ENCUENTRA EN PROCESO DE DETERIORO POR LAS ACTIVIDADES AGRÍCOLAS REALIZADAS POR LOS HABITANTES.							
<b>7.2.1 Factores de deterioro (M)</b>		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
<b>7.2.1.1 Naturales (M)</b>		<b>7.2.1.2 Antrópicos (M)</b>					
a. Erosión	<input type="checkbox"/>	a. Actividades Agrícolas	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Actividades Ganaderas	<input type="checkbox"/>	c. Actividades Forestales	<input type="checkbox"/>
b. Humedad	<input type="checkbox"/>	d. Actividades Extractivas /	<input type="checkbox"/>	e. Actividades Industriales	<input type="checkbox"/>	f. Negligencia / Abandono	<input checked="" type="checkbox"/>
c. Desastres Naturales	<input type="checkbox"/>	g. Huaquearías	<input type="checkbox"/>	h. Conflicto de tenencia	<input type="checkbox"/>	i. Condiciones de uso y exposición	<input type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna	<input type="checkbox"/>	j. Falta de mantenimiento	<input type="checkbox"/>	k. Contaminación del Ambiente	<input type="checkbox"/>	l. Generación de residuos	<input type="checkbox"/>
e. Clima	<input type="checkbox"/>	m. Expansión urbana	<input type="checkbox"/>	n. Conflicto Político / Social	<input type="checkbox"/>	o. Desarrollo Industrial /	<input type="checkbox"/>
Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones: EL GAD DE PATATE DEBE CONSIDERAR LOS ÍTEMS SEÑALADOS PARA UNA MEJOR GESTIÓN DEL ATRACTIVO.							
<b>7.3 Armonía con el paisaje natural o cultural que lo rodea</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. El atractivo guarda armonía con el entorno (u)	SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO		<input type="checkbox"/>		
Observaciones: EXISTE ARMONÍA CON EL ENTORNO YA QUE NO SE HAN REALIZADO ACCIONES NEGATIVAS POR EL HOMBRE QUE GENEREN UN IMPACTO VISUAL.							
<b>7.4. Declaratoria del Atractivo /Espacio/Destino</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Denominación:	b. Fecha de declaración:		c. Alcance:				
Observaciones:							

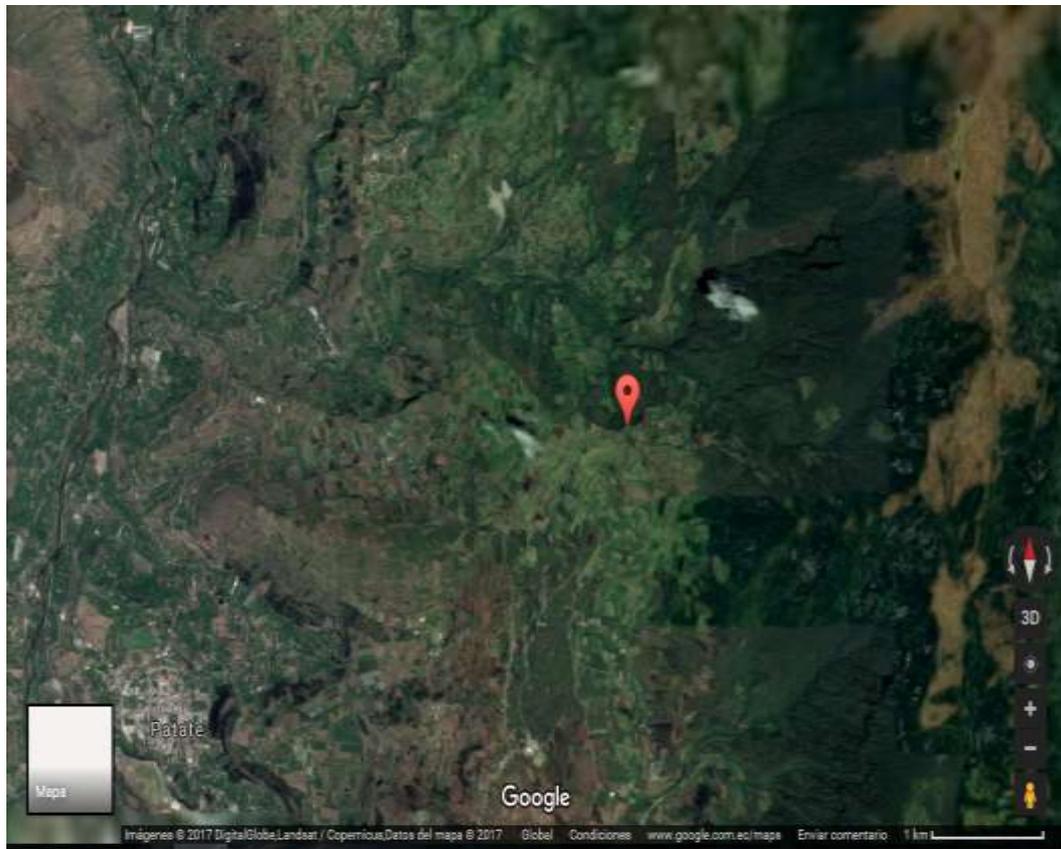
<b>7.5 Amenazas Naturales (M)</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
<b>7.5.1 Geológicas (M)</b>		<b>7.5.2 Meteorológicas (M)</b>					
a. Sismos	<input checked="" type="checkbox"/>	a. Huracanes <input type="checkbox"/>					
b. Erupciones volcánicas	<input type="checkbox"/>	b. Deslizamientos <input type="checkbox"/>					
c. Movimientos en masa-deslizamientos	<input type="checkbox"/>	c. Marejadas <input type="checkbox"/>					
d. Fallas Geológicas	<input type="checkbox"/>	d. Inundaciones <input type="checkbox"/>					
Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones: DESDE 1949 NO SE HAN REGISTRADOS NUEVOS SISMOS CERCANOS AL LUGAR.							
<b>8. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
<b>8.1 Agua (M)</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Potable	<input type="checkbox"/>	b. Pozo	<input type="checkbox"/>	c. Tanquero	<input type="checkbox"/>		
d. Entubada	<input type="checkbox"/>	e. Río, vertiente, acequia o canal	<input checked="" type="checkbox"/>	f. Lluvia	<input type="checkbox"/>		
g. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones: EL AGUA PROVIENE DEL RÍO BLANCO.							
<b>8.2 Energía Eléctrica (M)</b>		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Red de empresa eléctrica de Servicio Público:	<input type="checkbox"/>	b. Panel Solar	<input type="checkbox"/>	c. Generador de corriente eléctrica	<input type="checkbox"/>		
d. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones: EL ATRACTIVO NO CUENTA CON ENERGÍA ELÉCTRICA, SIN EMBARGO LA COMUNIDAD MÁS CERCANA SI LA POSEE.							
<b>8.3 Servicio de Alcantarillado (M)</b>		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Red Pública	<input type="checkbox"/>	b. Pozo Ciego	<input type="checkbox"/>	c. Pozo Séptico	<input type="checkbox"/>	d. Con descarga directa al mar, río o quebrada	<input type="checkbox"/>
e. Letrina	<input type="checkbox"/>	f. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:			
Observaciones: NO EXISTE EFICIENCIA EN ESTE SERVICIO.							
<b>8.4 Gestión de residuos generados por la actividad turística (M)</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Manejo de desechos (SR)	<input type="checkbox"/>	b. Carro Recolector	<input type="checkbox"/>	c. Terreno baldío o quebrada	<input type="checkbox"/>	d. Quema de basura	<input type="checkbox"/>
e. Basura arrojada al río, acequia o canal	<input type="checkbox"/>	f. Basura enterrada	<input type="checkbox"/>	g. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:	
Observaciones: LOS DESECHOS ORGÁNICOS SON USADOS POR LA POBLACIÓN PARA ELABORAR ABONOS ORGÁNICOS, GRAN CANTIDAD DE MATERIAL ES DEPOSITADO EN EL BOTADERO.							
<b>8.5 Salud (más cercano) (M)</b>		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Hospital o Clínica	<input type="checkbox"/>	b. Puesto / Centro de salud	<input checked="" type="checkbox"/>	c. Dispensario Médico	<input type="checkbox"/>	d. Personal Capacitado en primeros auxilios y	<input type="checkbox"/>
Observaciones: CENTRO DE SALUD PATATE							
<b>8.6 Seguridad (M)</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Privada	<input type="checkbox"/>	b. Policía Nacional	<input checked="" type="checkbox"/>	c. Policía Metropolitana / Municipal	<input type="checkbox"/>		
d. Otra	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones: ECU 911/ UPC PATATE							

9. POLÍTICAS Y REGULACIONES		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input checked="" type="checkbox"/>
9.1. El atractivo se halla dentro de la planificación turística territorial (GAD'S) (u):		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	Especifique:	
9.2. Se cumple con la normativa para actividades que se practican en el atractivo (u):		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	Especifique:	
9.3. Nombre del Administrador:		PRESIDENTE DEL CASERÍO					
9.4. Tipo de Administrador (u)							
a. Público <input type="checkbox"/>		b. Privado <input type="checkbox"/>	c. Comunitario <input type="checkbox"/>	d. Otro <input type="checkbox"/>	Especifique:		PÚBLICO-COMUNITARIO
9.5. Contacto							
a. Nombre:		CARLOS ARCOS		b. Teléfono/Celular:		0979626947	
c. Correo Electrónico:		S/I		d. Página WEB:		S/I	
Observaciones:							
10. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (u)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
10.1 ATRACTIVOS NATURALES (M)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
10.1.1 En el Agua (M)		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Buceo <input type="checkbox"/>	b. Kayak de mar / lacustre <input type="checkbox"/>	c. Kayak de Río <input type="checkbox"/>					
d. Kite Surf <input type="checkbox"/>	e. Rafting <input type="checkbox"/>	f. Snorkel <input type="checkbox"/>					
g. Surf <input type="checkbox"/>	h. Tubing <input type="checkbox"/>	i. Regata <input type="checkbox"/>					
j. Paseo en Panga / Bote / Lancha <input type="checkbox"/>	k. Paseo en Moto Acuática / Parasailing / Esquí <input type="checkbox"/>	l. Banana / Inflables <input type="checkbox"/>					
m. Pesca Deportiva <input type="checkbox"/>	n. Otro <input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones:							
10.1.2 En el Aire (M)		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Alas Delta <input type="checkbox"/>		b. Canopy <input type="checkbox"/>	c. Parapente <input type="checkbox"/>	d. Otro <input type="checkbox"/>	Especifique:		
Observaciones:							
10.1.3 En Superficie Terrestre (M)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Montañismo <input checked="" type="checkbox"/>	b. Escalada <input type="checkbox"/>	c. Senderismo <input checked="" type="checkbox"/>					
d. Cicloturismo <input type="checkbox"/>	e. Canyoning <input type="checkbox"/>	f. Exploración de cuevas <input type="checkbox"/>					
g. Actividades Recreativas <input checked="" type="checkbox"/>	h. Cabalgata <input type="checkbox"/>	i. Caminata <input checked="" type="checkbox"/>					
j. Camping <input checked="" type="checkbox"/>	k. Pícnic <input checked="" type="checkbox"/>	l. Observación de flora y fauna <input checked="" type="checkbox"/>					
m. Fotografía <input checked="" type="checkbox"/>	n. Otro <input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones:							
10.2 ATRACTIVOS CULTURALES (u)		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
10.2.1 Tangibles (M)		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Recorridos Guiados / Autoguiados <input checked="" type="checkbox"/>	b. Exposiciones Temáticas Permanentes, Temporales y <input type="checkbox"/>	c. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., <input type="checkbox"/>					
d. Presentaciones o Representaciones en vivo <input type="checkbox"/>	e. Muestras Audiovisuales <input type="checkbox"/>	f. Actividades Vivenciales y/o Lúdicas <input type="checkbox"/>					
g. Fotografía <input type="checkbox"/>	h. Información del lugar <input type="checkbox"/>	i. Visita a Talleres <input type="checkbox"/>					
j. Otro <input type="checkbox"/>	Especifique:						
Observaciones:							

<b>10.2.2 Intangibles (m)</b>		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
10.2.2.1. Origen:	a. Ancestral	<input type="checkbox"/>		b. Histórico	<input type="checkbox"/>	c. Contemporáneo	<input type="checkbox"/>
10.2.2.2. Simbolism	10.2.2.3. Fecha de celebración:						
10.2.2.4. Periodicidad:	a. Anual	<input type="checkbox"/>		b. Ocasional	<input type="checkbox"/>	c. Otro	<input type="checkbox"/>
10.2.2.5. Portadores:	a. Individuos	<input type="checkbox"/>		b. Colectivos	<input type="checkbox"/>	c. Instituciones	<input type="checkbox"/>
10.2.2.6. Mantiene Costumbres y tradiciones:		SI	0	NO	<input type="checkbox"/>		
10.2.2.7. Características Específicas distintivas:							
10.2.2.8. Existe Información al respecto del Evento:		SI	0	NO	<input type="checkbox"/>		
10.2.2.9. Nivel de Organización:	a. Bueno	0		b. Regular	0	c. Malo	0
Observaciones:							
<b>11. DIFUSIÓN Y MEDIOS DE PROMOCIÓN DEL ATRACTIVO</b>		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
<b>11.1. Nivel de difusión del atractivo (u)</b>		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
	a. Local	0		b. Regional	0	c. Nacional	0
	d. Internacional	0					0
Observaciones:							
<b>11.2. Medios de Promoción del Atractivo (M)</b>		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Página WEB	<input type="checkbox"/>	URL:					
b. Red Social	<input type="checkbox"/>	Nombre:					
c. Revistas Especializadas	<input type="checkbox"/>	Nombre:					
d. Material POP	<input type="checkbox"/>	Nombre:					
e. Oficina de Información Turística	<input checked="" type="checkbox"/>	Nombre:	UNIDAD DE TURISMO PATATE				
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa)	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
g. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones:							
<b>11.3. Asociación con otros Atractivos (mínimo 4)</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Nombre del atractivo	b. Distancia (km)	c. Tiempo (h/m aprox.)	d. Coordenadas Geográficas				
			1. Latitud (grados decimales)	2. Longitud (grados decimales)			
CASCADA MUNDUG	7 km.	10 min.	-1,288	-78,478			
MIRADOR PLATUPAMBA	2 km	5 min.	-1,293	-78,471			
MIRADOR ISHAKINA	7 km	10 min.	-1,298	-78,498			
HUERTOS MUNDUG	5 km	8 min.	-1,283	-78,465			
Observaciones:	PARA LLEGAR AL BOSQUE NUBLADO SE CALCULA EL TIEMPO CAMINANDO, LOS RESTANTES SON CALCULADOS EN CAMIONETA. LOS TIEMPOS SON APROXIMADOS.						

<b>12. TIPO DE VISITANTE Y AFLUENCIA (M)</b>			SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
<b>12.1 Afluencia (M)</b>	<b>12.2 Tipo (U)</b>		<b>12.3 Frecuencia (U)</b>					
a. Local <input type="checkbox"/>	a. Turista <input type="checkbox"/>	b. Excursionista <input type="checkbox"/>	a. Alta <input type="checkbox"/>	b. Media <input type="checkbox"/>	c. Baja <input type="checkbox"/>			
b. Nacional <input checked="" type="checkbox"/>	a. Turista <input type="checkbox"/>	b. Excursionista <input checked="" type="checkbox"/>	a. Alta <input type="checkbox"/>	b. Media <input checked="" type="checkbox"/>	c. Baja <input type="checkbox"/>			
c. Extranjera <input checked="" type="checkbox"/>	a. Turista <input type="checkbox"/>	b. Excursionista <input checked="" type="checkbox"/>	a. Alta <input type="checkbox"/>	b. Media <input checked="" type="checkbox"/>	c. Baja <input type="checkbox"/>			
Observaciones: <b>POR LA FALTA DE DIFUSIÓN EL LUGAR NO ES VISITADO CONSTANTEMENTE.</b>								
<b>13. RECURSO HUMANO</b>			SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
<b>13.1. Personal especializado en turismo (u):</b>			SI	<input checked="" type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>	Especifique: <b>GUÍAS VOLUNTARIOS</b>	
<b>13.2. Nivel de instrucción (u)</b>								
Primaria <input type="checkbox"/>	Secundaria <input type="checkbox"/>	Tercer Nivel <input type="checkbox"/>	Cuarto Nivel <input type="checkbox"/>	Otro <input checked="" type="checkbox"/>	Especifique: <b>CURSOS DE GUÍAS Y FLORA Y FAUNA.</b>			
<b>13.3 Manejo de Idiomas (M)</b>								
a. Inglés <input checked="" type="checkbox"/>	b. Alemán <input type="checkbox"/>	c. Francés <input type="checkbox"/>	d. Italiano <input type="checkbox"/>	e. Chino <input type="checkbox"/>	f. Otro <input type="checkbox"/>			
Observaciones: <b>LOS GUÍAS SON VOLUNTARIOS DEL CASERÍO SU NIVEL DE INGLÉS ES DE UN 20%.</b>								
<b>14. DESCRIPCION DEL ATRACTIVO</b>			SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
<p>El bosque nublado se encuentra ubicado en la montaña Platupamba, del caserío Mundug, es uno de los principales atractivos que se encuentran en el entorno de la Cascada Mundug por su biodiversidad y paisaje, se destaca en este lugar las orquídeas en cuanto a flora y conejos, lobos y ardillas en lo que respecta a fauna; para acceder al atractivo se debe llegar a la montaña para de ahí dirigirse al sendero, el tiempo aproximado de caminata de 1 hora a paso normal, su dificultad es media dependiendo las condiciones climáticas, en este bosque se puede realizar fotografías, camping al inicio del sendero, y la admiración de estar rodeado de naturaleza.</p>								
<b>15. ANEXOS</b>			SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
<b>a. Archivo Fotográfico (dos)</b>								
								
Fuente: <b>MARTÍNEZ, Erika (2017)</b>								

c. Ubicación gráfica del Atractivo



Fuente: [GOOGLE EARTH](#)

**FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)**

ELABORADO POR:		VALIDADO POR:		APROBADO POR:	
Apellido y Nombre	<a href="#">MARTÍNEZ ERIKA</a>	Apellido y Nombre		Apellido y Nombre	
Institución	<a href="#">UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO</a>	Institución		Institución	
Cargo	<a href="#">INVESTIGADORA</a>	Cargo		Cargo	
Correo Electrónico	<a href="mailto:erikam811@hotmail.com">erikam811@hotmail.com</a>	Correo Electrónico		Correo Electrónico	
Teléfono		Teléfono		Teléfono	
Firma		Firma		Firma	
Fecha		Fecha		Fecha	

## Montaña Platupamba

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																		
Código del atractivo:	1	8	0	5	##	##	A	N	0	1	0	2	0	0	0	0		
	Provincia		Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo			
1. DATOS GENERALES																		
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																		
MONTAÑA PLATUPAMBA																		
1.2 Categoría					1.3 Tipo					1.4 Subtipo								
ATRACTIVOS_NATURALES					MONTAÑAS					MEDIA MONTAÑA								
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO TURÍSTICO																		
2.1 Provincia					2.2 Cantón					2.3 Parroquia								
TUNGURAHUA					PATATE					PATATE								
2.4 Calle Principal					2.5 Número					2.6 Transversal								
SENDERO SAN JOSÉ					S/N					S/N								
2.7 Barrio, Sector o Comuna					2.8 Sitio poblado más cercano													
MUNDUG					CASERÍO MUNDUG													
2.9 Latitud (grados decimales)					2.10 Longitud (grados decimales) <a href="#">Click</a>					2.11 Altura (msnm)								
-1,293					-78,471					3,059								
2.12 Inmerso en Espacio Turístico					SI <input checked="" type="checkbox"/>		NO <input type="checkbox"/>		S/I <input type="checkbox"/>									
2.12.1 Nombre del Espacio Turístico:																		
Observaciones: <a href="#">Se encuentra en el entorno de la Cascada Mundug</a>																		
3. CARACTERÍSTICAS CLIMATOLÓGICAS					SI <input checked="" type="checkbox"/>		NO <input type="checkbox"/>		S/I <input type="checkbox"/>									
3.1. Clima <a href="#">Templado, seco primaveral.</a>			3.2 Temperatura(°C)			16-18			3.3 Precipitación Pluviométrica (mm)			888 mm.						
4. ACCESIBILIDAD AL ATRACTIVO TURÍSTICO					SI <input checked="" type="checkbox"/>		NO <input type="checkbox"/>		S/I <input type="checkbox"/>									
4.1 Tipo de Ingreso (u)					SI <input checked="" type="checkbox"/>		NO <input type="checkbox"/>		S/I <input type="checkbox"/>									
4.1.1 Libre (Continuar 4.1.4) <input checked="" type="checkbox"/>					4.1.2 Restringido (Continúa observaciones)					0		4.1.3 Pagado (Continuar siguiente)					0	
4.1.3.1 Precio (Tarifa mínima y máxima):					a. Desde \$					0		b. Hasta \$					0	
					a. Efectivo <input type="checkbox"/>					b. Dinero Electrónico <input type="checkbox"/>								
4.1.3.2 Forma de Pago (M):					c. Tarjeta de Débito <input type="checkbox"/>					d. Tarjeta de Crédito <input type="checkbox"/>								
					e. Transferencia Bancaria <input type="checkbox"/>					f. Cheque <input type="checkbox"/>								
4.1.4 Horario:					a. Hora de Ingreso: <a href="#">08:00</a>					b. Hora de Salida: <a href="#">17:00:00 p. m.</a>								
4.1.5 Atención (u):					a. Todos los días <input checked="" type="checkbox"/>					c. Fines de Semana y Feriados <input type="checkbox"/>								
					b. Sólo días hábiles <input type="checkbox"/>					d. Otro. <a href="#">0</a> Especifique:								
Observaciones: <a href="#">AL SER UN LUGAR DE ACCESO PUBLICO NO TIENE UN HORARIO ESTABLECIDO, SIN EMBARGO EL PRESIDENTE DEL CASERÍO SUGIERE EL HORARIO PROPUESTO EN EL ITEM 4.1.4.</a>																		

<b>4.2 Temporalidad (M)</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
a. Alta (meses)	<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique:		NOVIEMBRE-MAYO					
b. Baja (meses)	<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique:		JUNIO-AGOSTO					
Observaciones:		SE CONSIDERAN LAS TEMPORADAS EN LOS MESES ESTABLECIDOS POR LAS PRECIPITACIONES QUE EXISTEN EN EL CANTÓN.							
<b>4.3 Facilidades para personas con discapacidad (M).</b>		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
a. Rampas	<input type="checkbox"/>	b. Baterías Sanitarias adecuadas	<input type="checkbox"/>	c. Personal Calificado	<input type="checkbox"/>				
d. Sistema Braille	<input type="checkbox"/>	e. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones:									
<b>5. CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO TURÍSTICO</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
<b>5.1 Acceso (M)</b>		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
5.1.1 Terrestre (U)	a. Primer Orden	<input type="checkbox"/>	Estado (U)	Bueno	<input type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	Malo	<input type="checkbox"/>
	b. Segundo Orden	<input type="checkbox"/>		Bueno	<input type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	Malo	<input type="checkbox"/>
	c. Tercer Orden	<input checked="" type="checkbox"/>		Bueno	<input type="checkbox"/>	Regular	<input checked="" type="checkbox"/>	Malo	<input type="checkbox"/>
5.1.2 Acuático (U)	a. Marítimo	<input type="checkbox"/>	Describir:						
	b. Lacustre	<input type="checkbox"/>	Describir:						
	c. Fluvial	<input type="checkbox"/>	Describir:						
5.1.3 Aéreo	<input type="checkbox"/>	Describir:							
Observaciones:		LAS VÍAS CONECTORES SE ENCUENTRAN SIN MATERIAL DEFINIDO.							
<b>5.2 Comunicación (M)</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
5.2.1 Telefonía (M)	<input checked="" type="checkbox"/>	a. Fija	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Móvil	<input type="checkbox"/>	c. Satelital	<input type="checkbox"/>		
5.2.2 Conexión a Internet (M)	<input type="checkbox"/>	a. Línea Telefónica	<input type="checkbox"/>	b. Cable	<input type="checkbox"/>	c. Satélite	<input type="checkbox"/>		
	<input type="checkbox"/>	d. Redes inalámbricas	<input type="checkbox"/>	e. LMDS	<input type="checkbox"/>	f. Telefonía Móvil	<input type="checkbox"/>		
5.2.3 Radio Portátil (U)	<input checked="" type="checkbox"/>	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>				
Observaciones:		LAS SEÑALADAS SE ENCUENTRAN A UN RANGO APROXIMADO DE 200 m.							
<b>5.3 Señalización (M)</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
a. Señalización de aproximación al sitio	<input type="checkbox"/>	Estado (U)	Bueno	<input type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	Malo	<input type="checkbox"/>	
b. Señalética en el sitio	<input checked="" type="checkbox"/>		Bueno	<input type="checkbox"/>	Regular	<input checked="" type="checkbox"/>	Malo	<input type="checkbox"/>	
Observaciones:		NO EXISTE SEÑALIZACIÓN DE APROXIMACIÓN A LA MONTAÑA, SIN EMBARGO EXISTE SEÑALÉTICA AL INGRESAR AL SENDERO.							

<b>5.4. Poblado Urbano Cercano más importante</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
5.4.1 Nombre del Poblado Urbano más importante: <b>PATATE</b>							
a. Distancia del atractivo al Poblado urbano más cercano:		<b>8</b>	Km	b. Tiempo de viaje al poblado urbano más cercano:		<b>15 min.</b>	horas/ minutos
Observaciones: <b>EL TIEMPO Y DISTANCIA SON APROXIMADOS.</b>							
<b>5.5. Tipo de Transporte y Frecuencia (M)</b>		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
5.5.1 Tipo		5.5.2 Frecuencia					
		a. Diaria	b. Semanal	c. Mensual	d. Eventual		
a. Bus	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
b. Busetas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
c. Automóvil	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
d. 4x4	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
e. Tren	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
f. Barco	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
g. Lancha / Canoa/ Bote	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
h. Avión	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
i. Avioneta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
j. Helicóptero	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
k. Otro	<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique: <b>CAMIONETAS.</b>					
Observaciones: <b>EXISTEN COOPERATIVAS DE CAMIONETAS COMO REINA DEL VALLE QUE SE PUEDEN TOMAR EN EL PARQUE CENTRAL DE PATATE A DIARIO.</b>							
<b>6. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
<b>6.1 Planta Turística (M)</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Alojamiento	<input checked="" type="checkbox"/>	Establecimientos registrados:	<b>1</b>	Habitaciones:	<b>2</b>	Plazas:	<b>6</b>
b. Alimentos y Bebidas	<input checked="" type="checkbox"/>	Establecimientos registrados:	<b>1</b>	Mesas:	<b>6</b>	Plazas:	<b>24</b>
c. Agencias de viaje/Operadoras	<input type="checkbox"/>	Establecimientos Registrados:	<b>0</b>				
d. Intermediación	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
e. Transporte o movilización interno	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
f. Guianza	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
g. Otros	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones: <b>EL NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS CORRESPONDE AL RESTAURANTE MIRADOR UBICADO VÍA A MUNDUG, SIENDO EL MÁS CERCANO AL ATRACTIVO.</b>							

6.2 Facilidades en el entorno al atractivo (M)		SI	0	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
6.2.1 Categoría	6.2.2. Tipo (M)	6.2.3 Cant.	6.2.4 Administrador	6.2.5 Coordenadas		6.2.6 Estado (U)			
				a. Lat.	b. Long.	B	R	M	
a. De apoyo a la gestión turística <input type="checkbox"/>	Punto de Información abierto <input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Punto de información cerrado <input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	I-Tur <input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de interpretación <input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de facilitación turística <input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de recepción - equipamiento de visitantes <input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. De observación y vigilancia <input type="checkbox"/>	Miradores <input checked="" type="checkbox"/>	1.00	S/I	-1.293	-78.471	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Torres de avistamiento de aves <input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Torres de observación de salvavidas <input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
c. De recorrido y descanso <input type="checkbox"/>	Senderos <input checked="" type="checkbox"/>	1.00	S/I	-1.293	-78.471	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Estaciones de sombra y descanso <input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Áreas de Acampar <input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Puentes de acceso a senderos <input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Refugio de alta montaña <input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Muelle <input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
d. De servicio <input type="checkbox"/>	Área de servicio de alimentación <input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Garitas de guardianía <input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Baterías sanitarias <input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Estacionamientos <input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
e. Otros <input type="checkbox"/> Especifique:									
Observaciones:		LOS ÍTEMS SEÑALADOS SON ATRACTIVOS QUE SE ENCUENTRAN DENTRO DE LA MISMA MONTAÑA.							
6.3 Complementarios (M)		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
a. Casa de cambio <input type="checkbox"/>	b. Alquiler y venta de equipo especializado <input type="checkbox"/>			c. Venta de Artesanías y merchandising <input type="checkbox"/>					
f. Cajero automático <input type="checkbox"/>	e. Taxis <input type="checkbox"/>	h. Otro <input type="checkbox"/>	Especifique:						
Observaciones:									
7. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
7.1 Atractivo (U)		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
a. Conservado <input checked="" type="checkbox"/>	b. Alterado <input type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/>		d. Deteriorado <input type="checkbox"/>					
Observaciones:		EL ATRACTIVO SE ENCUENTRA CONSERVADO YA QUE NO SE HAN REALIZADO ACCIONES HUMANAS QUE GENEREN UN IMPACTO NEGATIVO AL LUGAR.							

<b>7.1.1 Factores de deterioro (M)</b>		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
<b>7.1.1.1 Naturales (M)</b>		<b>7.1.1.2 Antrópicos (M)</b>					
a. Erosión	<input type="checkbox"/>	a. Actividades Agrícolas	<input type="checkbox"/>	b. Actividades Ganaderas	<input type="checkbox"/>	c. Actividades Forestales	<input type="checkbox"/>
b. Humedad	<input type="checkbox"/>	d. Actividades Extractivas / Minería	<input type="checkbox"/>	e. Actividades Industriales	<input type="checkbox"/>	f. Negligencia / Abandono	<input type="checkbox"/>
c. Desastres Naturales	<input type="checkbox"/>	g. Huaquearía	<input type="checkbox"/>	h. Conflicto de tenencia	<input type="checkbox"/>	i. Condiciones de uso y exposición	<input type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna	<input type="checkbox"/>	j. Escaso o nulo mantenimiento	<input type="checkbox"/>	k. Contaminación del Ambiente	<input type="checkbox"/>	l. Generación de residuos	<input type="checkbox"/>
e. Clima	<input type="checkbox"/>	m. Expansión urbana	<input type="checkbox"/>	n. Conflicto Político / Social	<input type="checkbox"/>	o. Desarrollo Industrial /	<input type="checkbox"/>
Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones:							
<b>7.2 Entorno (500 m) (U)</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Conservado	<input type="checkbox"/>	b. Alterado	<input type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro	<input checked="" type="checkbox"/>	d. Deteriorado	<input type="checkbox"/>
Observaciones: EL ENTORNO SE ENCUENTRA EN PROCESO DE DETERIORO POR LAS ACTIVIDADES AGRÍCOLAS REALIZADAS POR LOS HABITANTES.							
<b>7.2.1 Factores de deterioro (M)</b>		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
<b>7.2.1.1 Naturales (M)</b>		<b>7.2.1.2 Antrópicos (M)</b>					
a. Erosión	<input type="checkbox"/>	a. Actividades Agrícolas	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Actividades Ganaderas	<input type="checkbox"/>	c. Actividades Forestales	<input type="checkbox"/>
b. Humedad	<input type="checkbox"/>	d. Actividades Extractivas /	<input type="checkbox"/>	e. Actividades Industriales	<input type="checkbox"/>	f. Negligencia / Abandono	<input checked="" type="checkbox"/>
c. Desastres Naturales	<input type="checkbox"/>	g. Huaquearía	<input type="checkbox"/>	h. Conflicto de tenencia	<input type="checkbox"/>	i. Condiciones de uso y exposición	<input type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna	<input type="checkbox"/>	j. Falta de mantenimiento	<input type="checkbox"/>	k. Contaminación del Ambiente	<input type="checkbox"/>	l. Generación de residuos	<input type="checkbox"/>
e. Clima	<input type="checkbox"/>	m. Expansión urbana	<input type="checkbox"/>	n. Conflicto Político / Social	<input type="checkbox"/>	o. Desarrollo Industrial /	<input type="checkbox"/>
Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones: EL GAD DE PATATE DEBE CONSIDERAR LOS ÍTEMS SEÑALADOS PARA UNA MEJOR GESTIÓN DEL ATRACTIVO.							
<b>7.3 Armonía con el paisaje natural o cultural que lo rodea</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. El atractivo guarda armonía con el entorno (U)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>		
Observaciones: EXISTE ARMONÍA CON EL ENTORNO YA QUE NO SE HAN REALIZADO ACCIONES NEGATIVAS POR EL HOMBRE QUE GENEREN UN IMPACTO VISUAL.							
<b>7.4. Declaratoria del Atractivo /Espacio/Destino</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Denominación:		b. Fecha de declaración:		c. Alcance:			
Observaciones:							
<b>7.5 Amenazas Naturales (M)</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
<b>7.5.1 Geológicas (M)</b>				<b>7.5.2 Meteorológicas (M)</b>			
a. Sismos	<input checked="" type="checkbox"/>	a. Huracanes	<input type="checkbox"/>				
b. Erupciones volcánicas	<input type="checkbox"/>	b. Deslizamientos	<input type="checkbox"/>				
c. Movimientos en masa-deslizamientos	<input type="checkbox"/>	c. Marejadas	<input type="checkbox"/>				
d. Fallas Geológicas	<input type="checkbox"/>	d. Inundaciones	<input type="checkbox"/>				
Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones: DESDE 1949 NO SE HAN REGISTRADOS NUEVOS SISMOS CERCANOS AL LUGAR.							

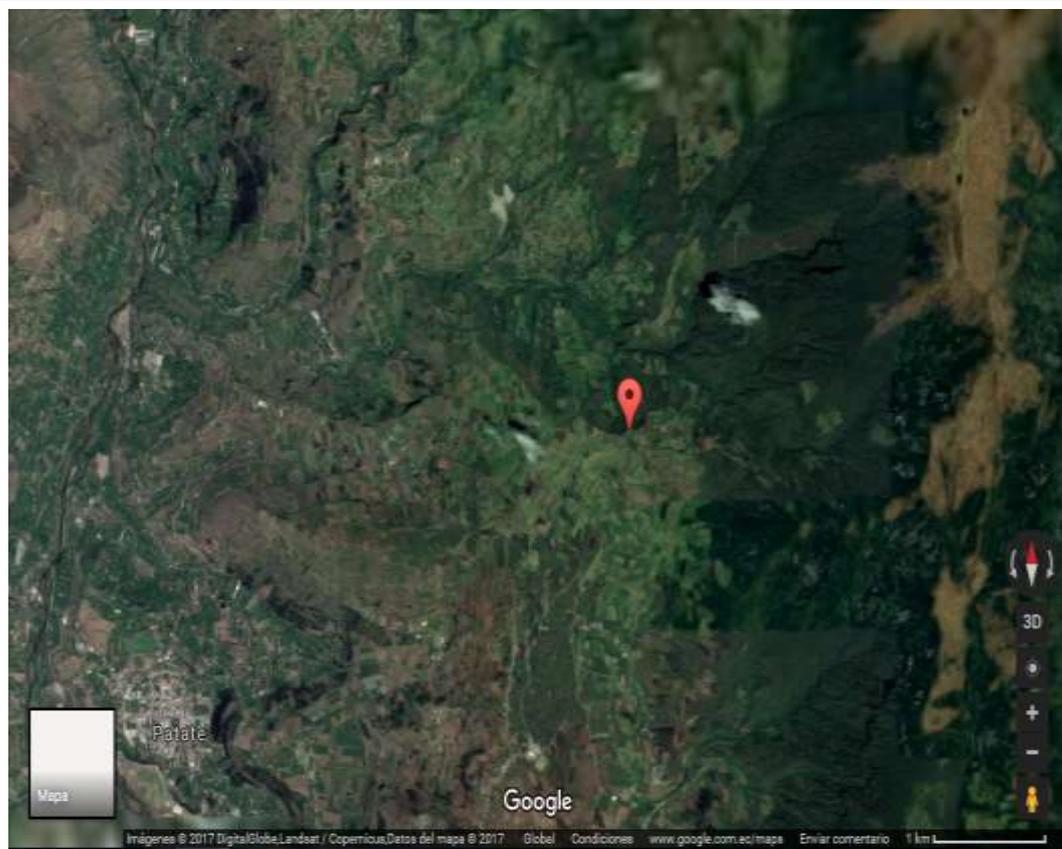
<b>8. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
<b>8.1 Agua (M)</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Potable	<input type="checkbox"/>	b. Pozo	<input type="checkbox"/>	c. Tanquero	<input type="checkbox"/>		
d. Entubada	<input type="checkbox"/>	e. Río, vertiente, acequia o canal	<input checked="" type="checkbox"/>	f. Lluvia	<input type="checkbox"/>		
g. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones: EL AGUA PROVIENE DEL PÁRAMO.							
<b>8.2 Energía Eléctrica (M)</b>		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Red de empresa eléctrica de Servicio Público:	<input type="checkbox"/>	b. Panel Solar	<input type="checkbox"/>	c. Generador de corriente eléctrica	<input type="checkbox"/>		
d. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones: EL ATRACTIVO NO CUENTA CON ENERGÍA ELÉCTRICA, SIN EMBARGO LA COMUNIDAD MÁS CERCANA SI LA POSEE.							
<b>8.3 Servicio de Alcantarillado (M)</b>		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Red Pública	<input type="checkbox"/>	b. Pozo Ciego	<input type="checkbox"/>	c. Pozo Séptico	<input type="checkbox"/>	d. Con descarga directa al mar, río o quebrada	<input type="checkbox"/>
e. Letrina	<input type="checkbox"/>	f. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:			
Observaciones: NO EXISTE EFICIENCIA EN ESTE SERVICIO.							
<b>8.4 Gestión de residuos generados por la actividad turística (M)</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Manejo de desechos (SR)	<input type="checkbox"/>	b. Carro Recolector	<input type="checkbox"/>	c. Terreno baldío o quebrada	<input type="checkbox"/>	d. Quema de basura	<input type="checkbox"/>
e. Basura arrojada al río, acequia o canal	<input type="checkbox"/>	f. Basura enterrada	<input type="checkbox"/>	g. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:	
Observaciones: LOS DESECHOS ORGÁNICOS SON USADOS POR LA POBLACIÓN PARA ELABORAR ABONOS ORGÁNICOS, GRAN CANTIDAD DE MATERIAL ES DEPOSITADO EN EL BOTADERO.							
<b>8.5 Salud (más cercano) (M)</b>		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Hospital o Clínica	<input type="checkbox"/>	b. Puesto / Centro de salud	<input checked="" type="checkbox"/>	c. Dispensario Médico	<input type="checkbox"/>	d. Personal Capacitado en primeros auxilios y	<input type="checkbox"/>
Observaciones: CENTRO DE SALUD PATATE							
<b>8.6 Seguridad (M)</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Privada	<input type="checkbox"/>	b. Policía Nacional	<input checked="" type="checkbox"/>	c. Policía Metropolitana / Municipal	<input type="checkbox"/>		
d. Otra	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones: ECU 911/ UPC PATATE							
<b>9. POLÍTICAS Y REGULACIONES</b>		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input checked="" type="checkbox"/>
<b>9.1. El atractivo se halla dentro de la planificación turística territorial (GAD'S) (U):</b>		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	Especifique:	
<b>9.2. Se cumple con la normativa para actividades que se practican en el atractivo (U):</b>		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	Especifique:	
<b>9.3. Nombre del Administrador:</b>		PRESIDENTE DEL CASERÍO					
<b>9.4. Tipo de Administrador (U)</b>							
a. Público	<input type="checkbox"/>	b. Privado	<input type="checkbox"/>	c. Comunitario	<input type="checkbox"/>	d. Otro	<input type="checkbox"/>
Especifique:						PÚBLICO-COMUNITARIO	
<b>9.5. Contacto</b>							
a. Nombre:	CARLOS ARCOS			b. Teléfono/Celular:	0979626947		
c. Correo Electrónico:	S/I			d. Página WEB:	S/I		
Observaciones:							

<b>10. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U)</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
<b>10.1 ATRACTIVOS NATURALES (M)</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
<b>10.1.1 En el Agua (M)</b>		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Buceo	<input type="checkbox"/>	b. Kayak de mar / lacustre	<input type="checkbox"/>	c. Kayak de Río	<input type="checkbox"/>		
d. Kite Surf	<input type="checkbox"/>	e. Rafting	<input type="checkbox"/>	f. Snorkel	<input type="checkbox"/>		
g. Surf	<input type="checkbox"/>	h. Tubing	<input type="checkbox"/>	i. Regata	<input type="checkbox"/>		
j. Paseo en Panga / Bote / Lancha	<input type="checkbox"/>	k. Paseo en Moto Acuática / Parasailing / Esquí	<input type="checkbox"/>	l. Banana / Inflables	<input type="checkbox"/>		
m. Pesca Deportiva	<input type="checkbox"/>	n. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:			
Observaciones:							
<b>10.1.2 En el Aire (M)</b>		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Alas Delta	<input type="checkbox"/>	b. Canopy	<input type="checkbox"/>	c. Parapente	<input type="checkbox"/>	d Otro	<input type="checkbox"/>
Especifique:							
Observaciones:							
<b>10.1.3 En Superficie Terrestre (M)</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Montañismo	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Escalada	<input type="checkbox"/>	c. Senderismo	<input checked="" type="checkbox"/>		
d. Cicloturismo	<input type="checkbox"/>	e. Canyoning	<input type="checkbox"/>	f. Exploración de cuevas	<input type="checkbox"/>		
g. Actividades Recreativas	<input checked="" type="checkbox"/>	h. Cabalgata	<input type="checkbox"/>	i. Caminata	<input checked="" type="checkbox"/>		
j. Camping	<input type="checkbox"/>	k. Pícnic	<input checked="" type="checkbox"/>	l. Observación de flora y fauna	<input checked="" type="checkbox"/>		
m. Fotografía	<input checked="" type="checkbox"/>	n. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:			
Observaciones:							
<b>10.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U)</b>		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
<b>10.2.1 Tangibles (M)</b>		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Recorridos Guiados / Autoguiados	<input type="checkbox"/>	b. Exposiciones Temáticas Permanentes, Temporales y	<input type="checkbox"/>	c. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc.,	<input type="checkbox"/>		
d. Presentaciones o Representaciones en vivo	<input type="checkbox"/>	e. Muestras Audiovisuales	<input type="checkbox"/>	f. Actividades Vivenciales y/o Lúdicas	<input type="checkbox"/>		
g. Fotografía	<input type="checkbox"/>	h. Información del lugar	<input type="checkbox"/>	i. Visita a Talleres	<input type="checkbox"/>		
j. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones:							

<b>10.2.2 Intangibles (M)</b>		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
10.2.2.1. Origen:	a. Ancestral	<input type="checkbox"/>	b. Histórico	<input type="checkbox"/>	c. Contemporáneo	<input type="checkbox"/>	
10.2.2.2. Simbolism	10.2.2.3. Fecha de celebración:						
10.2.2.4. Periodicidad:	a. Anual	<input type="checkbox"/>	b. Ocasional	<input type="checkbox"/>	c. Otro	<input type="checkbox"/>	
10.2.2.5. Portadores:	a. Individuos	<input type="checkbox"/>	b. Colectivos	<input type="checkbox"/>	c. Instituciones	<input type="checkbox"/>	
10.2.2.6. Mantiene Costumbres y tradiciones:		SI	0	NO	<input type="checkbox"/>		
10.2.2.7. Características Específicas distintivas:							
10.2.2.8. Existe Información al respecto del Evento:		SI	0	NO	<input type="checkbox"/>		
10.2.2.9. Nivel de Organización:	a. Bueno	0	b. Regular	0	c. Malo	0	
Observaciones:							
<b>11. DIFUSIÓN Y MEDIOS DE PROMOCIÓN DEL ATRACTIVO</b>		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
<b>11.1. Nivel de difusión del atractivo (u)</b>		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Local	0	b. Regional	0	c. Nacional	0	d. Internacional	0
Observaciones:							
<b>11.2. Medios de Promoción del Atractivo (M)</b>		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Página WEB	<input type="checkbox"/>	URL:					
b. Red Social	<input type="checkbox"/>	Nombre:					
c. Revistas Especializadas	<input type="checkbox"/>	Nombre:					
d. Material POP	<input type="checkbox"/>	Nombre:					
e. Oficina de Información Turística	<input checked="" type="checkbox"/>	Nombre: UNIDAD DE TURISMO PATATE					
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa)	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
g. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones:							
<b>11.3. Asociación con otros Atractivos (mínimo 4)</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Nombre del atractivo	b. Distancia (km)	c. Tiempo (h/m aprox.)	d. Coordenadas Geográficas				
			1. Latitud (grados decimales)	2. Longitud (grados decimales)			
CASCADA MUNDUG	7 km	10 min.	-1,288	-78,478			
MIRADOR PLATUPAMBA	2 km	5 min.	-1,293	-78,471			
MIRADOR ISHAKINA	7 km	10 min.	-1,298	-78,498			
BOSQUE NUBLADO SAN JORGE	1,3 km	1 hora	-1,293	-78,471			
Observaciones: PARA LLEGAR AL BOSQUE NUBLADO SE CALCULA EL TIEMPO CAMINANDO, LOS RESTANTES SON CALCULADOS EN CAMIONETA. LOS TIEMPOS SON APROXIMADOS.							

<b>12. TIPO DE VISITANTE Y AFLUENCIA (M)</b>			SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
<b>12.1 Afluencia (M)</b>	<b>12.2 Tipo (U)</b>		<b>12.3 Frecuencia (U)</b>					
a. Local <input type="checkbox"/>	a. Turista <input type="checkbox"/>	b. Excursionista <input type="checkbox"/>	a. Alta <input type="checkbox"/>	b. Media <input type="checkbox"/>	c. Baja <input type="checkbox"/>			
b. Nacional <input checked="" type="checkbox"/>	a. Turista <input type="checkbox"/>	b. Excursionista <input checked="" type="checkbox"/>	a. Alta <input type="checkbox"/>	b. Media <input checked="" type="checkbox"/>	c. Baja <input type="checkbox"/>			
c. Extranjera <input type="checkbox"/>	a. Turista <input type="checkbox"/>	b. Excursionista <input type="checkbox"/>	a. Alta <input type="checkbox"/>	b. Media <input type="checkbox"/>	c. Baja <input type="checkbox"/>			
Observaciones: <b>POR LA FALTA DE DIFUSIÓN EL LUGAR NO ES VISITADO CONSTANTEMENTE.</b>								
<b>13. RECURSO HUMANO</b>			SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
<b>13.1. Personal especializado en turismo (u):</b>			SI	<input checked="" type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>	Especifique: <b>GUÍAS VOLUNTARIOS</b>	
<b>13.2. Nivel de instrucción (u)</b>								
Primaria <input type="checkbox"/>	Secundaria <input type="checkbox"/>	Tercer Nivel <input type="checkbox"/>	Cuarto Nivel <input type="checkbox"/>	Otro <input checked="" type="checkbox"/>	Especifique: <b>CURSOS DE GUÍAS Y FLORA Y FAUNA.</b>			
<b>13.3 Manejo de Idiomas (M)</b>								
a. Inglés <input checked="" type="checkbox"/>	b. Alemán <input type="checkbox"/>	c. Francés <input type="checkbox"/>	d. Italiano <input type="checkbox"/>	e. Chino <input type="checkbox"/>	f. Otro <input type="checkbox"/>			
Observaciones: <b>LOS GUÍAS SON VOLUNTARIOS DEL CASERÍO SU NIVEL DE INGLÉS ES DE UN 20%.</b>								
<b>14. DESCRIPCION DEL ATRACTIVO</b>			SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
<p>Platupamba es una montaña que se encuentra en el caserío Mundug en las alturas de la Cascada del mismo nombre, tiene conexión también con la comunidad San Jorge; en esta montaña existe varias atracciones para el visitante, una de ellas es la caminata por el sendero, la fotografía del paisaje y de la flora y fauna que posee el lugar, además aquí se encuentra un mirador que permite admirar la belleza del cantón Patate. Para llegar a Platupamba existen dos accesos, el primero es por la vía asfaltada de San Jorge o por la vía del Mirador Ishakina que dependiendo las condiciones ambientales se determina el estado de la vía. Al ingresar a la montaña se encuentra el bosque nublado que se manifiesta con gran cantidad y variedad de flora y fauna, mismas que son conservadas debido al bajo impacto humano en el sitio.</p>								
<b>15. ANEXOS</b>			SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
<b>a. Archivo Fotográfico (dos)</b>								
								
Fuente: <b>MARTÍNEZ, Erika (2017)</b>								

c. Ubicación gráfica del Atractivo



Fuente: [GOOGLE EARTH](#)

**FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)**

ELABORADO POR:		VALIDADO POR:		APROBADO POR:	
Apellido y Nombre	<a href="#">MARTÍNEZ ERIKA</a>	Apellido y Nombre		Apellido y Nombre	
Institución	<a href="#">UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO</a>	Institución		Institución	
Cargo	<a href="#">INVESTIGADORA</a>	Cargo		Cargo	
Correo Electrónico	<a href="mailto:erikam811@hotmail.com">erikam811@hotmail.com</a>	Correo Electrónico		Correo Electrónico	
Teléfono		Teléfono		Teléfono	
Firma		Firma		Firma	
Fecha		Fecha		Fecha	

## Quincenario (celebración religiosa)

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																						
Código del atractivo:	1	8	0	5	##	##	M	C	0	2	##	##	0	0	0	0						
	Provincia	Cantón		Parroquia	Categoría		Tipo		Subtipo	Jerarquía		Atractivo										
<b>1. DATOS GENERALES</b>																						
<b>1.1 Nombre del Atractivo Turístico</b>																						
QUINCENARIO MUNDUG																						
<b>1.2 Categoría</b>					<b>1.3 Tipo</b>					<b>1.4 Subtipo</b>												
MANIFESTACIONES CULTURALES					FOLCKLORE					MANIFESTACIONES RELIGIOSAS, TRADICIONES Y CREENCIAS POPULARES												
<b>2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO TURÍSTICO</b>																						
<b>2.1 Provincia</b>					<b>2.2 Cantón</b>					<b>2.3 Parroquia</b>												
TUNGURAHUA					PATATE					PATATE												
<b>2.4 Calle Principal</b>					<b>2.5 Número</b>					<b>2.6 Transversal</b>												
S/N					S/N					S/N												
<b>2.7 Barrio, Sector o Comuna</b>					<b>2.8 Sitio poblado más cercano</b>																	
MUNDUG					CASERÍO MUNDUG																	
<b>2.9 Latitud (grados decimales)</b>					<b>2.10 Longitud (grados decimales)</b> <a href="#">Click</a>					<b>2.11 Altura (msnm)</b>												
-1.294					-78.488					2,384												
<b>2.12 Inmerso en Espacio Turístico</b>					SI <input checked="" type="checkbox"/>		NO <input type="checkbox"/>		S/I <input type="checkbox"/>													
2.12.1 Nombre del Espacio Turístico:																						
Observaciones: <a href="#">Se encuentra en el entorno de la Cascada Mundug</a>																						
<b>3. CARACTERÍSTICAS CLIMATOLÓGICAS</b>																						
SI <input checked="" type="checkbox"/>					NO <input type="checkbox"/>		S/I <input type="checkbox"/>															
3.1 Clima <a href="#">Templado, seco primaveral.</a>			3.2 Temperatura(°C)			16-18		3.3 Precipitación Pluviométrica (mm)				888 mm.										
<b>4. ACCESIBILIDAD AL ATRACTIVO TURÍSTICO</b>																						
SI <input checked="" type="checkbox"/>					NO <input type="checkbox"/>		S/I <input type="checkbox"/>															
<b>4.1 Tipo de Ingreso (U)</b>																						
4.1.1 Libre (Continuar 4.1.4) <input checked="" type="checkbox"/>					4.1.2 Restringido (Continúa observaciones)					0		4.1.3 Pagado (Continuar siguiente)					0					
4.1.3.1 Precio (Tarifa mínima y máxima):					a. Desde \$					0		b. Hasta \$					0					
4.1.3.2 Forma de Pago (M):					a. Efectivo <input type="checkbox"/>		b. Dinero Electrónico <input type="checkbox"/>					c. Tarjeta de Débito <input type="checkbox"/>		d. Tarjeta de Crédito <input type="checkbox"/>					e. Transferencia Bancaria <input type="checkbox"/>		f. Cheque <input type="checkbox"/>	
4.1.4 Horario:					a. Hora de Ingreso:					b. Hora de Salida:												
4.1.5 Atención (U):					a. Todos los días <input type="checkbox"/>					c. Fines de Semana y Feriados <input type="checkbox"/>					b. Sólo días hábiles <input type="checkbox"/>		d. Otro. <input checked="" type="checkbox"/> Especifique: <a href="#">VIERNES, SÁBADO Y DOMINGO.</a>					
Observaciones: <a href="#">LA CELEBRACIÓN TIENE UNA DURACIÓN DE 3 DÍAS SIN UN HORARIO FIJO ESTABLECIDO.</a>																						

<b>4.2 Temporalidad (M)</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
a. Alta (meses)	<input type="checkbox"/>	Especifique:							
b. Baja (meses)	<input type="checkbox"/>	Especifique:							
Observaciones: NO SE ESTABLECE TEMPORALIDAD YA QUE LA CELEBRACIÓN SE REALIZA EN DICIEMBRE DE CADA AÑO.									
<b>4.3 Facilidades para personas con discapacidad (M).</b>		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
a. Rampas	<input type="checkbox"/>	b. Baterías Sanitarias adecuadas	<input type="checkbox"/>	c. Personal Calificado	<input type="checkbox"/>				
d. Sistema Braille	<input type="checkbox"/>	e. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones:									
<b>5. CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO TURÍSTICO</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
<b>5.1 Acceso (M)</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
5.1.1 Terrestre (U)	a. Primer Orden	<input checked="" type="checkbox"/>	Estado (U)	Bueno	<input checked="" type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	Malo	<input type="checkbox"/>
	b. Segundo Orden	<input type="checkbox"/>		Bueno	<input type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	Malo	<input type="checkbox"/>
	c. Tercer Orden	<input type="checkbox"/>		Bueno	<input type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	Malo	<input type="checkbox"/>
5.1.2 Acuático (U)	a. Marítimo	<input type="checkbox"/>	Describir:						
	b. Lacustre	<input type="checkbox"/>	Describir:						
	c. Fluvial	<input type="checkbox"/>	Describir:						
5.1.3 Aéreo	<input type="checkbox"/>	Describir:							
Observaciones: LA VÍA A MUNDUG ES ASFALTADA.									
<b>5.2 Comunicación (M)</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
5.2.1 Telefonía (M)	<input checked="" type="checkbox"/>	a. Fija	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Móvil	<input type="checkbox"/>	c. Satelital	<input type="checkbox"/>		
5.2.2 Conexión a Internet (M)	<input checked="" type="checkbox"/>	a. Línea Telefónica	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Cable	<input type="checkbox"/>	c. Satélite	<input type="checkbox"/>		
	<input type="checkbox"/>	d. Redes inalámbricas	<input type="checkbox"/>	e. LMDS	<input type="checkbox"/>	f. Telefonía Móvil	<input type="checkbox"/>		
5.2.3 Radio Portátil (U)	<input checked="" type="checkbox"/>	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>				
Observaciones:									
<b>5.3 Señalización (M)</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
a. Señalización de aproximación al sitio	<input checked="" type="checkbox"/>	Estado (U)	Bueno	<input checked="" type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	Malo	<input type="checkbox"/>	
b. Señalética en el sitio	<input type="checkbox"/>		Bueno	<input type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	Malo	<input type="checkbox"/>	
Observaciones: EXISTE SEÑALIZACIÓN PARA LLEGAR AL CASERÍO.									
<b>5.4. Poblado Urbano Cercano más importante</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
5.4.1 Nombre del Poblado Urbano más importante: PATATE									
a. Distancia del atractivo al Poblado urbano más cercano:	8	Km	b. Tiempo de viaje al poblado urbano más cercano:	15 min.	horas/ minutos				
Observaciones: LA DISTANCIA Y TIEMPO SON APROXIMADOS.									

5.5. Tipo de Transporte y Frecuencia (M)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
5.5.1 Tipo	5.5.2 Frecuencia						
		a. Diaria	b. Semanal	c. Mensual	d. Eventual		
a. Bus	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		
b. Busetas	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		
c. Automóvil	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
d. 4x4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
e. Tren	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
f. Barco	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
g. Lancha / Canoa/ Bote	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
h. Avión	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
i. Avioneta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
j. Helicóptero	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
k. Otro	<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique: <a href="#">CAMIONETAS</a>					
Observaciones:		<a href="#">LOS BUSES Y BUSETAS SEÑALADOS SON CONTRATADOS POR GRUPOS DE VISITANTES.</a>					
6. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
6.1 Planta Turística (M)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Alojamiento	<input checked="" type="checkbox"/>	Establecimientos registrados:	1	Habitaciones:	2	Plazas:	6
b. Alimentos y Bebidas	<input checked="" type="checkbox"/>	Establecimientos registrados:	1	Mesas:	6	Plazas:	24
c. Agencias de viaje/Operadoras	<input type="checkbox"/>	Establecimientos Registrados:	0				
d. Intermediación	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
e. Transporte o movilización interno	<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique: <a href="#">COOPERATIVAS DE CAMIONETAS: REINA DEL VALLE, 4 DE FEBRERO ETC.</a>					
f. Guianza	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
g. Otros	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones:							

6.2 Facilidades en el entorno al atractivo (M)		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
6.2.1 Categoría	6.2.2. Tipo (M)	6.2.3 Cant.	6.2.4 Administrador	6.2.5 Coordenadas		6.2.6 Estado (U)			
				a. Lat.	b. Long.	B	R	M	
a. De apoyo a la gestión turística <input type="checkbox"/>	Punto de Información abierto <input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Punto de información cerrado <input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	I-Tur <input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de interpretación <input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de facilitación turística <input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de recepción - equipamiento de visitantes <input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. De observación y vigilancia <input type="checkbox"/>	Miradores <input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Torres de avistamiento de aves <input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Torres de observación de salvavidas <input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. De recorrido y descanso <input type="checkbox"/>	Senderos <input checked="" type="checkbox"/>	1.00	S/I		-1,288	-78,478	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Estaciones de sombra y descanso <input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Áreas de Acampar <input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Puentes de acceso a senderos <input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Refugio de alta montaña <input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Muelle <input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. De servicio <input type="checkbox"/>	Área de servicio de alimentación <input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Garitas de guardianía <input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Baterías sanitarias <input checked="" type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Estacionamientos <input checked="" type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. Otros <input type="checkbox"/>		Especifique:							
Observaciones:									
6.3 Complementarios (M)		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
a. Casa de cambio <input type="checkbox"/>	b. Alquiler y venta de equipo especializado <input type="checkbox"/>	c. Venta de Artesanías y merchandising <input type="checkbox"/>							
f. Cajero automático <input type="checkbox"/>	e. Taxis <input type="checkbox"/>	h. Otro <input type="checkbox"/>	Especifique:						
Observaciones:									
7. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO									
7.1 Atractivo (U)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
a. Conservado <input checked="" type="checkbox"/>	b. Alterado <input type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/>		d. Deteriorado <input type="checkbox"/>					
Observaciones: EL CASERÍO SE MANTIENE CONSERVADO POR LOS HABITANTES.									

<b>7.1.1 Factores de deterioro (M)</b>		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>	
<b>7.1.1.1 Naturales (M)</b>		<b>7.1.1.2 Antrópicos (M)</b>						
a. Erosión	<input type="checkbox"/>	a. Actividades Agrícolas	<input type="checkbox"/>	b. Actividades Ganaderas	<input type="checkbox"/>	c. Actividades Forestales	<input type="checkbox"/>	
b. Humedad	<input type="checkbox"/>	d. Actividades Extractivas / Minería	<input type="checkbox"/>	e. Actividades Industriales	<input type="checkbox"/>	f. Negligencia / Abandono	<input type="checkbox"/>	
c. Desastres Naturales	<input type="checkbox"/>	g. Huaquearía	<input type="checkbox"/>	h. Conflicto de tenencia	<input type="checkbox"/>	i. Condiciones de uso y exposición	<input type="checkbox"/>	
d. Flora/Fauna	<input type="checkbox"/>	j. Escaso o nulo mantenimiento	<input type="checkbox"/>	k. Contaminación del Ambiente	<input type="checkbox"/>	l. Generación de residuos	<input type="checkbox"/>	
e. Clima	<input type="checkbox"/>	m. Expansión urbana	<input type="checkbox"/>	n. Conflicto Político / Social	<input type="checkbox"/>	o. Desarrollo Industrial /	<input type="checkbox"/>	
Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:						
Observaciones:								
<b>7.2 Entorno (500 m) (U)</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>	
a. Conservado	<input type="checkbox"/>	b. Alterado	<input checked="" type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro	<input type="checkbox"/>	d. Deteriorado	<input type="checkbox"/>	
Observaciones: SECTORES DEL CASERÍO ESTÁN ALTERADOS POR EL HOMBRE POR LAS ACTIVIDADES AGRICOLAS QUE REALIZAN.								
<b>7.2.1 Factores de deterioro (M)</b>		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>	
<b>7.2.1.1 Naturales (M)</b>		<b>7.2.1.2 Antrópicos (M)</b>						
a. Erosión	<input type="checkbox"/>	a. Actividades Agrícolas	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Actividades Ganaderas	<input type="checkbox"/>	c. Actividades Forestales	<input type="checkbox"/>	
b. Humedad	<input type="checkbox"/>	d. Actividades Extractivas /	<input type="checkbox"/>	e. Actividades Industriales	<input type="checkbox"/>	f. Negligencia / Abandono	<input checked="" type="checkbox"/>	
c. Desastres Naturales	<input type="checkbox"/>	g. Huaquearía	<input type="checkbox"/>	h. Conflicto de tenencia	<input type="checkbox"/>	i. Condiciones de uso y exposición	<input type="checkbox"/>	
d. Flora/Fauna	<input type="checkbox"/>	j. Falta de mantenimiento	<input checked="" type="checkbox"/>	k. Contaminación del Ambiente	<input type="checkbox"/>	l. Generación de residuos	<input type="checkbox"/>	
e. Clima	<input type="checkbox"/>	m. Expansión urbana	<input type="checkbox"/>	n. Conflicto Político / Social	<input type="checkbox"/>	o. Desarrollo Industrial /	<input type="checkbox"/>	
Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:						
Observaciones: EL GAD DE PATATE DEBE CONSIDERAR LOS ÍTEMES SEÑALADOS PARA UNA MEJOR GESTIÓN DEL ATRACTIVO.								
<b>7.3 Armonía con el paisaje natural o cultural que lo rodea</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>	
a. El atractivo guarda armonía con el entorno (U)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>			
Observaciones: GUARDA ARMONÍA CON EL ENTORNO YA QUE LA CELEBRACIÓN NO GENERA IMPACTOS NEGATIVOS.								
<b>7.4. Declaratoria del Atractivo /Espacio/Destino</b>		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>	
a. Denominación:	b. Fecha de declaración:		c. Alcance:					
Observaciones:								
<b>7.5 Amenazas Naturales (M)</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>	
<b>7.5.1 Geológicas (M)</b>		<b>7.5.2 Meteorológicas (M)</b>						
a. Sismos	<input checked="" type="checkbox"/>	a. Huracanes						<input type="checkbox"/>
b. Erupciones volcánicas	<input type="checkbox"/>	b. Deslizamientos						<input type="checkbox"/>
c. Movimientos en masa-deslizamientos	<input type="checkbox"/>	c. Marejadas						<input type="checkbox"/>
d. Fallas Geológicas	<input type="checkbox"/>	d. Inundaciones						<input type="checkbox"/>
Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:						
Observaciones: DESDE 1949 NO SE HAN REGISTRADOS NUEVOS SISMOS CERCANOS AL LUGAR.								

<b>8. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
<b>8.1 Agua (M)</b>		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Potable	<input type="checkbox"/>	b. Pozo	<input type="checkbox"/>	c. Tanquero	<input type="checkbox"/>		
d. Entubada	<input checked="" type="checkbox"/>	e. Río, vertiente, acequia o canal	<input checked="" type="checkbox"/>	f. Lluvia	<input type="checkbox"/>		
g. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones: EXISTE AGUA ENTUBADA Y DEL RÍO LA USAN DE RIEGO.							
<b>8.2 Energía Eléctrica (M)</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Red de empresa eléctrica de Servicio Público:	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Panel Solar	<input type="checkbox"/>	c. Generador de corriente eléctrica	<input type="checkbox"/>		
d. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones: NO EXISTEN FALLAS EN ESTE SERVICIO.							
<b>8.3 Servicio de Alcantarillado (M)</b>		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Red Pública	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Pozo Ciego	<input type="checkbox"/>	c. Pozo Séptico	<input type="checkbox"/>	d. Con descarga directa al mar, río o quebrada	<input type="checkbox"/>
e. Letrina	<input type="checkbox"/>	f. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:			
Observaciones: EXISTE ALCANTARILLADO SÓLO EN EL CENTRO DEL CASERÍO.							
<b>8.4 Gestión de residuos generados por la actividad turística (M)</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Manejo de desechos (5R)	<input type="checkbox"/>	b. Carro Recolector	<input checked="" type="checkbox"/>	c. Terreno baldío o quebrada	<input type="checkbox"/>	d. Quema de basura	<input type="checkbox"/>
e. Basura arrojada al río, acequia o canal	<input type="checkbox"/>	f. Basura enterrada	<input type="checkbox"/>	g. Otro	<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique: BOTADERO	
Observaciones: LOS DESECHOS ORGÁNICOS SON USADOS POR LA POBLACIÓN PARA ELABORAR ABONOS ORGÁNICOS, GRAN CANTIDAD DE MATERIAL ES DEPOSITADO EN EL BOTADERO.							
<b>8.5 Salud (más cercano) (M)</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Hospital o Clínica	<input type="checkbox"/>	b. Puesto / Centro de salud	<input checked="" type="checkbox"/>	c. Dispensario Médico	<input type="checkbox"/>	d. Personal Capacitado en primeros auxilios y	<input type="checkbox"/>
Observaciones: CENTRO DE SALUD PATATE							
<b>8.6 Seguridad (M)</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Privada	<input type="checkbox"/>	b. Policía Nacional	<input checked="" type="checkbox"/>	c. Policía Metropolitana / Municipal	<input type="checkbox"/>		
d. Otra	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones: ECU 911/ UPC PATATE							
<b>9. POLÍTICAS Y REGULACIONES</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input checked="" type="checkbox"/>
<b>9.1. El atractivo se halla dentro de la planificación turística territorial (GAD'S) (U):</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	Especifique:	
<b>9.2. Se cumple con la normativa para actividades que se practican en el atractivo (U):</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	Especifique:	
<b>9.3. Nombre del Administrador:</b>		PRESIDENTE DEL CASERÍO					
<b>9.4. Tipo de Administrador (U)</b>							
a. Público	<input type="checkbox"/>	b. Privado	<input type="checkbox"/>	c. Comunitario	<input type="checkbox"/>	d. Otro	<input type="checkbox"/>
Especifique:						PÚBLICO-COMUNITARIO	

9.5. Contacto						
a. Nombre:	CARLOS ARCOS		b. Teléfono/Celular:	0979626947		
c. Correo Electrónico:	S/I		d. Página WEB:	S/I		
Observaciones:						
<b>10. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U)</b>						
	SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
<b>10.1 ATRACTIVOS NATURALES (M)</b>						
	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
<b>10.1.1 En el Agua (M)</b>						
	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Buceo	<input type="checkbox"/>	b. Kayak de mar / lacustre	<input type="checkbox"/>	c. Kayak de Río	<input type="checkbox"/>	
d. Kite Surf	<input type="checkbox"/>	e. Rafting	<input type="checkbox"/>	f. Snorkel	<input type="checkbox"/>	
g. Surf	<input type="checkbox"/>	h. Tubing	<input type="checkbox"/>	i. Regata	<input type="checkbox"/>	
j. Paseo en Panga / Bote / Lancha	<input type="checkbox"/>	k. Paseo en Moto Acuática / Parasailing / Esquí	<input type="checkbox"/>	l. Banana / Inflables	<input type="checkbox"/>	
m. Pesca Deportiva	<input type="checkbox"/>	n. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:		
Observaciones:						
<b>10.1.2 En el Aire (M)</b>						
	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Alas Delta	<input type="checkbox"/>	b. Canopy	<input type="checkbox"/>	c. Parapente	<input type="checkbox"/>	d Otro
Especifique:						
Observaciones:						
<b>10.1.3 En Superficie Terrestre (M)</b>						
	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Montañismo	<input type="checkbox"/>	b. Escalada	<input type="checkbox"/>	c. Senderismo	<input type="checkbox"/>	
d. Cicloturismo	<input type="checkbox"/>	e. Canyoning	<input type="checkbox"/>	f. Exploración de cuevas	<input type="checkbox"/>	
g. Actividades Recreativas	<input type="checkbox"/>	h. Cabalgata	<input type="checkbox"/>	i. Caminata	<input type="checkbox"/>	
j. Camping	<input type="checkbox"/>	k. Pícnic	<input type="checkbox"/>	l. Observación de flora y fauna	<input type="checkbox"/>	
m. Fotografía	<input type="checkbox"/>	n. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:		
Observaciones:						
<b>10.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U)</b>						
	SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
<b>10.2.1 Tangibles (M)</b>						
	SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Recorridos Guiados / Autoguiados	<input type="checkbox"/>	b. Exposiciones Temáticas Permanentes, Temporales y	<input type="checkbox"/>	c. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc.,	<input checked="" type="checkbox"/>	
d. Presentaciones Representaciones en vivo	<input type="checkbox"/>	e. Muestras Audiovisuales	<input type="checkbox"/>	f. Actividades Vivenciales y/o Lúdicas	<input type="checkbox"/>	
g. Fotografía	<input type="checkbox"/>	h. Información del lugar	<input type="checkbox"/>	i. Visita a Talleres	<input type="checkbox"/>	
j. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:				
Observaciones:						

<b>10.2.2 Intangibles (M)</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
10.2.2.1. Origen:	a. Ancestral	<input type="checkbox"/>	b. Histórico	<input checked="" type="checkbox"/>	c. Contemporáneo	<input type="checkbox"/>	
10.2.2.2. Simbolismo:	ADORACIÓN AL SEÑOR DE TERREMOTO		10.2.2.3. Fecha de celebración:	DICIEMBRE DE CADA AÑO			
10.2.2.4. Periodicidad:	a. Anual	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Ocasional	<input type="checkbox"/>	c. Otro	<input type="checkbox"/>	
10.2.2.5. Portadores:	a. Individuos	<input type="checkbox"/>	b. Colectivos	<input checked="" type="checkbox"/>	c. Instituciones	<input type="checkbox"/>	
10.2.2.6. Mantiene Costumbres y tradiciones:	SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>			
10.2.2.7. Características Específicas distintivas:	LA IMAGEN ES VENERADA POR CADA CASERÍO Y SE REALIZA UNA PROCESIÓN.						
10.2.2.8. Existe Información al respecto del Evento:	SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>			
10.2.2.9. Nivel de Organización:	a. Bueno	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Regular	<input type="checkbox"/>	c. Malo	<input type="checkbox"/>	
Observaciones:							
<b>11. DIFUSIÓN Y MEDIOS DE PROMOCIÓN DEL ATRACTIVO</b>		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
<b>11.1. Nivel de difusión del atractivo (u)</b>		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Local		<input type="checkbox"/>	b. Regional	<input type="checkbox"/>	c. Nacional	<input type="checkbox"/>	d. Internacional
Observaciones:							
<b>11.2. Medios de Promoción del Atractivo (M)</b>		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Página WEB	<input type="checkbox"/>	URL:					
b. Red Social	<input type="checkbox"/>	Nombre:					
c. Revistas Especializadas	<input type="checkbox"/>	Nombre:					
d. Material POP	<input type="checkbox"/>	Nombre:					
e. Oficina de Información Turística	<input type="checkbox"/>	Nombre:					
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa)	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
g. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones:							
<b>11.3. Asociación con otros Atractivos (mínimo 4)</b>		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Nombre del atractivo	b. Distancia (km)	c. Tiempo (h/m aprox.)	d. Coordenadas Geográficas				
			1. Latitud (grados decimales)	2. Longitud (grados decimales)			
CASCADA MUNDUG	3 km.	25 min.	-1,288	-78,478			
MIRADOR PLATUPAMBA	8 km	5 min.	-1,293	-78,471			
TÚNEL MUNDUG	2 km	5 min.	-1,294	-78,500			
BOSQUE NUBLADO SAN JORGE	10 km	15 min	-1,293	-78,471			
Observaciones:		PARA LLEGAR A LA CASCADA SE CALCULA EL TIEMPO CAMINANDO, LOS RESTANTES SON CALCULADOS EN CAMIONETA. LOS TIEMPOS SON APROXIMADOS.					

12. TIPO DE VISITANTE Y AFLUENCIA (M)			SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>			
<b>12.1 Afluencia (M)</b>		<b>12.2 Tipo (U)</b>		<b>12.3 Frecuencia (U)</b>							
a. Local	<input type="checkbox"/>	a. Turista	<input type="checkbox"/>	b. Excursionista	<input type="checkbox"/>	a. Alta	<input type="checkbox"/>	b. Media	<input type="checkbox"/>	c. Baja	<input type="checkbox"/>
b. Nacional	<input checked="" type="checkbox"/>	a. Turista	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Excursionista	<input type="checkbox"/>	a. Alta	<input type="checkbox"/>	b. Media	<input checked="" type="checkbox"/>	c. Baja	<input type="checkbox"/>
c. Extranjera	<input type="checkbox"/>	a. Turista	<input type="checkbox"/>	b. Excursionista	<input type="checkbox"/>	a. Alta	<input type="checkbox"/>	b. Media	<input type="checkbox"/>	c. Baja	<input type="checkbox"/>
Observaciones: POR LA FALTA DE DIFUSIÓN EL LUGAR NO ES VISITADO CONSTANTEMENTE.											
13. RECURSO HUMANO			SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>			
<b>13.1. Personal especializado en turismo (U):</b>			SI	<input checked="" type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>	Especifique: GUÍAS VOLUNTARIOS				
<b>13.2. Nivel de instrucción (U)</b>											
Primaria	<input type="checkbox"/>	Secundaria	<input type="checkbox"/>	Tercer Nivel	<input type="checkbox"/>	Cuarto Nivel	<input type="checkbox"/>	Otro	<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique: CURSOS DE GUÍAS Y FLORA Y FAUNA.	
<b>13.3 Manejo de Idiomas (M)</b>											
a. Inglés	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Alemán	<input type="checkbox"/>	c. Francés	<input type="checkbox"/>	d. Italiano	<input type="checkbox"/>	e. Chino	<input type="checkbox"/>	f. Otro	<input type="checkbox"/>
Observaciones: LOS GUÍAS SON VOLUNTARIOS DEL CASERÍO SU NIVEL DE INGLÉS ES DE UN 20%.											
14. DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO			SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>			
<p>El Quincenario es una celebración religiosa que se da cada año en el mes de diciembre, el parroco del cantón es el encargado de establecer la fecha del evento acorde con el calendario para que sea realizado un fin de semana completo. Esta celebración surge a raíz de la imagen encontrada en el terremoto de 1949 del señor venerado por el mismo nombre; los habitantes del cantón son debotos a esta imagen por el milagro que ellos manifiestan haber vivido en el suceso al aparecer la imagen bajo los escombros. De ahí los caseríos pertenecientes hacen procesiones para adorar su nombre y es en donde participa Mundug con la programación llevada a cabo por el cabildo y la comunidad. EL Quincenario comienza un día viernes en el que la imagen es traída por los pobladores mediante una procesión, seguidamente se festeja con una chamiza al anochecer del mismo día, a la mañana siguiente se realizan juegos tradicionales y se continúa con comparsas de danza folclórica. Para el día domingo se finaliza con la misa y veneración a la imagen.</p>											
FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)											
ELABORADO POR:				VALIDADO POR:				APROBADO POR:			
Apellido y Nombre		MARTÍNEZ ERIKA		Apellido y Nombre				Apellido y Nombre			
Institución		UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO		Institución				Institución			
Cargo		INVESTIGADORA		Cargo				Cargo			
Correo Electrónico		erikam811@hotmail.com		Correo Electrónico				Correo Electrónico			
Teléfono				Teléfono				Teléfono			
Firma				Firma				Firma			
Fecha				Fecha				Fecha			

## Túnel Mundug

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																		
Código del atractivo:	1	8	0	5	##	##	M	C	0	3	0	1	0	0	0	0		
	Provincia			Cantón			Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo	
<b>1. DATOS GENERALES</b>																		
<b>1.1 Nombre del Atractivo Turístico</b>																		
TÚNEL MUNDUG																		
<b>1.2 Categoría</b>					<b>1.3 Tipo</b>					<b>1.4 Subtipo</b>								
MANIFESTACIONES CULTURALES					REALIZACIONES TÉCNICAS Y CIENTÍFICAS					OBRAS DE INGENIERÍA								
<b>2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO TURÍSTICO</b>																		
<b>2.1 Provincia</b>					<b>2.2 Cantón</b>					<b>2.3 Parroquia</b>								
TUNGURAHUA					PATATE					PATATE								
<b>2.4 Calle Principal</b>					<b>2.5 Número</b>					<b>2.6 Transversal</b>								
VÍA MUNDUG					S/N					S/N								
<b>2.7 Barrio, Sector o Comuna</b>					<b>2.8 Sitio poblado más cercano</b>													
MUNDUG					CASERÍO MUNDUG													
<b>2.9 Latitud (grados decimales)</b>					<b>2.10 Longitud (grados decimales)</b> <a href="#">Click</a>					<b>2.11 Altura (msnm)</b>								
-1.294					-78.500					2.384								
<b>2.12 Inmerso en Espacio Turístico</b>					SI <input checked="" type="checkbox"/>		NO <input type="checkbox"/>					S/I <input type="checkbox"/>						
2.12.1 Nombre del Espacio Turístico:																		
Observaciones: <span style="color: #007bff;">Se encuentra en el entorno de la Cascada Mundug</span>																		
<b>3. CARACTERÍSTICAS CLIMATOLÓGICAS</b>																		
SI <input checked="" type="checkbox"/>					NO <input type="checkbox"/>					S/I <input type="checkbox"/>								
<b>3.1. Clima</b>			<b>3.2 Temperatura(°C)</b>			<b>3.3 Precipitación Pluviométrica (mm)</b>												
Templado, seco primaveral.			16-18			888 mm.												
<b>4. ACCESIBILIDAD AL ATRACTIVO TURÍSTICO</b>																		
<b>4.1 Tipo de Ingreso (u)</b>					SI <input checked="" type="checkbox"/>		NO <input type="checkbox"/>					S/I <input type="checkbox"/>						
<b>4.1.1 Libre</b> (Continuar 4.1.4) <input checked="" type="checkbox"/>					<b>4.1.2 Restringido</b> (Continuar observaciones)					0		<b>4.1.3 Pagado</b> (Continuar siguiente)					0	
<b>4.1.3.1 Precio</b> (Tarifa mínima y máxima):					a. Desde \$					0		b. Hasta \$					0	
<b>4.1.3.2 Forma de Pago</b> (M):					a. Efectivo <input type="checkbox"/>					b. Dinero Electrónico <input type="checkbox"/>								
					c. Tarjeta de Débito <input type="checkbox"/>					d. Tarjeta de Crédito <input type="checkbox"/>								
					e. Transferencia Bancaria <input type="checkbox"/>					f. Cheque <input type="checkbox"/>								
<b>4.1.4 Horario:</b>					a. Hora de Ingreso: <span style="color: #007bff;">08:00</span>					b. Hora de Salida: <span style="color: #007bff;">17:00:00 p. m.</span>								
<b>4.1.5 Atención</b> (u):					a. Todos los días <input checked="" type="checkbox"/>					c. Fines de Semana y Feriados <input type="checkbox"/>								
					b. Sólo días hábiles <input type="checkbox"/>					d. Otro. <span style="color: #007bff;">0</span> Especifique:								
Observaciones: <span style="color: #007bff;">AL SER UN LUGAR DE ACCESO PÚBLICO NO TIENE UN HORARIO ESTABLECIDO, SIN EMBARGO EL PRESIDENTE DEL CASERÍO SUGIERE EL HORARIO PROPUESTO EN EL ITEM 4.1.4.</span>																		

<b>4.2 Temporalidad (M)</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
a. Alta (meses)	<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique:		NOVIEMBRE-MAYO					
b. Baja (meses)	<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique:		JUNIO-AGOSTO					
Observaciones:		SE CONSIDERAN LAS TEMPORADAS EN LOS MESES ESTABLECIDOS POR LAS PRECIPITACIONES QUE EXISTEN EN EL CASERÍO.							
<b>4.3 Facilidades para personas con discapacidad (M).</b>		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
a. Rampas	<input type="checkbox"/>	b. Baterías Sanitarias adecuadas	<input type="checkbox"/>	c. Personal Calificado	<input type="checkbox"/>				
d. Sistema Braille	<input type="checkbox"/>	e. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones:									
<b>5. CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO TURÍSTICO</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
<b>5.1 Acceso (M)</b>		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
5.1.1 Terrestre (U)	a. Primer Orden	<input checked="" type="checkbox"/>	Estado (U)	Bueno	<input checked="" type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	Malo	<input type="checkbox"/>
	b. Segundo Orden	<input type="checkbox"/>		Bueno	<input type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	Malo	<input type="checkbox"/>
	c. Tercer Orden	<input checked="" type="checkbox"/>		Bueno	<input type="checkbox"/>	Regular	<input checked="" type="checkbox"/>	Malo	<input type="checkbox"/>
5.1.2 Acuático (U)	a. Marítimo	<input type="checkbox"/>	Describir:						
	b. Lacustre	<input type="checkbox"/>	Describir:						
	c. Fluvial	<input type="checkbox"/>	Describir:						
5.1.3 Aéreo	<input type="checkbox"/>	Describir:							
Observaciones:		LA VÍA MUNDUG QUE DIRIGE AL TUNEL ES ASFALTADA, SIN EMBARGO EL INGRESO AL ATRACTIVO NO TIENE MATERIAL DEFINIDO.							
<b>5.2 Comunicación (M)</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
5.2.1 Telefonía (M)	<input checked="" type="checkbox"/>	a. Fija	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Móvil	<input checked="" type="checkbox"/>	c. Satelital	<input type="checkbox"/>		
5.2.2 Conexión a Internet (M)	<input type="checkbox"/>	a. Línea Telefónica	<input type="checkbox"/>	b. Cable	<input type="checkbox"/>	c. Satélite	<input type="checkbox"/>		
	<input type="checkbox"/>	d. Redes inalámbricas	<input type="checkbox"/>	e. LMDS	<input type="checkbox"/>	f. Telefonía Móvil	<input type="checkbox"/>		
5.2.3 Radio Portátil (U)	<input type="checkbox"/>	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>				
Observaciones:		LAS SEÑALADAS SE ENCUENTRAN A UN RANGO APROXIMADO DE 200 m.							
<b>5.3 Señalización (M)</b>		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
a. Señalización de aproximación al sitio	<input type="checkbox"/>	Estado (U)	Bueno	<input type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	Malo	<input type="checkbox"/>	
b. Señalética en el sitio	<input type="checkbox"/>		Bueno	<input type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	Malo	<input type="checkbox"/>	
Observaciones:		NO EXISTE SEÑALIZACIÓN NI SEÑALÉTICA.							
<b>5.4. Poblado Urbano Cercano más importante</b>		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
5.4.1 Nombre del Poblado Urbano más importante:		PATATE							
a. Distancia del atractivo al Poblado urbano más cercano:	8	Km	b. Tiempo de viaje al poblado urbano más cercano:	15 min.	horas/ minutos				
Observaciones:		EL TIEMPO Y DISTANCIA SON APROXIMADOS.							

5.5. Tipo de Transporte y Frecuencia (M)		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>	
5.5.1 Tipo		5.5.2 Frecuencia						
		a. Diaria	b. Semanal	c. Mensual	d. Eventual			
a. Bus	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
b. Busetas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
c. Automóvil	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
d. 4x4	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
e. Tren	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
f. Barco	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
g. Lancha / Canoa/ Bote	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
h. Avión	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
i. Avioneta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
j. Helicóptero	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
k. Otro	<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique: CAMIONETAS.						
Observaciones:		EXISTEN COOPERATIVAS DE CAMIONETAS COMO REINA DEL VALLE QUE SE PUEDEN TOMAR EN EL PARQUE CENTRAL DE PATATE A DIARIO.						
<b>6. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>	
<b>6.1 Planta Turística (M)</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>	
a. Alojamiento	<input checked="" type="checkbox"/>	Establecimientos registrados:	1	Habitaciones:	2	Plazas:	6	
b. Alimentos y Bebidas	<input checked="" type="checkbox"/>	Establecimientos registrados:	1	Mesas:	0	Plazas:	0	
c. Agencias de viaje/Operadoras	<input type="checkbox"/>	Establecimientos Registrados:	0					
d. Intermediación	<input type="checkbox"/>	Especifique:						
e. Transporte o movilización interno	<input type="checkbox"/>	Especifique:						
f. Guianza	<input type="checkbox"/>	Especifique:						
g. Otros	<input type="checkbox"/>	Especifique:						
Observaciones:		EL NUMERO DE ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS CORRESPONDE AL RESTAURANTE MIRADOR UBICADO VÍA A MUNDUG, SIENDO EL MÁS CERCANO AL ATRACTIVO.						
<b>6.2 Facilidades en el entorno al atractivo (M)</b>		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>	
6.2.1 Categoría	6.2.2. Tipo (M)	6.2.3 Cant.	6.2.4 Administrador	6.2.5 Coordenadas		6.2.6 Estado (U)		
				a. Lat.	b. Long.	B	R	M
a. De apoyo a la gestión turística <input type="checkbox"/>	Punto de información abierto	<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Punto de información cerrado	<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	I-Tur	<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de interpretación	<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de facilitación turística	<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. De observación y vigilancia <input type="checkbox"/>	Centro de recepción - equipamiento de visitantes	<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Miradores	<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Torres de avistamiento de aves	<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. De recorrido y descanso <input type="checkbox"/>	Torres de observación de salvavidas	<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Senderos	<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Estaciones de sombra y descanso	<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Áreas de Acampar	<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Puentes de acceso a senderos	<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Refugio de alta montaña	<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. De servicio <input type="checkbox"/>	Muelle	<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Área de servicio de alimentación	<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Garitas de guardianía	<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Baterías sanitarias	<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. Otros	<input type="checkbox"/>	Especifique:						
Observaciones:								

<b>6.3 Complementarios (M)</b>		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Casa de cambio	<input type="checkbox"/>	b. Alquiler y venta de equipo especializado	<input type="checkbox"/>	c. Venta de Artesanías y merchandising	<input type="checkbox"/>		
f. Cajero automático	<input type="checkbox"/>	e. Taxis	<input type="checkbox"/>	h. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:	
Observaciones:							
<b>7. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
<b>7.1 Atractivo (u)</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Conservado	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Alterado	<input type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro	<input checked="" type="checkbox"/>	d. Deteriorado	<input type="checkbox"/>
Observaciones: EL TÚNEL SE ENCUENTRA CONSERVADO POR LOS HABITANTES DEL LUGAR.							
<b>7.1.1 Factores de deterioro (M)</b>		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
<b>7.1.1.1 Naturales (M)</b>		<b>7.1.1.2 Antrópicos (M)</b>					
a. Erosión	<input type="checkbox"/>	a. Actividades Agrícolas	<input type="checkbox"/>	b. Actividades Ganaderas	<input type="checkbox"/>	c. Actividades Forestales	<input type="checkbox"/>
b. Humedad	<input type="checkbox"/>	d. Actividades Extractivas / Minería	<input type="checkbox"/>	e. Actividades Industriales	<input type="checkbox"/>	f. Negligencia / Abandono	<input type="checkbox"/>
c. Desastres Naturales	<input type="checkbox"/>	g. Huaquearías	<input type="checkbox"/>	h. Conflicto de tenencia	<input type="checkbox"/>	i. Condiciones de uso y exposición	<input type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna	<input type="checkbox"/>	j. Escaso o nulo mantenimiento	<input type="checkbox"/>	k. Contaminación del Ambiente	<input type="checkbox"/>	l. Generación de residuos	<input type="checkbox"/>
e. Clima	<input type="checkbox"/>	m. Expansión urbana	<input type="checkbox"/>	n. Conflicto Político / Social	<input type="checkbox"/>	o. Desarrollo Industrial /	<input type="checkbox"/>
Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones:							
<b>7.2 Entorno (500 m) (u)</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Conservado	<input type="checkbox"/>	b. Alterado	<input type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro	<input checked="" type="checkbox"/>	d. Deteriorado	<input type="checkbox"/>
Observaciones: LOS ALREDEDORES SE ENCUENTRAN EN PROCESO DE DETERIORO POR LA INTERVENCIÓN DEL HOMBRE.							
<b>7.2.1 Factores de deterioro (M)</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
<b>7.2.1.1 Naturales (M)</b>		<b>7.2.1.2 Antrópicos (M)</b>					
a. Erosión	<input type="checkbox"/>	a. Actividades Agrícolas	<input type="checkbox"/>	b. Actividades Ganaderas	<input type="checkbox"/>	c. Actividades Forestales	<input checked="" type="checkbox"/>
b. Humedad	<input type="checkbox"/>	d. Actividades Extractivas /	<input type="checkbox"/>	e. Actividades Industriales	<input type="checkbox"/>	f. Negligencia / Abandono	<input type="checkbox"/>
c. Desastres Naturales	<input type="checkbox"/>	g. Huaquearías	<input type="checkbox"/>	h. Conflicto de tenencia	<input type="checkbox"/>	i. Condiciones de uso y exposición	<input type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna	<input type="checkbox"/>	j. Falta de mantenimiento	<input type="checkbox"/>	k. Contaminación del Ambiente	<input type="checkbox"/>	l. Generación de residuos	<input type="checkbox"/>
e. Clima	<input type="checkbox"/>	m. Expansión urbana	<input type="checkbox"/>	n. Conflicto Político / Social	<input type="checkbox"/>	o. Desarrollo Industrial /	<input type="checkbox"/>
Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones: LA QUEMA DE LA MALA HIERBA PROVOCA UN IMPACTO NEGATIVO PARA LOS ALREDEDORES.							
<b>7.3 Armonía con el paisaje natural o cultural que lo rodea</b>		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. El atractivo guarda armonía con el entorno (u)	SI	<input type="checkbox"/>		NO	<input checked="" type="checkbox"/>		
Observaciones: EL ENTORNO DEL LUGAR SE HA VISTO DETERIORADO POR LA FALTA DE CONSERVACIÓN DE LOS HABITANTES A SUS ALREDEDORES.							
<b>7.4. Declaratoria del Atractivo /Espacio/Destino</b>		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Denominación:		b. Fecha de declaración:		c. Alcance:			
Observaciones:							

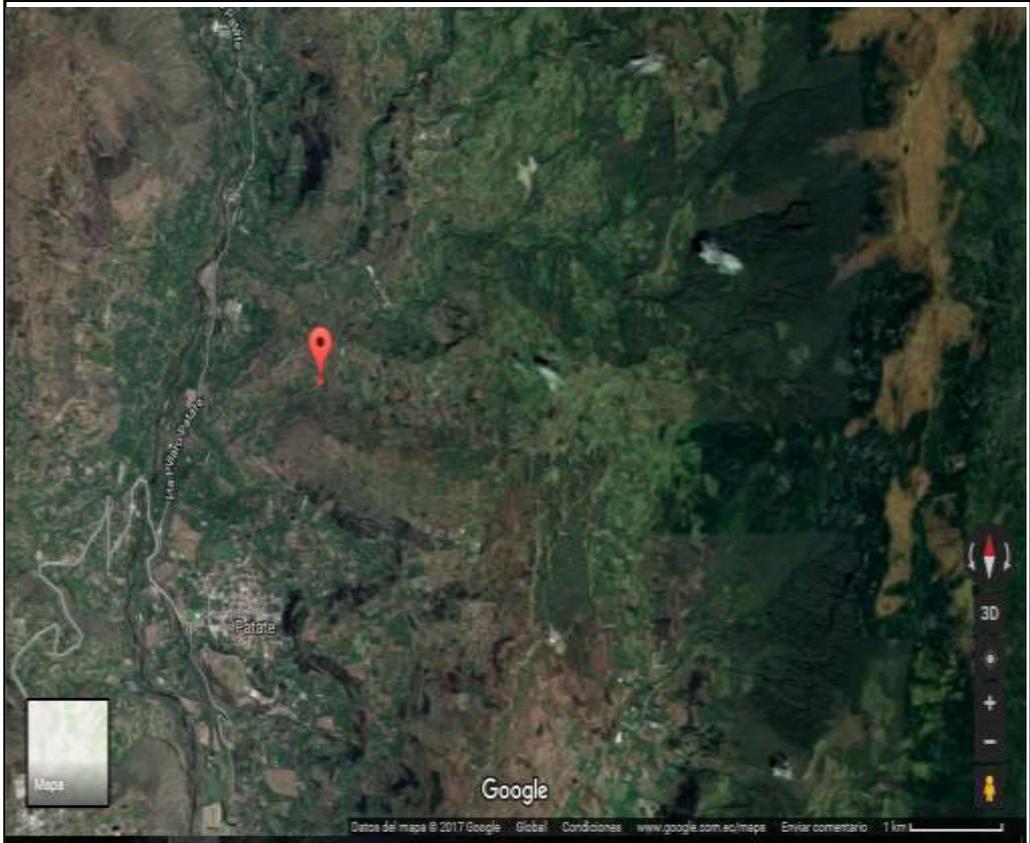
<b>7.5 Amenazas Naturales (M)</b>	SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
<b>7.5.1 Geológicas (M)</b>	<b>7.5.2 Meteorológicas (M)</b>					
a. Sismos	<input checked="" type="checkbox"/>		a. Huracanes	<input type="checkbox"/>		
b. Erupciones volcánicas	<input type="checkbox"/>		b. Deslizamientos	<input type="checkbox"/>		
c. Movimientos en masa-deslizamientos	<input type="checkbox"/>		c. Marejadas	<input type="checkbox"/>		
d. Fallas Geológicas	<input type="checkbox"/>		d. Inundaciones	<input type="checkbox"/>		
Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:				
Observaciones: DESDE 1949 NO SE HAN REGISTRADOS NUEVOS SISMOS CERCANOS AL LUGAR.						
<b>8. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA</b>	SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
<b>8.1 Agua (M)</b>	SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Potable	<input type="checkbox"/>	b. Pozo	<input type="checkbox"/>	c. Tanquero	<input type="checkbox"/>	
d. Entubada	<input type="checkbox"/>	e. Río, vertiente, acequia o canal	<input checked="" type="checkbox"/>	f. Lluvia	<input type="checkbox"/>	
g. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:				
Observaciones: EL AGUA PROVIENE DEL PÁRAMO.						
<b>8.2 Energía Eléctrica (M)</b>	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Red de empresa eléctrica de Servicio Público:	<input type="checkbox"/>	b. Panel Solar	<input type="checkbox"/>	c. Generador de corriente eléctrica	<input type="checkbox"/>	
d. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:				
Observaciones: EL ATRACTIVO NO CUENTA CON ENERGÍA ELÉCTRICA, SIN EMBARGO LA COMUNIDAD MÁS CERCANA SI LA POSEE.						
<b>8.3 Servicio de Alcantarillado (M)</b>	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Red Pública	<input type="checkbox"/>	b. Pozo Ciego	<input type="checkbox"/>	c. Pozo Séptico	<input type="checkbox"/>	d. Con descarga directa al mar, río o quebrada
e. Letrina	<input type="checkbox"/>	f. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:		
Observaciones: NO EXISTE EFICIENCIA EN ESTE SERVICIO.						
<b>8.4 Gestión de residuos generados por la actividad turística (M)</b>	SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Manejo de desechos (SR)	<input type="checkbox"/>	b. Carro Recolector	<input type="checkbox"/>	c. Terreno baldío o quebrada	<input type="checkbox"/>	d. Quema de basura
e. Basura arrojada al río, acequia o canal	<input type="checkbox"/>	f. Basura enterrada	<input type="checkbox"/>	g. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:
Observaciones: LOS DESECHOS ORGANICOS SON USADOS POR LA POBLACION PARA ELABORAR ABONOS ORGANICOS, GRAN CANTIDAD DE MATERIAL ES DEPOSITADO EN EL BOTADERO.						
<b>8.5 Salud (más cercano) (M)</b>	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Hospital o Clínica	<input type="checkbox"/>	b. Puesto / Centro de salud	<input checked="" type="checkbox"/>	c. Dispensario Médico	<input type="checkbox"/>	d. Personal Capacitado en primeros auxilios y
Observaciones: CENTRO DE SALUD PATATE						
<b>8.6 Seguridad (M)</b>	SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Privada	<input type="checkbox"/>	b. Policía Nacional	<input checked="" type="checkbox"/>	c. Policía Metropolitana / Municipal	<input type="checkbox"/>	
d. Otra	<input type="checkbox"/>	Especifique:				
Observaciones: ECU 911/ UPC PATATE						
<b>9. POLÍTICAS Y REGULACIONES</b>	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input checked="" type="checkbox"/>
9.1. El atractivo se halla dentro de la planificación turística territorial (GAD'S) (U):	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	Especifique:	
9.2. Se cumple con la normativa para actividades que se practican en el atractivo (U):	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	Especifique:	
9.3. Nombre del Administrador:	PRESIDENTE DEL CASERÍO					

<b>9.4. Tipo de Administrador (u)</b>			
a. Público	<input type="checkbox"/>	b. Privado	<input type="checkbox"/>
c. Comunitario	<input type="checkbox"/>	d. Otro	<input type="checkbox"/>
Especifique:		PÚBLICO-COMUNITARIO	
<b>9.5. Contacto</b>			
a. Nombre:	CARLOS ARCOS	b. Teléfono/Celular:	0979626947
c. Correo Electrónico:	S/I	d. Página WEB:	S/I
Observaciones:			
<b>10. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (u)</b>			
SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>
S/I	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
<b>10.1 ATRACTIVOS NATURALES (m)</b>			
SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>
S/I	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
<b>10.1.1 En el Agua (m)</b>			
SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>
S/I	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Buceo	<input type="checkbox"/>	b. Kayak de mar / lacustre	<input type="checkbox"/>
c. Kayak de Río	<input type="checkbox"/>	d. Kite Surf	<input type="checkbox"/>
e. Rafting	<input type="checkbox"/>	f. Snorkel	<input type="checkbox"/>
g. Surf	<input type="checkbox"/>	h. Tubing	<input type="checkbox"/>
i. Regata	<input type="checkbox"/>	j. Paseo en Panga / Bote / Lancha	<input type="checkbox"/>
k. Paseo en Moto Acuática / Parasailing / Esquí	<input type="checkbox"/>	l. Banana / Inflables	<input type="checkbox"/>
m. Pesca Deportiva	<input type="checkbox"/>	n. Otro	<input type="checkbox"/>
Especifique:			
Observaciones:			
<b>10.1.2 En el Aire (m)</b>			
SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>
S/I	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Alas Delta	<input type="checkbox"/>	b. Canopy	<input type="checkbox"/>
c. Parapente	<input type="checkbox"/>	d. Otro	<input type="checkbox"/>
Especifique:			
Observaciones:			
<b>10.1.3 En Superficie Terrestre (m)</b>			
SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>
S/I	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Montañismo	<input type="checkbox"/>	b. Escalada	<input type="checkbox"/>
c. Senderismo	<input type="checkbox"/>	d. Cicloturismo	<input type="checkbox"/>
e. Canyoning	<input type="checkbox"/>	f. Exploración de cuevas	<input checked="" type="checkbox"/>
g. Actividades Recreativas	<input type="checkbox"/>	h. Cabalgata	<input type="checkbox"/>
i. Caminata	<input checked="" type="checkbox"/>	j. Camping	<input type="checkbox"/>
k. Pícnic	<input type="checkbox"/>	l. Observación de flora y fauna	<input type="checkbox"/>
m. Fotografía	<input checked="" type="checkbox"/>	n. Otro	<input type="checkbox"/>
Especifique:			
Observaciones: EN LA CAMINATA A TRAVÉS DEL TUNEL SE PUEDE APRECIA A LOS MURCIÉLAGOS QUE HAN HECHO DEL LUGAR SU VIVIENDA.			
<b>10.2 ATRACTIVOS CULTURALES (u)</b>			
SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>
S/I	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
<b>10.2.1 Tangibles (m)</b>			
SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>
S/I	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Recorridos Guiados / Autoguiados	<input type="checkbox"/>	b. Exposiciones Temáticas Permanentes, Temporales y	<input type="checkbox"/>
c. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc.,	<input type="checkbox"/>	d. Presentaciones o Representaciones en vivo	<input type="checkbox"/>
e. Muestras Audiovisuales	<input type="checkbox"/>	f. Actividades Vivenciales y/o Lúdicas	<input type="checkbox"/>
g. Fotografía	<input type="checkbox"/>	h. Información del lugar	<input type="checkbox"/>
i. Visita a Talleres	<input type="checkbox"/>	j. Otro	<input type="checkbox"/>
Especifique:			
Observaciones:			

<b>10.2.2 Intangibles (M)</b>		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>				
10.2.2.1. Origen:	a. Ancestral	<input type="checkbox"/>	b. Histórico	<input type="checkbox"/>	c. Contemporáneo	<input type="checkbox"/>					
10.2.2.2. Simbolism	10.2.2.3. Fecha de celebración:										
10.2.2.4. Periodicidad:	a. Anual	<input type="checkbox"/>	b. Ocasional	<input type="checkbox"/>	c. Otro	<input type="checkbox"/>					
10.2.2.5. Portadores:	a. Individuos	<input type="checkbox"/>	b. Colectivos	<input type="checkbox"/>	c. Instituciones	<input type="checkbox"/>					
10.2.2.6. Mantiene Costumbres y tradiciones:	SI			<input type="checkbox"/>	NO			<input type="checkbox"/>			
10.2.2.7. Características Específicas distintivas:											
10.2.2.8. Existe Información al respecto del Evento:	SI			<input type="checkbox"/>	NO			<input type="checkbox"/>			
10.2.2.9. Nivel de Organización:	a. Bueno	<input type="checkbox"/>	b. Regular	<input type="checkbox"/>	c. Malo	<input type="checkbox"/>					
Observaciones:											
<b>11. DIFUSIÓN Y MEDIOS DE PROMOCIÓN DEL ATRACTIVO</b>		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>				
<b>11.1. Nivel de difusión del atractivo (u)</b>		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>				
a. Local		<input type="checkbox"/>	b. Regional	<input type="checkbox"/>	c. Nacional	<input type="checkbox"/>	d. Internacional	<input type="checkbox"/>			
Observaciones:											
<b>11.2. Medios de Promoción del Atractivo (M)</b>		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>				
a. Página WEB	<input type="checkbox"/>	URL:									
b. Red Social	<input type="checkbox"/>	Nombre:									
c. Revistas Especializadas	<input type="checkbox"/>	Nombre:									
d. Material POP	<input type="checkbox"/>	Nombre:									
e. Oficina de Información Turística	<input type="checkbox"/>	Nombre:									
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa)	<input type="checkbox"/>	Especifique:									
g. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:									
Observaciones:											
<b>11.3. Asociación con otros Atractivos (mínimo 4)</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>				
a. Nombre del atractivo	b. Distancia (km)	c. Tiempo (h/m aprox.)	d. Coordenadas Geográficas								
			1. Latitud (grados decimales)	2. Longitud (grados decimales)							
CASCADA MUNDUG	7 km.	10 min.	-1,288	-78,478							
MIRADOR PLATUPAMBA	7 km	10 min.	-1,293	-78,471							
MIRADOR ISHAKINA	2 km	8 min.	-1,298	-78,498							
BOSQUE NUBLADO SAN JORGE	1,3 km	1 hora	-1,293	-78,471							
Observaciones: PARA LLEGAR AL BOSQUE NUBLADO SE CALCULA EL TIEMPO CAMINANDO, LOS RESTANTES SON CALCULADOS EN CAMIONETA. LOS TIEMPOS SON APROXIMADOS.											
<b>12. TIPO DE VISITANTE Y AFLUENCIA (M)</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>				
<b>12.1 Afluencia (M)</b>	<b>12.2 Tipo (U)</b>		<b>12.3 Frecuencia (U)</b>								
a. Local	<input type="checkbox"/>	a. Turista	<input type="checkbox"/>	b. Excursionista	<input type="checkbox"/>	a. Alta	<input type="checkbox"/>	b. Media	<input type="checkbox"/>	c. Baja	<input type="checkbox"/>
b. Nacional	<input checked="" type="checkbox"/>	a. Turista	<input type="checkbox"/>	b. Excursionista	<input checked="" type="checkbox"/>	a. Alta	<input type="checkbox"/>	b. Media	<input checked="" type="checkbox"/>	c. Baja	<input type="checkbox"/>
c. Extranjera	<input type="checkbox"/>	a. Turista	<input type="checkbox"/>	b. Excursionista	<input type="checkbox"/>	a. Alta	<input type="checkbox"/>	b. Media	<input type="checkbox"/>	c. Baja	<input type="checkbox"/>
Observaciones: POR LA FALTA DE DIFUSIÓN EL LUGAR NO ES VISITADO CONSTANTEMENTE.											

<b>13. RECURSO HUMANO</b>	SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>					
<b>13.1. Personal especializado en turismo (u):</b>	SI	<input checked="" type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>	Especifique:	GUÍAS VOLUNTARIOS					
<b>13.2. Nivel de instrucción (u)</b>											
Primaria	<input type="checkbox"/>	Secundaria	<input type="checkbox"/>	Tercer Nivel	<input type="checkbox"/>	Cuarto Nivel	<input type="checkbox"/>	Otro	<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique:	CURSOS DE GUÍAS Y FLORA Y FAUNA.
<b>13.3 Manejo de Idiomas (M)</b>											
a. Inglés	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Alemán	<input type="checkbox"/>	c. Francés	<input type="checkbox"/>	d. Italiano	<input type="checkbox"/>	e. Chino	<input type="checkbox"/>	f. Otro	<input type="checkbox"/>
Observaciones:							LOS GUÍAS SON VOLUNTARIOS DEL CASERÍO SU NIVEL DE INGLÉS ES DE UN 20%.				
<b>14. DESCRIPCION DEL ATRACTIVO</b>	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>					
<p>El túnel Mundug se encuentra ubicado en la vía a Mundug, cerca del restaurante mirador "La Montaña". Este túnel fue construido por los habitantes para mejorar el paso de agua de riegos desde el río, pero con el paso del tiempo se ha convertido en la vivienda de murciélagos y por ello se ha convertido en un atractivo para el visitante. Para pasar por el túnel es necesario el uso de linternas y ropa adecuada debido al agua que cae en el sitio, la caminata es de una duración aproximada de 40 min. y finaliza en el paradero Monte María, se vive una experiencia inolvidable al estar en contacto con estos animales en completa oscuridad.</p>											
<b>15. ANEXOS</b>	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>					
<b>a. Archivo Fotográfico (dos)</b>											
											
Fuente: MARTÍNEZ, Erika (2017)											

**c. Ubicación gráfica del Atractivo**



**Fuente:**

FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)		
ELABORADO POR:	VALIDADO POR:	APROBADO POR:
Apellido y Nombre	Apellido y Nombre	Apellido y Nombre
Institución	Institución	Institución
Cargo	Cargo	Cargo
Correo Electrónico	Correo Electrónico	Correo Electrónico
Teléfono	Teléfono	Teléfono
Firma	Firma	Firma
Fecha	Fecha	Fecha

## Huertos

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																
Código del atractivo:	1	8	0	5	##	##	M	C	0	3	0	3	0	0	0	0
	Provincia		Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo	
<b>1. DATOS GENERALES</b>																
<b>1.1 Nombre del Atractivo Turístico</b>																
INVERNADERO MUNDUG																
<b>1.2 Categoría</b>				<b>1.3 Tipo</b>				<b>1.4 Subtipo</b>								
MANIFESTACIONES_CULTURALES				REALIZACIONES_TÉCNICAS_Y_CIENTÍFICAS				EXPLOTACIONES_AGROPECUARIAS_Y_PESQUERAS								
<b>2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO TURÍSTICO</b>																
<b>2.1 Provincia</b>				<b>2.2 Cantón</b>				<b>2.3 Parroquia</b>								
TUNGURAHUA				PATATE				PATATE								
<b>2.4 Calle Principal</b>				<b>2.5 Número</b>				<b>2.6 Transversal</b>								
S/N				S/N				S/N								
<b>2.7 Barrio, Sector o Comuna</b>				<b>2.8 Sitio poblado más cercano</b>												
MUNDUG				CASERÍO MUNDUG												
<b>2.9 Latitud (grados decimales)</b>				<b>2.10 Longitud (grados decimales)</b> <a href="#">Click</a>				<b>2.11 Altura (msnm)</b>								
-1.294				-78.500				2.384								
<b>2.12 Inmerso en Espacio Turístico</b>				SI <input checked="" type="checkbox"/>		NO <input type="checkbox"/>		S/I <input type="checkbox"/>								
2.12.1 Nombre del Espacio Turístico:																
Observaciones: <a href="#">Se encuentra en el entorno de la Cascada Mundug</a>																
<b>3. CARACTERÍSTICAS CLIMATOLÓGICAS</b>																
SI <input checked="" type="checkbox"/>				NO <input type="checkbox"/>				S/I <input type="checkbox"/>								
3.1. Clima <a href="#">Templado, seco primaveral.</a>				3.2 Temperatura(°C) <a href="#">16-18</a>				3.3 Precipitación Pluviométrica (mm) <a href="#">888 mm.</a>								
<b>4. ACCESIBILIDAD AL ATRACTIVO TURÍSTICO</b>																
SI <input checked="" type="checkbox"/>				NO <input type="checkbox"/>				S/I <input type="checkbox"/>								
<b>4.1 Tipo de Ingreso (U)</b>				SI <input checked="" type="checkbox"/>				NO <input type="checkbox"/>				S/I <input type="checkbox"/>				
4.1.1 Libre (Continuar 4.1.4) <input checked="" type="checkbox"/>				4.1.2 Restringido (Continuar observaciones) <a href="#">0</a>				4.1.3 Pagado (Continuar siguiente) <a href="#">0</a>								
4.1.3.1 Precio (Tarifa mínima y máxima):				a. Desde \$ <a href="#">0</a>				b. Hasta \$ <a href="#">0</a>								
4.1.3.2 Forma de Pago (M):				a. Efectivo <input type="checkbox"/>				b. Dinero Electrónico <input type="checkbox"/>								
				c. Tarjeta de Débito <input type="checkbox"/>				d. Tarjeta de Crédito <input type="checkbox"/>								
				e. Transferencia Bancaria <input type="checkbox"/>				f. Cheque <input type="checkbox"/>								
4.1.4 Horario:				a. Hora de Ingreso: <a href="#">08:00</a>				b. Hora de Salida: <a href="#">17:00:00 p. m.</a>								
4.1.5 Atención (U):				a. Todos los días <input checked="" type="checkbox"/>				c. Fines de Semana y Feriados <input type="checkbox"/>								
				b. Sólo días hábiles <input type="checkbox"/>				d. Otro. <a href="#">0</a> Especifique:								
Observaciones: <a href="#">AL SER UN LUGAR DE ACCESO PÚBLICO NO TIENE UN HORARIO ESTABLECIDO, SIN EMBARGO EL PRESIDENTE DEL CASERÍO SUGIERE EL HORARIO PROPUESTO EN EL ÍTEM 4.1.4.</a>																

<b>4.2 Temporalidad (M)</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
a. Alta (meses)	<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique:		NOVIEMBRE-MAYO					
b. Baja (meses)	<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique:		JUNIO-AGOSTO					
Observaciones:		SE CONSIDERAN LAS TEMPORADAS EN LOS MESES ESTABLECIDOS POR LAS PRECIPITACIONES QUE EXISTEN EN EL CASERÍO Y EL TIEMPO PARA QUE LOS HUERTOS DEN FRUTOS.							
<b>4.3 Facilidades para personas con discapacidad (M).</b>		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
a. Rampas	<input type="checkbox"/>	b. Baterías Sanitarias adecuadas	<input type="checkbox"/>	c. Personal Calificado		<input type="checkbox"/>			
d. Sistema Braille	<input type="checkbox"/>	e. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones:									
<b>5. CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO TURÍSTICO</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
<b>5.1 Acceso (M)</b>		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
5.1.1 Terrestre (U)	a. Primer Orden	<input checked="" type="checkbox"/>	Estado (U)	Bueno	<input checked="" type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	Malo	<input type="checkbox"/>
	b. Segundo Orden	<input type="checkbox"/>		Bueno	<input type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	Malo	<input type="checkbox"/>
	c. Tercer Orden	<input type="checkbox"/>		Bueno	<input type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	Malo	<input type="checkbox"/>
5.1.2 Acuático (U)	a. Marítimo	<input type="checkbox"/>	Describir:						
	b. Lacustre	<input type="checkbox"/>	Describir:						
	c. Fluvial	<input type="checkbox"/>	Describir:						
5.1.3 Aéreo	<input type="checkbox"/>	Describir:							
Observaciones:		LA VÍA A MUNDUG ES ASFALTADA.							
<b>5.2 Comunicación (M)</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
5.2.1 Telefonía (M)	<input checked="" type="checkbox"/>	a. Fija	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Móvil	<input type="checkbox"/>	c. Satelital	<input type="checkbox"/>		
5.2.2 Conexión a Internet (M)	<input checked="" type="checkbox"/>	a. Línea Telefónica	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Cable	<input type="checkbox"/>	c. Satélite	<input type="checkbox"/>		
	<input type="checkbox"/>	d. Redes inalámbricas	<input type="checkbox"/>	e. LMDS	<input type="checkbox"/>	f. Telefonía Móvil	<input type="checkbox"/>		
5.2.3 Radio Portátil (U)	<input checked="" type="checkbox"/>	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>				
Observaciones:									
<b>5.3 Señalización (M)</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
a. Señalización de aproximación al sitio	<input checked="" type="checkbox"/>	Estado (U)	Bueno	<input checked="" type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	Malo	<input type="checkbox"/>	
b. Señalética en el sitio	<input type="checkbox"/>		Bueno	<input type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	Malo	<input type="checkbox"/>	
Observaciones:		EXISTE SEÑALIZACIÓN PARA LLEGAR AL CASERÍO.							
<b>5.4. Poblado Urbano Cercano más importante</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
5.4.1 Nombre del Poblado Urbano más importante:		PATATE							
a. Distancia del atractivo al Poblado urbano más cercano:		8	Km	b. Tiempo de viaje al poblado urbano más cercano:	15 min.	horas/ minutos			
Observaciones:		LA DISTANCIA Y TIEMPO SON APROXIMADOS.							

5.5. Tipo de Transporte y Frecuencia (M)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>			
5.5.1 Tipo	5.5.2 Frecuencia									
		a. Diaria	b. Semanal	c. Mensual	d. Eventual					
a. Bus	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>					
b. Busetas	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>					
c. Automóvil	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
d. 4x4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
e. Tren	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
f. Barco	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
g. Lancha / Canoa/ Bote	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
h. Avión	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
i. Avioneta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
j. Helicóptero	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
k. Otro	<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique: <b>CAMIONETAS</b>								
Observaciones: <b>LOS BUSES Y BUSETAS SEÑALADOS SON CONTRATADOS POR GRUPOS DE VISITANTES.</b>										
6. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>			
6.1 Planta Turística (M)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>			
a. Alojamiento	<input checked="" type="checkbox"/>	Establecimientos registrados:	1	Habitaciones:	2	Plazas:	6			
b. Alimentos y Bebidas	<input checked="" type="checkbox"/>	Establecimientos registrados:	1	Mesas:	6	Plazas:	24			
c. Agencias de viaje/Operadoras	<input type="checkbox"/>	Establecimientos Registrados:	0							
d. Intermediación	<input type="checkbox"/>	Especifique:								
e. Transporte o movilización interno	<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique: <b>COOPERATIVAS DE CAMIONETAS: REINA DEL VALLE, 4 DE FEBRERO ETC.</b>								
f. Guianza	<input type="checkbox"/>	Especifique:								
g. Otros	<input type="checkbox"/>	Especifique:								
Observaciones:										
6.2 Facilidades en el entorno al atractivo (M)										
6.2.1 Categoría		6.2.2. Tipo (M)		6.2.3 Cant.	6.2.4 Administrador	6.2.5 Coordenadas		6.2.6 Estado (U)		
						a. Lat.	b. Long.	B	R	M
a. De apoyo a la gestión turística	Punto de Información abierto	<input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Punto de información cerrado	<input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	I-Tur	<input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de interpretación	<input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de facilitación turística	<input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. De observación y vigilancia	Centro de recepción - equipamiento de visitantes	<input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Miradores	<input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. De recorrido y descanso	Torres de avistamiento de aves	<input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Torres de observación de salvavidas	<input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. De servicio	Senderos	<input checked="" type="checkbox"/>	1.00	S/I		-1,288	-78,478	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Estaciones de sombra y descanso	<input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Áreas de Acampar	<input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Puentes de acceso a senderos	<input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Refugio de alta montaña	<input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. De servicio	Muelle	<input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Área de servicio de alimentación	<input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Garitas de guardianía	<input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Baterías sanitarias	<input checked="" type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Estacionamientos	<input checked="" type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

e. Otros <input type="checkbox"/>		Especifique:	
Observaciones:			
<b>6.3 Complementarios (M)</b>		SI <input type="checkbox"/>	NO <input checked="" type="checkbox"/>
a. Casa de cambio <input type="checkbox"/>	b. Alquiler y venta de equipo especializado <input type="checkbox"/>	c. Venta de Artesanías y merchandising <input type="checkbox"/>	
f. Cajero automático <input type="checkbox"/>	e. Taxis <input type="checkbox"/>	h. Otro <input type="checkbox"/>	Especifique:
Observaciones:			
<b>7. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO</b>		SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
<b>7.1 Atractivo (U)</b>		SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
a. Conservado <input checked="" type="checkbox"/>	b. Alterado <input type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/>	d. Deteriorado <input type="checkbox"/>
Observaciones: EL CASERÍO SE MANTIENE CONSERVADO POR LOS HABITANTES.			
<b>7.1.1 Factores de deterioro (M)</b>		SI <input type="checkbox"/>	NO <input checked="" type="checkbox"/>
<b>7.1.1.1 Naturales (M)</b>		<b>7.1.1.2 Antrópicos (M)</b>	
a. Erosión <input type="checkbox"/>	a. Actividades Agrícolas <input type="checkbox"/>	b. Actividades Ganaderas <input type="checkbox"/>	c. Actividades Forestales <input type="checkbox"/>
b. Humedad <input type="checkbox"/>	d. Actividades Extractivas / Minería <input type="checkbox"/>	e. Actividades Industriales <input type="checkbox"/>	f. Negligencia / Abandono <input type="checkbox"/>
c. Desastres Naturales <input type="checkbox"/>	g. Huaquearías <input type="checkbox"/>	h. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/>	i. Condiciones de uso y exposición <input type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna <input type="checkbox"/>	j. Escaso o nulo mantenimiento <input type="checkbox"/>	k. Contaminación del Ambiente <input type="checkbox"/>	l. Generación de residuos <input type="checkbox"/>
e. Clima <input type="checkbox"/>	m. Expansión urbana <input type="checkbox"/>	n. Conflicto Político / Social <input type="checkbox"/>	o. Desarrollo Industrial / <input type="checkbox"/>
Otro <input type="checkbox"/>	Especifique:		
Observaciones:			
<b>7.2 Entorno (500 m) (U)</b>		SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
a. Conservado <input type="checkbox"/>	b. Alterado <input checked="" type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/>	d. Deteriorado <input type="checkbox"/>
Observaciones: SECTORES DEL CASERÍO ESTÁN ALTERADOS POR EL HOMBRE POR LAS ACTIVIDADES AGRICOLAS QUE REALIZAN.			
<b>7.2.1 Factores de deterioro (M)</b>		SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
<b>7.2.1.1 Naturales (M)</b>		<b>7.2.1.2 Antrópicos (M)</b>	
a. Erosión <input type="checkbox"/>	a. Actividades Agrícolas <input checked="" type="checkbox"/>	b. Actividades Ganaderas <input type="checkbox"/>	c. Actividades Forestales <input type="checkbox"/>
b. Humedad <input type="checkbox"/>	d. Actividades Extractivas / <input type="checkbox"/>	e. Actividades Industriales <input type="checkbox"/>	f. Negligencia / Abandono <input checked="" type="checkbox"/>
c. Desastres Naturales <input type="checkbox"/>	g. Huaquearías <input type="checkbox"/>	h. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/>	i. Condiciones de uso y exposición <input type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna <input type="checkbox"/>	j. Falta de mantenimiento <input checked="" type="checkbox"/>	k. Contaminación del Ambiente <input type="checkbox"/>	l. Generación de residuos <input type="checkbox"/>
e. Clima <input type="checkbox"/>	m. Expansión urbana <input type="checkbox"/>	n. Conflicto Político / Social <input type="checkbox"/>	o. Desarrollo Industrial / <input type="checkbox"/>
Otro <input type="checkbox"/>	Especifique:		
Observaciones: EL GAD DE PATATE DEBE CONSIDERAR LOS ÍTEMS SEÑALADOS PARA UNA MEJOR GESTIÓN DEL ATRACTIVO.			

<b>7.3 Armonía con el paisaje natural o cultural que lo rodea</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. El atractivo guarda armonía con el entorno (U)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>		
Observaciones: <b>GUARDA ARMONÍA CON EL ENTORNO YA QUE LA CELEBRACIÓN NO GENERA IMPACTOS NEGATIVOS.</b>							
<b>7.4. Declaratoria del Atractivo /Espacio/Destino</b>		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Denominación:		b. Fecha de declaración:		c. Alcance:			
Observaciones:							
<b>7.5 Amenazas Naturales (M)</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
<b>7.5.1 Geológicas (M)</b>				<b>7.5.2 Meteorológicas (M)</b>			
a. Sismos		<input checked="" type="checkbox"/>		a. Huracanes		<input type="checkbox"/>	
b. Erupciones volcánicas		<input type="checkbox"/>		b. Deslizamientos		<input type="checkbox"/>	
c. Movimientos en masa-deslizamientos		<input type="checkbox"/>		c. Marejadas		<input type="checkbox"/>	
d. Fallas Geológicas		<input type="checkbox"/>		d. Inundaciones		<input type="checkbox"/>	
Otro		<input type="checkbox"/>		Especifique:			
Observaciones: <b>DESDE 1949 NO SE HAN REGISTRADOS NUEVOS SISMOS CERCANOS AL LUGAR.</b>							
<b>8. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
<b>8.1 Agua (M)</b>		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Potable		<input type="checkbox"/>		b. Pozo		<input type="checkbox"/>	
c. Tanquero		<input type="checkbox"/>		d. Entubada		<input checked="" type="checkbox"/>	
e. Río, vertiente, acequia o canal		<input checked="" type="checkbox"/>		f. Lluvia		<input type="checkbox"/>	
g. Otro		<input type="checkbox"/>		Especifique:			
Observaciones: <b>EXISTE AGUA ENTUBADA Y DEL RÍO LA USAN DE RIEGO.</b>							
<b>8.2 Energía Eléctrica (M)</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Red de empresa eléctrica de Servicio Público:		<input checked="" type="checkbox"/>		b. Panel Solar		<input type="checkbox"/>	
c. Generador de corriente eléctrica		<input type="checkbox"/>		d. Otro			
<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		Especifique:			
Observaciones: <b>NO EXISTEN FALLAS EN ESTE SERVICIO.</b>							
<b>8.3 Servicio de Alcantarillado (M)</b>		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Red Pública		<input checked="" type="checkbox"/>		b. Pozo Ciego		<input type="checkbox"/>	
c. Pozo Séptico		<input type="checkbox"/>		d. Con descarga directa al mar, río o quebrada		<input type="checkbox"/>	
e. Letrina		<input type="checkbox"/>		f. Otro		<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		Especifique:			
Observaciones: <b>EXISTE ALCANTARILLADO SÓLO EN EL CENTRO DEL CASERÍO.</b>							
<b>8.4 Gestión de residuos generados por la actividad turística (M)</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Manejo de desechos (SR)		<input type="checkbox"/>		b. Carro Recolector		<input checked="" type="checkbox"/>	
c. Terreno baldío o quebrada		<input type="checkbox"/>		d. Quema de basura		<input type="checkbox"/>	
e. Basura arrojada al río, acequia o canal		<input type="checkbox"/>		f. Basura enterrada		<input type="checkbox"/>	
g. Otro		<input checked="" type="checkbox"/>		Especifique: <b>BOTADERO</b>			
Observaciones: <b>LOS DESECHOS ORGÁNICOS SON USADOS POR LA POBLACIÓN PARA ELABORAR ABONOS ORGÁNICOS, GRAN CANTIDAD DE MATERIAL ES DEPOSITADO EN EL BOTADERO.</b>							
<b>8.5 Salud (más cercano) (M)</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Hospital o Clínica		<input type="checkbox"/>		b. Puesto / Centro de salud		<input checked="" type="checkbox"/>	
c. Dispensario Médico		<input type="checkbox"/>		d. Personal Capacitado en primeros auxilios y		<input type="checkbox"/>	
Observaciones: <b>CENTRO DE SALUD PATATE</b>							

<b>8.6 Seguridad (M)</b>	SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>			
a. Privada	<input type="checkbox"/>	b. Policía Nacional	<input checked="" type="checkbox"/>	c. Policía Metropolitana / Municipal	<input type="checkbox"/>				
d. Otra	<input type="checkbox"/>	Especifique:							
Observaciones: ECU 911/ UPC PATATE									
<b>9. POLÍTICAS Y REGULACIONES</b>	SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input checked="" type="checkbox"/>			
<b>9.1. El atractivo se halla dentro de la planificación turística territorial (GAD'S) (U):</b>	SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	Especifique:				
<b>9.2. Se cumple con la normativa para actividades que se practican en el atractivo (U):</b>	SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	Especifique:				
<b>9.3. Nombre del Administrador:</b>	PRESIDENTE DEL CASERÍO								
<b>9.4. Tipo de Administrador (U)</b>									
a. Público	<input type="checkbox"/>	b. Privado	<input type="checkbox"/>	c. Comunitario	<input type="checkbox"/>	d. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:	PÚBLICO-COMUNITARIO
<b>9.5. Contacto</b>									
a. Nombre:	CARLOS ARCOS			b. Teléfono/Celular:	0979626947				
c. Correo Electrónico:	S/I			d. Página WEB:	S/I				
Observaciones:									
<b>10. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U)</b>	SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>			
<b>10.1 ATRACTIVOS NATURALES (M)</b>	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>			
<b>10.1.1 En el Agua (M)</b>	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>			
a. Buceo	<input type="checkbox"/>	b. Kayak de mar / lacustre	<input type="checkbox"/>	c. Kayak de Río	<input type="checkbox"/>				
d. Kite Surf	<input type="checkbox"/>	e. Rafting	<input type="checkbox"/>	f. Snorkel	<input type="checkbox"/>				
g. Surf	<input type="checkbox"/>	h. Tubing	<input type="checkbox"/>	i. Regata	<input type="checkbox"/>				
j. Paseo en Panga / Bote / Lancha	<input type="checkbox"/>	k. Paseo en Moto Acuática / Parasailing / Esquí	<input type="checkbox"/>	l. Banana / Inflables	<input type="checkbox"/>				
m. Pesca Deportiva	<input type="checkbox"/>	n. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones:									
<b>10.1.2 En el Aire (M)</b>	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>			
a. Alas Delta	<input type="checkbox"/>	b. Canopy	<input type="checkbox"/>	c. Parapente	<input type="checkbox"/>	d Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:	
Observaciones:									
<b>10.1.3 En Superficie Terrestre (M)</b>	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>			
a. Montañismo	<input type="checkbox"/>	b. Escalada	<input type="checkbox"/>	c. Senderismo	<input type="checkbox"/>				
d. Cicloturismo	<input type="checkbox"/>	e. Canyoning	<input type="checkbox"/>	f. Exploración de cuevas	<input type="checkbox"/>				
g. Actividades Recreativas	<input type="checkbox"/>	h. Cabalgata	<input type="checkbox"/>	i. Caminata	<input type="checkbox"/>				
j. Camping	<input type="checkbox"/>	k. Pícnic	<input type="checkbox"/>	l. Observación de flora y fauna	<input type="checkbox"/>				
m. Fotografía	<input type="checkbox"/>	n. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones:									

<b>10.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U)</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
<b>10.2.1 Tangibles (M)</b>		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Recorridos Guiados / Autoguiados	<input type="checkbox"/>	b. Exposiciones Temáticas Permanentes, Temporales y	<input type="checkbox"/>	c. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc.,	<input type="checkbox"/>		
d. Presentaciones Representaciones en vivo	<input type="checkbox"/>	e. Muestras Audiovisuales	<input type="checkbox"/>	f. Actividades Vivenciales y/o Lúdicas	<input checked="" type="checkbox"/>		
g. Fotografía	<input type="checkbox"/>	h. Información del lugar	<input type="checkbox"/>	i. Visita a Talleres	<input type="checkbox"/>		
j. Otro	<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique: <a href="#">INVERNADERO RECOLECCIÓN DE FRUTOS PROPIOS DEL LUGAR</a>					
Observaciones:							
<b>10.2.2 Intangibles (M)</b>		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
10.2.2.1. Origen:	a. Ancestral <input type="checkbox"/>	b. Histórico	<input type="checkbox"/>	c. Contemporáneo	<input checked="" type="checkbox"/>		
10.2.2.2. Simbolismo	10.2.2.3. Fecha de celebración:						
10.2.2.4. Periodicidad:	a. Anual <input type="checkbox"/>	b. Ocasional	<input type="checkbox"/>	c. Otro	<input type="checkbox"/>		
10.2.2.5. Portadores:	a. Individuos <input type="checkbox"/>	b. Colectivos	<input type="checkbox"/>	c. Instituciones	<input type="checkbox"/>		
10.2.2.6. Mantiene Costumbres y tradiciones:	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>			
10.2.2.7. Características Específicas distintivas:							
10.2.2.8. Existe Información al respecto del Evento:	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>			
10.2.2.9. Nivel de Organización:	a. Bueno	<input type="checkbox"/>	b. Regular	<input type="checkbox"/>	c. Malo	<input type="checkbox"/>	
Observaciones:							
<b>11. DIFUSIÓN Y MEDIOS DE PROMOCIÓN DEL ATRACTIVO</b>		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
<b>11.1. Nivel de difusión del atractivo (U)</b>		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Local	<input type="checkbox"/>	b. Regional	<input type="checkbox"/>	c. Nacional	<input type="checkbox"/>	d. Internacional	<input type="checkbox"/>
Observaciones:							
<b>11.2. Medios de Promoción del Atractivo (M)</b>		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Página WEB	<input type="checkbox"/>	URL:					
b. Red Social	<input type="checkbox"/>	Nombre:					
c. Revistas Especializadas	<input type="checkbox"/>	Nombre:					
d. Material POP	<input type="checkbox"/>	Nombre:					
e. Oficina de Información Turística	<input type="checkbox"/>	Nombre:					
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa)	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
g. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones:							
<b>11.3. Asociación con otros Atractivos (mínimo 4)</b>		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Nombre del atractivo	b. Distancia (km)	c. Tiempo (h/m aprox.)	d. Coordenadas Geográficas				
			1. Latitud (grados decimales)	2. Longitud (grados decimales)			
<a href="#">CASCADA MUNDUG</a>	3 km	25 min.	-1,288	-78,478			
<a href="#">MIRADOR PLATUPAMBA</a>	8 km	5 min.	-1,293	-78,471			
<a href="#">TÚNEL MUNDUG</a>	2 km	5 min.	-1,294	-78,500			
<a href="#">BOSQUE NUBLADO SAN JORGE</a>	10 km	15 min	-1,293	-78,471			
Observaciones: <a href="#">PARA LLEGAR A LA CASCADA SE CALCULA EL TIEMPO CAMINANDO, LOS RESTANTES SON CALCULADOS EN CAMIONETA. LOS TIEMPOS SON APROXIMADOS.</a>							

12. TIPO DE VISITANTE Y AFLUENCIA (M)			SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>			
12.1 Afluencia (M)		12.2 Tipo (U)			12.3 Frecuencia (U)						
a. Local	<input type="checkbox"/>	a. Turista	<input type="checkbox"/>	b. Excursionista	<input type="checkbox"/>	a. Alta	<input type="checkbox"/>	b. Media	<input type="checkbox"/>	c. Baja	<input type="checkbox"/>
b. Nacional	<input checked="" type="checkbox"/>	a. Turista	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Excursionista	<input type="checkbox"/>	a. Alta	<input type="checkbox"/>	b. Media	<input checked="" type="checkbox"/>	c. Baja	<input type="checkbox"/>
c. Extranjera	<input type="checkbox"/>	a. Turista	<input type="checkbox"/>	b. Excursionista	<input type="checkbox"/>	a. Alta	<input type="checkbox"/>	b. Media	<input type="checkbox"/>	c. Baja	<input type="checkbox"/>
Observaciones: POR LA FALTA DE DIFUSIÓN EL LUGAR NO ES VISITADO CONSTANTEMENTE.											
13. RECURSO HUMANO			SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>			
13.1. Personal especializado en turismo (u):			SI	<input checked="" type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>	Especifique: GUÍAS VOLUNTARIOS				
13.2. Nivel de instrucción (u)											
Primaria	<input type="checkbox"/>	Secundaria	<input type="checkbox"/>	Tercer Nivel	<input type="checkbox"/>	Cuarto Nivel	<input type="checkbox"/>	Otro	<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique: CURSOS DE GUÍAS Y FLORA Y FAUNA.	
13.3 Manejo de Idiomas (M)											
a. Inglés	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Alemán	<input type="checkbox"/>	c. Francés	<input type="checkbox"/>	d. Italiano	<input type="checkbox"/>	e. Chino	<input type="checkbox"/>	f. Otro	<input type="checkbox"/>
Observaciones: LOS GUÍAS SON VOLUNTARIOS DEL CASERÍO SU NIVEL DE INGLÉS ES DE UN 20%.											
14. DESCRIPCION DEL ATRACTIVO			SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>			
<p>El invernadero del Sr. Se encuentro ubicado en el caserpio Mundug, aquí se siembran babacos, aguacates, y otros productos que el propietarios pone a disposición del turista para que sea participe del proceso de siembra y cosecha. Existe gran cantidad de invernaderos en el caserío ya que es la principal actividad económica para la comunidad y le abren la puerta al visitante para dar a conocer sus productos y la manera de como salen adelante como comunidad.B284</p>											
FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)											
ELABORADO POR:				VALIDADO POR:				APROBADO POR:			
Apellido y Nombre		MARTÍNEZ ERIKA		Apellido y Nombre				Apellido y Nombre			
Institución		UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO		Institución				Institución			
Cargo		INVESTIGADORA		Cargo				Cargo			
Correo Electrónico		erikam811@hotmail.com		Correo Electrónico				Correo Electrónico			
Teléfono				Teléfono				Teléfono			
Firma				Firma				Firma			
Fecha				Fecha				Fecha			

## Entrevista a autoridades de la Unidad de Turismo Patate





**UNIVERSIDAD TECNICA DE AMBATO**  
**FACULTAD CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN**  
**CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA**  
**ENCUESTA DIRIGIDA A LOS TURISTAS QUE VISITAN EL CANTÓN PATATE**

**OBJETIVO:** Establecer la importancia de la influencia de los atractivos turísticos del entorno de la cascada Mundug en la oferta turística del cantón Patate.

**INDICACIONES:** Lea detenidamente y **marque con una X** la respuesta que Ud. considere adecuada, de acuerdo a su conocimiento y criterio.

**DATOS GENERALES:**

Lugar de procedencia: \_\_\_\_\_

Rango de Edad: 20-30  31-45  46-65  Mayor de 65

Género:

Masculino   
 Femenino

Responda las siguientes preguntas:

1. ¿Con qué frecuencia visita Ud. el cantón Patate?

- Fines de semana
- Entre semana
- Feriados

2. ¿Cuál es el motivo principal de visita al cantón Patate?

Gastronomía (arepas, chicha de uva, etc.)	<input type="checkbox"/>
Naturaleza (bosques, cascadas, miradores, etc.)	<input type="checkbox"/>
Cultura (Fiestas, celebraciones religiosas, museos, etc.)	<input type="checkbox"/>
Otros: Especifique	<input type="checkbox"/>

3. Generalmente ¿cuántas personas viajan con Ud.?

Número de personas	
Nadie	<input type="checkbox"/>
1	<input type="checkbox"/>
2	<input type="checkbox"/>
3	<input type="checkbox"/>
4 o más	<input type="checkbox"/>

4. Una vez seleccionado el número de personas que le acompañan, identifique el rango de edad de sus acompañantes.

- Niños: Menos de 5 años  6 a 12 años  26 a 29 años
- Jóvenes : 13 a 18 años  19 a 25 años  36 a 40 años
- Adultos: 30 a 35 años  41 a 50 años
- Más de 50 ¿cuántos?

5. ¿Por cuantas ocasiones Ud. ha visitado el sector de Mundug?

Número de veces que ha visitado Mundug	
Ninguna	
1	
2	
3	
4 o más	

6. ¿Qué atractivos conoce O LE GUSTARÍA CONOCER en el caserío Mundug?

Atractivos	
Bosque nublado San Jorge	
Túnel Mundug	
Mirador Ishakina	
Montaña y mirador Platupamba	
Huertos frutales	
Quincenario	
Ninguno	
Otros. Especifique:	

7. ¿Qué tipo de actividades le interesaría realizar en Mundug?

- Observación de flora y fauna
- Vivencia con los habitantes (compartir y ser parte de las actividades de la comunidad).
- Celebraciones religiosas
- Descanso y relajación en medio del bosque
- Ciclismo
- Camping
- Otros. Especifique: \_\_\_\_\_.

8. Una vez que ha seleccionado las actividades que le gustaría realizar. ¿Cuál sería su tiempo de estadía en el cantón Patate?

DIAS	
1	
2	
3	
4 o más	

9. En el caso de permanecer más de 1 día en Mundug.

Seleccione el tipo de establecimiento de alojamiento que Ud. preferiría utilizar durante su estancia.

Establecimiento de alojamiento	
Hotel	
Hostería	
Casa o departamento propia	
Vivienda comunal (Ser parte de una familia de los habitantes de Mundug)	
Otros. Especifique	

10. ¿Cuál es el medio de transporte que Ud. elegiría para recorrer por los atractivos del caserío?

Tipo de transporte	
Bus	
Camioneta	
Auto propio	

11. ¿Qué servicios adicionales le gustaría recibir durante el recorrido?

- Alimentación
- Transporte
- Servicio de guía turístico
- Material informativo
- Traductores
- Otros. Especifique \_\_\_\_\_.

12. Aproximadamente ¿Cuánto sería su gasto diario en dólares por los siguientes servicios?

Alojamiento	Menos de 30 ( )	30-60 ( )	61-100 ( )	101-150 ( )
Alimentación	Menos de 20 ( )	20-40 ( )	41-80 ( )	81-130 ( )
Transporte	Menos de 10 ( )	10-20 ( )	21-40 ( )	41-90 ( )

13. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un recorrido todo incluido (transporte, alimentación, alojamiento, servicio de guía turístico) de una duración de 2 días 1 noche?

- 60 dólares
- 61-80 dólares
- 81 a 100 dólares
- 101 a 150 dólares
- Más de 150 dólares

14. ¿Con qué medios desearía ser informado sobre las rutas (recorridos) turísticas que se establezcan en Patate?

Publicidad	SI	NO
Páginas web		
Tripticos		
Volantes		
Redes sociales		

Otros: Especifique \_\_\_\_\_

# EL ENTORNO DE LA CASCADA DE MUNDUG EN LA OFERTA TURÍSTICA DEL CANTÓN PATATE

Martínez Gálvez Erika Lizbeth<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Universidad Técnica de Ambato,  
Av. Los Chasquis, campus Huachi, Ecuador  
[emartinez6756@uta.edu.ec](mailto:emartinez6756@uta.edu.ec)

**Resumen** El caserío Mundug es una de las comunidades rurales de la parroquia La Matriz del cantón Patate, es conocido por la cascada del mismo nombre, sin embargo, Mundug posee varios lugares que no han sido aprovechados ni destacados tales como: la montaña de Platupamba, el bosque nublado de San Jorge, el Quincenario, el túnel de Mundug, los huertos frutales y el mirador Ishakina, mismos que permiten la práctica del turismo rural en la comunidad, por consiguiente, esta investigación presenta una ruta turística denominada “Renace Mundug” a fin de dar a conocer e impulsar la actividad turística en los atractivos identificados en el entorno de la cascada, además de contribuir con el desarrollo turístico y económico del sector. Mediante una investigación descriptiva prospectiva se ha identificado la población de estudio, la cual está dividida en tres autores principales: los habitantes, participantes del proyecto brindando información verídica sobre los sitios poco conocidos pero con gran potencial; los turistas y las autoridades del cantón, quienes fueron encuestados y entrevistados con la finalidad de obtener su opinión y aceptación de la ruta.

**Palabras clave:** Caserío Mundug, turismo rural, atractivos turísticos, ruta turística.

## 1 Introducción

El presente artículo expone los atractivos identificados en el entorno de la cascada Mundug a través del diseño de una ruta turística que permita conocer el potencial del caserío y que los turistas sean parte de la vida diaria de la comunidad.

El proyecto de investigación aporta al desarrollo turístico y económico tanto de la comunidad como del cantón, la implantación de la ruta “Renace Mundug” contribuye en la diversificación de la oferta turística de Patate, puesto que se implantó actividades en contacto con la naturaleza y en convivencia con la comunidad, mismas que atraen al turista y brindan experiencias distintas. A través de las opiniones obtenidas por parte de los visitantes y las autoridades la propuesta tiene gran acogida por ser atractivos turísticos nuevos e impulsar el turismo rural en el caserío; por otra parte, la ruta contribuirá no solo en el presente sino en el transcurso del tiempo conforme se vayan generando estrategias de promoción y el flujo de turistas aumente continuamente, el entorno de la cascada Mundug ha permitido incentivar a la realización de nuevas investigaciones para rescatar atractivos que no han sido tomados en cuenta pero que con una correcta difusión y la inclusión de innovadoras actividades podrían ser parte de la oferta turística del cantón.

En síntesis, la finalidad de la identificación de los nuevos atractivos en el entorno de la cascada Mundug es diversificar la oferta turística del cantón Patate, a través del diseño de una ruta en donde se den a conocer los atractivos naturales y culturales que existen en el caserío. Así también, promover la actividad turística en las comunidades rurales que cuentan con riqueza natural y cultural, y que con la participación de los habitantes generen experiencias únicas en el turista.

## **1.1 Subtemas de la Introducción**

### **Caserío Mundug**

El cantón Patate “Valle de la Eterna Primavera”, está conformado por cuatro parroquias: La Matriz, El Triunfo, Sucre y Los Andes, dentro de la parroquia Matriz existen comunidades rurales que son caracterizadas por su riqueza natural y cultural. El caserío Mundug es una de las comunidades de la Matriz, mismo que es conocido por la cascada del mismo nombre, sin embargo, Mundug posee gran cantidad de atractivos que han sido poco aprovechados y que a través del proyecto se han identificado lugares de interés para el visitante.

El caserío Mundug de Patate es considerado como la tierra del babaco, alrededor de 80 familias de las 120 que viven en el lugar se dedican a esta actividad. El suelo es rico en materia orgánica y la producción es rentable.

### **Turismo Rural**

El turismo rural es cualquier actividad que se realice en el medio rural y áreas naturales, que sean relacionados con el desarrollo sostenible, es decir, un correcto u óptimo aprovechamiento de los recursos, preservación y mejora del entorno e integración de la comunidad. Este tipo de turismo ofrece al turista la oportunidad de experimentar las diferentes formas de vivir de las comunidades que habitan en un sector rural, además de sensibilizar sobre el respeto y valor a la identidad cultural (Valdez & Ochoa, 2015).

En el Turismo Rural el turista es una persona que forma parte de la vida cotidiana de la comunidad, en donde aprende a crear artesanías, a preparar alimentos tradicionales, aprende lenguas, cultiva y cosecha lo que los comuneros habitualmente consumen, conoce el uso de plantas medicinales, etc. Al realizar este tipo de actividades se generan beneficios tanto para el turista como para la comunidad, para el turista porque se vive experiencias diferentes y novedosas, a más del conocimiento que se obtiene; para la comunidad porque amplía sus fuentes de ingresos y genera afluencia turística al lugar.

En otro punto de vista, esta modalidad turística no se manifiesta como un tiempo de ocio, sino como una experiencia única y emocional, puesto que se oferta actividades organizadas al aire libre, celebraciones, elaboración de artesanías y se promocionan servicios de alojamiento distintos como son: casas de campo, hoteles campestres, casas de los habitantes; todo ello contribuye a brindar lugares y servicios auténticos (Pérez, 2017).

El turismo rural es fundamental para el desarrollo de una comunidad ya que genera puestos de trabajo o de alguna manera motiva a realizar emprendimientos beneficiosos para los mismos habitantes. Basándose en los conceptos definidos anteriormente, esta modalidad es una opción de desarrollo turístico y económico, genera empleo a los campesinos en su propia comunidad y diversifica la oferta turística de un lugar brindando nuevas actividades en contacto directo con los habitantes. Es una forma de conservar los recursos naturales y culturales de una zona desfavorecida económicamente, no obstante, permite dinamizar la economía local convirtiéndole a una zona que logre el aumento de sus ingresos.

Se menciona al turismo rural, ya que las actividades a realizar en una comunidad campesina como lo es Mundug se enfocan en este tipo de turismo cuyo objetivo principal es permitirle al turista ser parte del diario vivir de los habitantes.

### **Atractivos Turísticos**

Se considera “atractivo” al adjetivo que atrae o tiene alguna fuerza para atraer; en turismo atractivo es previsto como sustantivo y se refiere a un lugar interesante y divertido para visitar o alguna cosa para hacer. Los atractivos turísticos son el componente más importante del producto turístico, por ende, determinan la selección que el turista realiza, en otras palabras, son el principal motivo de atracción para el turista y que son capaces de satisfacer sus necesidades, mismos que conforman la “materia prima” que permite que la plata turística opere (Navarro, 2015).

Para que un recurso turístico sea convertido en atractivo debe tener un alto grado de valoración y que cumpla con el perfil de un determinado destino, se convierten en atractivo cuando son el resultado de un proceso de activación social, esto significa que comenzarán a considerarse como tal cuando el turista esté dispuesto a mirarlo y presente condiciones para asegurar su acceso. En este sentido, los atractivos turísticos no son caracteres de un lugar, sino que se construyen en conjunto con la sociedad (Cohen & Benseny, 2016)

### **Ruta Turística**

En las rutas turísticas convergen los recursos, productos, imágenes, paisajes, promociones y otros factores. Las rutas pueden entenderse desde tres puntos de vista: como recurso, destino o producto. Como recurso es cuando existe como tal pero aun no es incluido en el mundo del turismo; como destino porque es objeto de visita y como producto cuando es ofertado en modo de paquete a través de un operador o intermediario. Entonces, la ruta turística del mismo modo que las guías ayudan al turista a orientarse en un destino, destaca lo que se puede conocer en un nuevo territorio y permiten a los viajeros disfrutar de manera organizada y sistematizada del conjunto de atractivos con los que cuenta un lugar. De ahí que existan diversidad de tipologías y rutas en función del factor común a tener en cuenta: rutas enológicas, rutas culturales, rutas en espacios naturales, rutas de patrimonio industrial, , rutas gastronómicas, rutas de arte, etc. (Araujo & Fraiz, 2017)

Por otra parte, puede ser una carretera o itinerario turístico que se destaca por sus atractivos que posean características naturales o culturales valiosas y sean atracción para el visitante, una ruta turística puede incluir o no señales que identifiquen cada atractivo, el objetivo de una ruta es que el turista conozca y recorra lugares que por alguna razón son sitios de importancia (Mamani, 2016).

Una ruta turística engloba el recorrido por lugares establecidos en los cuales se pueden realizar varias actividades, basándose en un itinerario se facilita la comprensión del visitante en cuanto a tiempos, duración y distancia. También se puede entender como caminos que conducen a lugares con potencial turístico y que ofrecen servicios como alojamiento, gastronomía, transporte y otros para satisfacer las necesidades de quien la recorre.

En conclusión, una ruta turística es un recorrido con un itinerario establecido, que se realiza al visitar los atractivos naturales o culturales que posea una zona turística y que cuente con facilidades y actividades que le permitan al turista satisfacer sus necesidades.

## **2 Metodología**

La investigación tiene como modalidad básica: de campo, pues la presente se realizó en el caserío Mundug y en el entorno de la cascada debido a que, es aquí en donde se encuentran varios lugares que no

han sido identificados, aprovechados ni jerarquizados , por consecuencia no se han incluido en la oferta turística del cantón

Es un estudio descriptivo prospectivo, porque partiendo de la identificación de los lugares se proyecta la investigación a que estos atractivos se conviertan en elementos claves para el desarrollo del turismo y de la economía del caserío y del mismo cantón

El estudio se ha realizado de la siguiente manera:

**Tabla 1.** Población de estudio

<b>POBLACIÓN</b>	<b>NÚMERO DE PERSONAS</b>
<b>Habitantes del caserío Mundug</b>	10
<b>Turistas semanales y en días feriados</b>	111
<b>Autoridades del canton</b>	2
<b>TOTAL</b>	<b>123</b>

**Elaborado por:** MARTÍNEZ, Erika (2017).

Por otra parte, para hacer posible la investigación se tomaron en cuenta distintas técnicas que contribuyen a obtener la información necesitada: técnica de participación, pues se realizaron mesas de trabajo, en donde los habitantes pusieron de manifiesto sus conocimientos acerca de los recursos con los que cuenta en caserío, y que con la correcta difusión pueden llegar a ser un destino turístico potencial. Técnica de observación, debido a que se realizó la visita a los atractivos para comprobar su existencia y potencial. La ficha de inventario se utilizó con la finalidad de describir cada atractivo identificado en Mundug y tener la información ordenada; se han utilizado fichas emitidas por el Ministerio de turismo para de esta manera se logre conseguir registros claros y fundamentados. Técnica de encuesta, para obtener la opinión y aceptación de los turistas de los nuevos atractivos y las actividades que se pueden realizar en cada uno de estos. Finalmente la técnica de entrevista, para presentar el diseño de una ruta turística, misma que fue socializada con expertos en el tema para implantar estrategias de promoción.

### **3 Resultados**

Al realizar la investigación se logró identificar seis atractivos turísticos naturales y culturales en el entorno de la cascada de Mundug, en los mismos se pueden practicar actividades novedosas en contacto con la naturaleza y ser parte del diario vivir de la comunidad de Mundug.

Los atractivos identificados son los siguientes:

#### **Bosque Nublado San Jorge**

El bosque nublado se encuentra ubicado en la montaña Platupamba, del caserío Mundug, es uno de los principales atractivos que se encuentran en el entorno de la Cascada Mundug por su biodiversidad y paisaje, se destacan en este lugar las orquídeas en cuanto a flora y conejos, lobos y ardillas en lo que respecta a fauna; para acceder al atractivo se debe llegar a la montaña para desde ahí dirigirse al sendero, el tiempo aproximado de caminata de 1 hora a paso normal, su dificultad es media dependiendo las condiciones climáticas.

En este bosque se puede realizar fotografías, camping al inicio del sendero, y la admiración de estar rodeado de naturaleza.

#### **Túnel Mundug**

El túnel Mundug se encuentra ubicado en la vía a Mundug, cerca del restaurante mirador "La Montaña". Este túnel fue construido por los habitantes para mejorar el paso de agua de riegos desde el río,

pero con el paso del tiempo se ha convertido en la vivienda de murciélagos y por ello se ha convertido en un atractivo para el visitante. Para pasar por el túnel es necesario el uso de linternas y ropa adecuada debido al agua que cae en el sitio, la caminata es de una duración aproximada de 40 min. y finaliza en el paradero Monte María, se vive una experiencia inolvidable al estar en contacto con estos animales en completa oscuridad y comprobar la veracidad de la leyenda “La novia perdida” que según los habitantes ocurrió en este túnel .

### **Mirador Ishakina**

El mirador Ishakina, ha sido denominado con este nombre por los habitantes del caserío, pero también es conocido como el mirador el valle, se encuentra a pocos minutos del centro del caserío de Mundug y de la cascada, brinda al turista una de las mejores vistas panorámicas de Patate, si el clima es apropiado se puede visualizar también el volcán Tungurahua.

En este mirador gracias al dueño de ese territorio es permitido realizar camping y parapente siempre que se cuente con el personal capacitado, para llegar al sitio se lo puede hacer con una caminata de 20 min. desde la salida de la cascada Mundug o en carro tardaría 5 min. aproximadamente. La maravilla del paisaje que brinda este mirador es única en el caserío, desde aquí se puede realizar fotografías y tener un momento de descanso en contacto con la naturaleza.

### **Montaña y mirador Platupamba**

Platupamba es una montaña que se encuentra en el caserío Mundug en las alturas de la Cascada del mismo nombre, tiene conexión también con la comunidad San Jorge; en esta montaña existe varias atracciones para el visitante, una de ellas es la caminata por el sendero, la fotografía del paisaje y de la flora y fauna que posee el lugar, además aquí se encuentra un mirador que permite admirar la belleza del cantón Patate.

Para llegar a Platupamba existen dos accesos, el primero es por la vía asfaltada de San Jorge o por la vía del Mirador Ishakina que dependiendo las condiciones ambientales se determina el estado de la vía. Al ingresar a la montaña se encuentra el bosque nublado que se manifiesta con gran cantidad y variedad de flora y fauna, mismas que son conservadas debido al bajo impacto humano en el sitio.

### **Huertos frutales**

En Mundug existe gran variedad de huertos e invernaderos, pues es la principal actividad de los habitantes, sin embargo, para el diseño de la ruta se ha tomado en cuenta al invernadero y huerto del Sr. Carlos Arcos.

Se encuentro ubicado en el caserío Mundug, aquí se siembran tomate de árbol, chirimoya, babacos, aguacates, tomate de riñón, choclo, papas, col, zambo, zapallo y otros productos que el propietario pone a disposición del turista para que sea participe del proceso de siembra y cosecha.

### **Quincenario (Celebración religiosa anual)**

El Quincenario es una celebración religiosa que se da cada año en el mes de diciembre, el párroco del cantón es el encargado de establecer la fecha del evento acorde con el calendario para que sea realizado un fin de semana completo. Esta celebración surge a raíz de la imagen encontrada en el terremoto de 1949 del señor venerado por el mismo nombre; los habitantes del cantón son devotos a esta imagen por el milagro que ellos manifiestan haber vivido en el suceso al aparecer la imagen bajo los escombros. De ahí los caseríos pertenecientes hacen procesiones para adorar su nombre y es en donde participa Mundug con la programación llevada a cabo por el cabildo y la comunidad.

El Quincenario comienza un día viernes en el que la imagen es traída por los pobladores mediante una procesión, seguidamente se festeja con una chamiza al anochecer del mismo día, a la mañana siguiente se realizan juegos tradicionales y se continúa con comparsas de danza folclórica; para el día domingo se finaliza con la misa y veneración a la imagen.

#### **4 Discusión**

Los beneficiarios con esta propuesta son los habitantes, las autoridades y los mismos turistas, puesto que el turismo es una actividad económica que permite obtener beneficios múltiples debido a los diferentes servicios que se oferta.

En el caso de la ruta turística “RENACE MUNDUG” el consumo de los recursos debe ser bajo los principios de conservación y el respeto a la identidad cultural, ya que al ser una comunidad los turistas han considerado interesante la práctica del turismo rural; la motivación de visitar el caserío es ser parte de la vida diaria del campesino, ser parte de una familia en comunidad y aprovechar los atractivos turísticos que rodean la cascada Mundug.

En Mundug el mayor porcentaje de los habitantes se dedican a la agricultura y ganadería, su estabilidad económica depende de la producción diaria de estos productos, sin embargo, al aprovecharse el potencial turístico de sus recursos naturales y culturales generan una nueva fuente de ingresos que benefician a toda la comunidad.

Diversificar la oferta turística del cantón Patate es una elección positiva puesto que las expectativas actuales del visitante están fuera de las actividades comunes que se ofertaban; se ha logrado realizar una combinación entre lo deseado por el turista para de esta manera satisfacer sus necesidades. El turista que llega al cantón generalmente lo hace por la gastronomía o atractivos cerca al centro del lugar, sin embargo con los atractivos identificados se pretende impulsar la variedad de oferta turística.

Al presentar la ruta turística a las autoridades para que sea insertada en la oferta del cantón se plantea estrategias de promoción que permitan que el turista obtenga información sobre lo que se ha identificado y lograr motivar a través de las actividades propuestas en el recorrido.

#### **5 Conclusiones**

Como conclusiones del proyecto realizado se tiene:

El entorno de la Cascada Mundug contribuye a hacer posible la práctica del Turismo Rural, en primer lugar por estar ubicado en una comunidad de escasos recursos económicos, seguidamente por la maravilla de sus recursos naturales y culturales y como factor primordial por las actividades que el turista puede realizar en el sitio siendo parte de las vivencias diarias del caserío, siempre tomando en cuenta la conservación del entorno y el respeto a la identidad cultural.

Es evidente que el lugar investigado ha sido poco aprovechado turísticamente por los habitantes y autoridades del cantón, se ha dejado de lado la innovación de productos turísticos, por lo que los visitantes optan por la oferta común del cantón.

Los habitantes consideran que es necesario las capacitaciones continuas sobre el turismo en el caserío y la explicación de los beneficios que éste puede generar al lugar; las autoridades piensan que diversificar la oferta con los nuevos atractivos identificados es importante para el desarrollo económico y turístico del Patate y se tomarán en cuenta para una correcta difusión.

Los atractivos identificados en el entorno de la cascada Mundug son aceptados considerablemente por los turistas, al ser sitios en los que se pueden realizar diferentes tipos de actividades y generar una nueva expectativa del cantón.

El diseño de una ruta en Mundug es acogido por los turistas, al cumplir con un presupuesto accesible a los turistas y por establecer actividades interesantes y nuevas como la vivencia con la comunidad, por su parte los habitantes les abren las puertas a los turistas para que sean parte de su familia y darles a conocer el mundo escondido de Mundug.

## Bibliografía

1. Araujo, N., & Fraiz, J. (2017). Las rutas turísticas vinculadas a series de ficción. Análisis de las rutas de Doctor Mateo y Gran Reserva. *Redalyc: Cuadernos de Gestión*, 17, 37-55.
2. Cohen, C., & Benseny, G. (2016). Turismo y territorio. Un abordaje teórico desde los conceptos: Recursos Territoriales y Atractivos Turísticos. Nulan: Comunicación presentada en IV Jornadas Nacionales de Investigación en Geografía Argentina y X Jornadas de Investigación y Extensión del Centro de Investigaciones Geográficas, 978-950-658-405-4.
3. Mamani, W. (marzo de 2016). Asesores en turismo para empresas públicas. Obtenido de <https://asesoresenturismoperu.wordpress.com/2016/03/26/definicion-ruta-turistica/>
4. Navarro, D. (2015). Recursos turísticos y atractivos turísticos: conceptualización, clasificación y valoración. *Redalyc: Cuadernos de turismo*, 35, 335-357.
5. Pérez, C. (2017). Del turismo “cultural” al “rural”: un caso de la Pampa bonaerense (Argentina). *Scielo: Cuadernos de Geografía - Revista Colombiana de Geografía*, 26, 0121-215X.
6. Pérez, S. (2010). El valor estratégico del turismo rural como alternativa sostenible de desarrollo territorial rural. *Redalyc: Agronomía Colombiana*, 507-513.
7. Valdez, D., & Ochoa, B. (2015). *Turismo Rural*. Itson: Instituto Tecnológico de Sonora.

## Anexos

### Anexo 1: Material informativo de la ruta turística “RENACE MUNDUG”

