

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



FACULTAD DE INDUSTRIAS AGROPECUARIAS Y CIENCIAS AMBIENTALES

CARRERA DE TURISMO Y ECOTURISMO

Tema: “El potencial turístico del patrimonio arquitectónico de la ciudad de San Gabriel para el desarrollo de productos turísticos”

Trabajo de titulación previa la obtención del
título de Licenciada en Turismo y Ecoturismo

AUTORA: Mullo Callatasig Melani Vanessa

TUTOR: Ing. Iturralde Vallejos Jaime Alejandro, MSc.

Tulcán, 2021

CERTIFICADO JURADO EXAMINADOR

Certificamos que la estudiante Mullo Callatasig Melani Vanessa con el número de cédula 172592950-7 ha elaborado el trabajo de titulación: “El potencial turístico del patrimonio arquitectónico de la ciudad de San Gabriel para el desarrollo de productos turísticos”

Este trabajo se sujeta a las normas y metodología dispuesta en el Reglamento de Titulación, Sustentación e Incorporación de la UPEC, por lo tanto, autorizamos la presentación de la sustentación para la calificación respectiva.

f.....

Iturralde Vallejos Jaime Alejandro, MSc.

TUTOR

f.....

Bolaños Tobar Dennys Andrés, MSc.

LECTOR

Tulcán, agosto de 2021

AUTORÍA DE TRABAJO

El presente trabajo de titulación constituye requisito previo para la obtención del título de Licenciada en la Carrera de turismo y ecoturismo de la Facultad de Industrias Agropecuarias y Ciencias Ambientales

Yo, Mullo Callatasig Melani Vanessa con cédula de identidad número 172592950-7 declaro: que la investigación es absolutamente original, auténtica, personal y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.



f.....

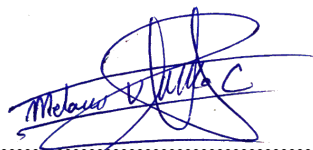
Mullo Callatasig Melani Vanessa

AUTORA

Tulcán, agosto de 2021

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, Mullo Callatasig Melani Vanessa declaro ser autor/a de los criterios emitidos en el trabajo de investigación: “El potencial turístico del patrimonio arquitectónico de la ciudad de San Gabriel para el desarrollo de productos turísticos” y eximo expresamente a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.



f.....

Mullo Callatasig Melani Vanessa

AUTORA

Tulcán, agosto de 2021

AGRADECIMIENTO

Deseo agradecer a Dios por bendecirme, guiarme y darme fortaleza para llegar a cumplir una de mis metas anheladas. Agradezco a mis padres quienes han sido un estímulo constante, además de su apoyo incondicional tanto familiar como económico a lo largo de mis estudios.

A mis hermanas, gracias por su cariño, apoyo y por siempre estar en los momentos importantes de mi vida. Este logro también es de ustedes.

A mi tutor de tesis Jaime Iturralde por el tiempo y paciencia en la elaboración de este documento.

DEDICATORIA

Dedico este trabajo de manera especial a mis padres Teresita y Carlitos quienes siempre me han apoyado y han recorrido este camino conmigo, dándome fuerzas y motivación, pues ustedes han sido el principal cimiento para la construcción de mi vida personal y profesional, aunque hemos pasado momentos difíciles siempre han estado brindándome su comprensión, cariño y amor.

A mis hermanas Pamela y Alejandra quienes siempre han creído en mi capacidad, y con sus palabras de aliento no me dejaron decaer para seguir adelante y cumpla con mis ideales.

A mi sobrino Nicolás quien con su corazón genuino me demuestra que perder momentos valiosos con la familia a causa de la distancia se recompensa con un abrazo y una sonrisa sincera.

Gracias a Dios por mostrarme día a día que con paciencia, humildad y sabiduría todo es posible.

Con todo el amor infinito hacia mis padres, hermanas y sobrino.

Melani Mullo

ÍNDICE

I. PROBLEMA.....	17
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	17
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	18
1.3. JUSTIFICACIÓN.....	18
1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN.....	19
1.4.1. Objetivo General	19
1.4.2. Objetivos Específicos	20
1.4.3. Preguntas de Investigación	20
II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	21
2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS.....	21
2.2. MARCO TEÓRICO	23
III. METODOLOGÍA.....	36
3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO	36
3.1.1. Enfoque.....	36
3.1.2. Tipo de Investigación	36
3.2. IDEA A DEFENDER	37
3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	37
3.3.2. Operacionalización de variables.....	39
3.4. MÉTODOS UTILIZADOS	41
3.4.1. Métodos	41
3.4.2. Técnicas	41
3.5. Análisis estadístico	41
3.5.1. Población y muestra.....	41
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	44

4.1. RESULTADOS	44
4.2. DISCUSIÓN.....	150
V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	153
5.1. CONCLUSIONES	153
5.2. RECOMENDACIONES	154
VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	155
VII. ANEXOS.....	159

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Forma de turismo	28
Figura 2. Metodología integral de la evaluación.....	33
Figura 3. Ubicación del Patrimonio Arquitectónico de la Ciudad de San Gabriel.....	44
Figura 4. Iglesia Matriz de San Gabriel	45
Figura 5. Casa Municipal San Gabriel	46
Figura 6. Parque Gonzales Suarez San Gabriel.....	47
Figura 7. Casa Cuasmal	48
Figura 8. Casa Museo.....	49
Figura 9. Casa de las Siete Puertas.....	50
Figura 10. Cementerio de San Gabriel	51
Figura 11. Teatro Pio XII.....	52
Figura 12. Evaluación componente Patrimonio Arquitectónico	73
Figura 13. Evaluación componente Gastronómico	79
Figura 14. Evaluación componente festividades y eventos	85
Figura 15. Evaluación componente actividades recreacionales	92
Figura 16. Evaluación componente vías de acceso	98
Figura 17. Evaluación seguridad, salud, servicios básicos recolección de desechos.....	103
Figura 18. Evaluación componente servicios turísticos	107
Figura 19. Evaluación total del potencial turístico de la ciudad de San Gabriel	115

Figura 20. Sexo de los habitantes de la Ciudad de San Gabriel	119
Figura 21. Edad del encuestado de la Ciudad de San Gabriel	120
Figura 22. Arquitectura relevante, histórica y estética según los ciudadanos de San Gabriel.	121
Figura 23. Nivel de importancia bienes patrimoniales arquitectónicos dentro del turismo	122
Figura 24. Mayor relevancia dentro de su identidad como habitante de San Gabriel	123
Figura 25. Incentivar la Actividad Turística.....	124
Figura 26. Servicio de Señalización	125
Figura 27. Vialidad del transporte	126
Figura 28 Servicio de Seguridad.....	127
Figura 29. Servicio de Estacionamiento	128
Figura 30. Servicios básicos	129
Figura 31. Mantenimiento y Conservación.....	130
Figura 32. Hospitalidad de la gente	131
Figura 33. Clima; Ciudad de San Gabriel.....	132
Figura 34. Costo de Servicios.....	133
Figura 35. Interpretación Patrimonial.....	134
Figura 36. Preocupación sobre el patrimonio	135
Figura 37. Importancia de la participación ciudadana dentro del turismo	136
Figura 38. Causas del escaso desarrollo del patrimonio arquitectónico de San Gabriel.....	137

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Operacionalización Variable Independiente.....	39
Tabla 2. Operacionalización Variable Dependiente	40
Tabla 3. Planta Turística de la Ciudad de San Gabriel.....	53
Tabla 4. Evaluación del nivel de potencial turístico.....	55
Tabla 5. Evaluación del ambiente limpio	56
Tabla 6. Evaluación de participación de la comunidad en el mantenimiento del lugar.....	56
Tabla 7. Evaluación de accesibilidad	57
Tabla 8. Evaluación de guías en cada atractivo	57
Tabla 9. Evaluación de conectividad fija y de celular	57
Tabla 10. Evaluación sobre información del atractivo vía internet.....	57
Tabla 11. Evaluación de asociación con otros atractivos	58

Tabla 12. Evaluación de seguridad	58
Tabla 13. Evaluación de contenido gastronómico	58
Tabla 14. Evaluación promoción de la gastronomía.....	58
Tabla 15. Evaluación de señalética y movilidad.....	59
Tabla 16. Evaluación de infraestructura de apoyo.....	59
Tabla 17. Evaluación del servicio de transporte y parqueadero	59
Tabla 18. Evaluación de alojamiento.....	60
Tabla 19. Evaluación servicio de alimentación	60
Tabla 20. Evaluación de carreteras	60
Tabla 21. Evaluación condiciones de las vías.....	60
Tabla 22. Evaluación tipo de transporte	61
Tabla 23. Evaluación zona de cruzamientos	61
Tabla 24. Evaluación conectividad con vías arteriales	61
Tabla 25. Evaluación seguridad vial	61
Tabla 26. Evaluación puntos de descanso.....	62
Tabla 27. Evaluación de vigilancia	62
Tabla 28. Evaluación de servicio de salud pública	62
Tabla 29. Evaluación de centros médicos privados	62
Tabla 30. Evaluación de recolección de desechos	63
Tabla 31. Evaluación del tipo de operación turística	63
Tabla 32. Evaluación según su género.....	63
Tabla 33. Evaluación según el rango de edad.....	63
Tabla 34. Evaluación frecuencia de visita a los atractivos turísticos.....	64
Tabla 35. Evaluación de procedencia del visitante	64
Tabla 36. Evaluación conformación del grupo	64
Tabla 37. Entes que promuevan el turismo	64
Tabla 38. PDOT en el territorio	65
Tabla 39. Actividad turística dentro el PDOT	65
Tabla 40. Funcionario en la dirección de turismo	65
Tabla 41. Alcance de festividades y eventos	65
Tabla 42. Servicios básicos.....	66
Tabla 43. Porcentaje de plazas de trabajo	66
Tabla 44. Participación comunitaria en festividades y eventos.....	66
Tabla 45. Código de los componentes de evaluación.....	67

Tabla 46. Matriz del potencial turístico del componente patrimonio arquitectónico.....	68
Tabla 47. Evaluación de potencial turístico del Patrimonio Arquitectónico.....	72
Tabla 48. Matriz de evaluación del potencial del componente gastronómico	74
Tabla 49. Evaluación del nivel de potencial turístico de la gastronomía.....	78
Tabla 50. Evaluación del componente festividades y eventos.....	80
Tabla 51. Evaluación del nivel de potencial turístico de festividades y eventos	84
Tabla 52. Matriz de potencial del componente actividades recreativas.....	86
Tabla 53. Evaluación del nivel de potencial turístico de actividades recreacionales.....	91
Tabla 54. Matriz de evaluación del potencial turístico del componente vías de acceso	93
Tabla 55. Evaluación del nivel de potencial turístico de vías de acceso.....	97
Tabla 56. Matriz de evaluación del potencial turístico del componente seguridad	99
Tabla 57. Matriz de evaluación del potencial turístico del componente salud	100
Tabla 58. Matriz de evaluación del potencial turístico del componente servicios básicos	101
Tabla 59. Matriz del potencial turístico del componente recolección de desechos.....	102
Tabla 60. Eval. potencial seguridad, salud, servicios básicos y recolección de desechos.....	103
Tabla 61. Matriz de evaluación del potencial turístico del componente alojamiento	104
Tabla 62. Matriz de evaluación del potencial turístico del componente restauración	105
Tabla 63. Evaluación del nivel de potencial turístico de alojamiento y restauración	107
Tabla 64. Matriz de evaluación del potencial turístico del componente consumidor	108
Tabla 65. Evaluación del nivel de potencial turístico consumidor	109
Tabla 66. Matriz del potencial turístico del componente promoción y comercialización	109
Tabla 67. Evaluación del nivel de potencial turístico promoción y comercialización.....	110
Tabla 68. Matriz del potencial turístico político e instituciones administrativas	111
Tabla 69. Evaluación potencial turística de políticas e instituciones administrativas.....	112
Tabla 70. Matriz general de los componentes analizados.....	113

Tabla 71. Porcentaje total de evaluación del potencial turístico de San Gabriel.....	116
Tabla 72. Sexo del habitante	119
Tabla 73. Edad del encuestado	120
Tabla 74. Arquitectura relevante, histórica y relevante	121
Tabla 75. Nivel de importancia de recursos patrimoniales arquitectónicos	122
Tabla 76. Relevancia dentro de la identidad	123
Tabla 77. Necesidades para Incentivar la Actividad Turística	124
Tabla 78. Evaluación de Servicios	125
Tabla 79. Evaluación Servicio Señalización	125
Tabla 80. Evaluación Servicio Vialidad.....	126
Tabla 81. Evaluación Servicio Seguridad	127
Tabla 82. Evaluación Servicio Estacionamiento	128
Tabla 83. Evaluación Servicios Básico	129
Tabla 84. Evaluación Servicio Mantenimiento y Conservación	130
Tabla 85. Evaluación Servicio Hospitalidad de la gente.....	131
Tabla 86. Evaluación Clima.....	132
Tabla 87. Evaluación de Servicio Costos.....	133
Tabla 88. Información para interpretación sobre atractivo	134
Tabla 89. Preocupación sobre el patrimonio	135
Tabla 90. Importancia de la participación de los habitantes	136
Tabla 91. Causas del escaso desarrollo del patrimonio arquitectónico de San Gabriel.....	137
Tabla 92. Resultados de Entrevistas.....	139
Tabla 93. Diagnóstico de la Situación (FODA)	144
Tabla 94. Naturaleza del producto turístico	148

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Certificado o Acta del Perfil de Investigación	159
Anexo 2. Certificado del abstract por parte de idiomas.....	160
Anexo 3. Encuesta aplicada a la población	162
Anexo 4. Entrevista a Funcionarios y/o técnicos en Turismo.....	164
Anexo 5. Ficha de Observación cuali-cuantitativa Patrimonio Arquitectónico.....	165
Anexo 6. Ficha de Observación cuali-cuantitativas componente Gastronómico.....	168
Anexo 7. Ficha de Observación cuali-cuantitativas componente Festividades y Eventos.....	170
Anexo 8. Ficha de Observación cuali-cuantitativa Actividades Recreacionales.....	172
Anexo 9. Ficha de Observación cuali-cuantitativas componente Vías de Acceso.....	174
Anexo 10. Ficha de Observación cuali-cuantitativas componente Seguridad	175
Anexo 11. Ficha de Observación cuali-cuantitativas componente Salud	176
Anexo 12. Ficha de Observación cuali-cuantitativas componente Servicios Básicos	177
Anexo 13. Ficha de Observación cuali-cuantitativa Recolección de Desechos.....	178
Anexo 14. Ficha de Observación cuali-cuantitativas componente Alojamiento	179
Anexo 15. Ficha de Observación cuali-cuantitativas componente Restauración	180
Anexo 16. Ficha de Observación cuali-cuantitativas componente Consumidor	181
Anexo 17. Ficha de Observación cuali-cuantitativa Promoción y Comercialización.....	182
Anexo 18. Ficha Observación cuali-cuantitativa Políticas e Instituciones Administrativas ...	183

RESUMEN

El desarrollo de la presente investigación titulada “El potencial turístico del patrimonio arquitectónico de la ciudad de San Gabriel para el desarrollo de productos turísticos” se llevó a cabo gracias a la información recopilada en las diferentes fuentes primarias y secundarias. Es por ello que se evaluó el potencial turístico del patrimonio arquitectónico de la ciudad de San Gabriel mediante la aplicación de instrumentos de investigación para obtener resultados que contribuya al desarrollo de productos turísticos, tomando en cuenta los bienes patrimoniales como, La Casa Cuasmal, La Casa Museo, La Casona Municipal, Casa de las Siete Puertas, Iglesia Matriz, Parque Gonzales Suarez, El Cementerio de San Gabriel y el Teatro Pio XII, los cuales tienen un valor significativo en cuanto a historia y representan acontecimientos propios de la localidad. Debido a esto se propuso aplicar la metodología de tipo cualitativa la cual permitió recolectar los datos directamente de la población y así conocer la situación actual del problema planteado. Para cumplir con el objetivo se utilizaron tres técnicas de recolección de información, una de ellas son las fichas de observación cuali-cuatitativas basadas en la escala de Likert las cuales contribuyeron a diagnosticar la situación actual de los bienes patrimoniales y los servicios que se ofertan en la ciudad, la aplicación de encuestas dirigidas a la población y entrevistas a técnicos en turismo las cuales permitieron cumplir con la idea a defender propuesta en la investigación. Una vez aplicado los instrumentos se concluyó que la ciudad de San Gabriel posee un potencial turístico de nivel alto, esto quiere decir que desarrollar productos turísticos enfocados en el patrimonio arquitectónico de la ciudad es idóneo para el progreso de la población económico y socialmente, mismo que permitirá la difusión de los bienes inmuebles más representativos de la ciudad de San Gabriel.

Palabras clave: Patrimonio Arquitectónico, Producto turístico, Evaluación, Desarrollo, Diagnóstico

ABSTRACT

The development of this research entitled "The tourist potential of the architectural heritage of the San Gabriel city for the tourism products development" was carried out thanks to the information collected in the different primary and secondary sources. That is why the tourist potential of the architectural heritage of San Gabriel was evaluated through the application of research instruments to get results that contribute to the development of tourism products, taking into account heritage assets such as "La Casa Cuasmal", "La Casa Museo", "La Casona Municipal", "Casa de las Siete Puertas", "Matriz" church, "Gonzales Suarez" park, "San Gabriel" cemetery and the "Pio XII" theater, which have a significant value in terms of history and represent local events. Due to this, it was proposed to apply the qualitative methodology which allowed to collect the data directly from the population and thus know the current situation of the problem posed. To meet the objective, three information collection techniques were used, one of them was the qualitative-quantitative observation sheets based on the Likert scale, which contributed to diagnosing the current situation of heritage assets and services offered in the city. The application of surveys directed to the population and interviews with tourism technicians which allowed to fulfill the idea to defend proposed in the investigation. Once the instruments were applied, it was concluded that San Gabriel has a high-level tourist potential, this means that developing tourist products focused on the architectural heritage of the city is ideal for the progress of the population economically and socially which will allow the dissemination of the most representative real estate of San Gabriel.

Keywords: Architectural Heritage, Tourism Product, Evaluation, Development, Diagnosis

INTRODUCCIÓN

El desarrollo del presente trabajo de investigación titulado “Potencial turísticos del patrimonio arquitectónico de la ciudad de San Gabriel” se llevó a cabo gracias a la información recopilada en las diferentes fuentes primarias y secundarias.

Este documento se divide en siete capítulos que facilitan la identificación de las características de la zona de estudio y las posibles acciones que se puedan ejecutar de acuerdo a las necesidades de la población y de los visitantes que lleguen al lugar.

El primer capítulo abarca una visión general del problema que se presenta en la ciudad para el escaso desarrollo de productos turísticos fundados sobre el patrimonio arquitectónico, se describirá la justificación del porque se realiza esta investigación, planteando los objetivos de estudio y preguntas de investigación. .

El segundo capítulo abarca la fundamentación teórica la cual nos ayudara al desarrollo de la investigación pues contara con antecedentes investigativos los cuales son documentos relacionados al tema y guían al investigador, también cuenta con el marco teórico en donde se plasmaran los conceptos o definiciones de cada variable.

El tercer capítulo está basado en los dos anteriores en donde se pretende identificar que enfoque metodológico se utilizara, y que idea a defender tendrá la investigación, también se posee la Operacionalización de variables para el desarrollo del siguiente capítulo.

En el cuarto capítulo se podrá encontrar los resultados y discusión en donde se propondrá un análisis de los recursos turísticos, una evaluación en forma de matices midiendo el nivel de muy alto a bajo nivel de evaluación, se desarrolló una matriz FODA, el análisis de preguntas de las encuestas aplicadas a los habitantes de la ciudad y a las entrevistas realizadas a dirigentes del GAD municipal de Montufar y técnicos en turismo.

El quinto capítulo se dedica a subrayar las conclusiones y recomendaciones que se dirigen hacia los dirigentes de la ciudad de San Gabriel y los cuales son opiniones netamente del investigador que ha finiquitado el trabajo de investigación.

El sexto capítulo presenta las referencias bibliográficas que brindaron información de diversas fuentes digitales y las cuales enriquecieron el contenido del presente documento.

Y por último el séptimo capítulo presenta anexos como fotografías y los instrumentos utilizados en la investigación.

I. PROBLEMA

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El territorio ecuatoriano posee gran potencial turístico que permitiría desarrollarlo turísticamente, sin embargo cierta parte de la población desconoce el valor e histórico que posee estos sectores que por consecuencia limita su puesta en valor al mercado como parte de un producto turístico, que acoja esta gran riqueza local. Como lo expresa Parfitt (2015) el patrimonio arquitectónico de una ciudad está estrechamente emparentada a la identidad local, así como los valores históricos y artísticos de la misma, por lo tanto su preservación debe extenderse de generación en generación.

Teniendo en cuenta lo citado anteriormente el patrimonio arquitectónico de la ciudad de San Gabriel posee un formidable potencial turístico pero que a causa del descuido y poco interés de las entidades públicas y privadas está siendo afectado, ya que no se le da la importancia necesaria de que estos sitios formen parte de productos turísticos que sean de satisfacción para distintos tipos de mercado.

En la ciudad de San Gabriel no existe un apoyo constante de los habitantes para formar parte de estos nuevos productos turísticos y que así se dé a conocer los atractivos que forman parte de esta ciudad declarada como pueblo mágico del Ecuador, dejando en el descuido el significado histórico que tiene esta zona.

Con estos antecedentes se puede mencionar que el potencial turístico del patrimonio arquitectónico dentro del sector urbano de la ciudad de San Gabriel al no ser aprovechado de una manera correcta conlleva al deterioro de la imagen física de estos sitios y a la pérdida del valor patrimonial y significativo que posee cada atractivo que forma parte del patrimonio y que se lo pudiese incluir en un producto turístico que sea atrayente e interesante al visitante.

En la ciudad de San Gabriel aunque existe un potencial turístico conformado por los atractivos y por los servicios que oferta para la comodidad del visitante, los dueños de estos establecimientos no se sienten capacitados para dar un mejor servicio a las personas que lleguen a su negocio ya sea para consumir lo que ofrecen o para pedir información sobre las actividades que pudiese realizar en la ciudad de San Gabriel, que pudiese visitar en su estadía.

La ciudad de San Gabriel al ser un pueblo mágico del Ecuador debería ser tomado más en cuenta por las entidades públicas y privadas reuniendo esfuerzos que ayuden a los habitantes a tener una mayor capacitación sobre el servicio que se le puede brindar al visitante para que

satisfaga sus necesidades, dentro del potencial turístico que posee un territorio se encuentra la oferta turística donde intervienen varios servicios entre ellos, el hospedaje, la alimentación, el transporte, el acceso, sitios complementarios como cafeterías, bancos, bares, centros de diversión nocturna, etc.

Es así que a causa de la poca importancia que se tiene respecto a este patrimonio arquitectónico poco a poco se ha ido deteriorando su fachada y sus instalaciones internamente, esto también por la falta de economía necesaria para poder renovarlas y al ser sitios antiguos no llaman la atención a la ciudadanía para que intervengan en su cuidado olvidando así su historia y el significado que tiene cada atractivos que forma parte del centro histórico de la ciudad de San Gabriel.

Después de mencionar el problema que atraviesa la ciudad de San Gabriel en el sentido de su potencial turístico que no es el adecuado para que los visitantes puedan satisfacer sus necesidades y que las entidades públicas y privadas no trabajen en conjunto por mejorar estos servicios y dar un realce a los sitios turísticos que hacen aporte del patrimonio arquitectónico, es importante mencionar que en la ciudad de San Gabriel no existen productos turísticos que tengan como objetivo el patrimonio arquitectónico de la zona, puesto que al existir sitios naturales dentro del cantón y cerca de la ciudad las autoridades han hecho más énfasis en sobresaltar dichos atractivos dejando de la lado sus sitios arquitectónicos patrimoniales que tienen una gran historia y que al formar parte de un producto turístico la ciudad podría tener más ingresos económicos a causa de la visita de personas de la misma provincia o de todo el Ecuador.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

El escaso aprovechamiento el potencial turístico del patrimonio arquitectónico de la ciudad de San Gabriel impide el desarrollo de productos turísticos

1.3. JUSTIFICACIÓN

El motivo del presente trabajo investigativo se propone evaluar el potencial turístico de la ciudad de San Gabriel para el desarrollo de productos turísticos. El poco aprovechamiento del mismo representaría una pérdida muy única para los habitantes de la ciudad de San Gabriel y por ende al Cantón Montufar. No solo representaría un cambio negativo en su identidad. Además, se estaría perdiendo una oportunidad de desarrollo, representada por el movimiento turístico siendo este la existencia de dichos productos.

Este trabajo de investigación busca exponer el potencial turístico del patrimonio arquitectónico con el que cuenta la ciudad de San Gabriel, la cual recopila información necesaria de los

atractivos turísticos que pertenecen al patrimonio antes mencionado mediante un inventario y jerarquización de los mismos para así demostrar que pueden ser parte de productos turísticos. El análisis del potencial turístico del patrimonio arquitectónico de la ciudad de San Gabriel va a servir a futuro para lograr colocarlos dentro de un producto turístico el cual dé a conocer estos lugares que representan gran valor y pueden ser utilizados, beneficiando la economía de la ciudad, el mismo que podrá mejorar su calidad de vida de los habitantes.

Cabe destacar que para cumplir con el objetivo de la investigación se hará uso de métodos y herramientas para acceder a la información necesaria relacionada con el tema de estudio, que aporten con criterios y soluciones para dicho problema planteado.

El turismo es considerado actualmente como una actividad que permite a las personas vivir nuevas experiencias lejos de su hogar. En este sentido cabe destacar que en esta investigación se pretende mostrar el potencial turístico a través del aprovechamiento de sus atractivos. Esto con el fin de que puedan ser incluidos en productos turísticos para reactivar la actividad económica y sea un viable elemento convincente para el turista.

Los recursos y demás elementos que en conjunto satisfacen las necesidades de quienes visitan la ciudad, hacen parte fundamental del potencial dentro del turismo, esto quiere decir que al aprovecharlos de manera correcta este creara impactos positivos para la población, incrementando los servicios turísticos como restauración, alojamiento, transporte, entre otros. Por otra parte es importante buscar la forma de rescatar el valor histórico y del patrimonio arquitectónico para que se siga transmitiendo de generación en generación. Siendo así que el uso de patrimonio e identidad y su influencia en el desarrollo de un territorio sean abordados tanto en la teoría como en la práctica en países de América Latina, beneficiándose con experiencias significativas de algunos ejemplos mundiales que demandan la identidad y valorizan el patrimonio local(Escobar Nieves et al., 2017)

1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

1.4.1. Objetivo General

Evaluar el potencial turístico del patrimonio arquitectónico de la ciudad de San Gabriel mediante la aplicación de instrumentos de investigación y recabar información que contribuya al desarrollo de productos turísticos.

1.4.2. Objetivos Específicos

- Fundamentar bibliográficamente el objeto de estudio para la orientación en el desarrollo de la investigación.
- Diagnosticar la situación actual de los bienes patrimoniales arquitectónicos más destacados de la ciudad de San Gabriel para su evaluación mediante la aplicación de instrumentos de investigación.
- Determinar su potencial turístico para la puesta en valor a partir del desarrollo de productos turísticos.
- Definir la naturaleza del producto turístico según el potencial turístico del patrimonio arquitectónico de la ciudad de San Gabriel.

1.4.3. Preguntas de Investigación

- ¿Para qué se evaluó el potencial turístico del patrimonio arquitectónico de la ciudad de San Gabriel?
- ¿Cuál es la situación actual de los bienes patrimoniales arquitectónicos más destacados de la ciudad de San Gabriel?
- ¿Qué tipo de influencia tiene el potencial turístico de la ciudad de San Gabriel dentro del desarrollo de productos turísticos?
- ¿Qué características tiene el producto turístico basado en el potencial turístico del patrimonio arquitectónico de la ciudad de San Gabriel?

II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

Para el desarrollo de este trabajo se ha tomado en cuenta distintas investigaciones relacionadas al tema de estudio es así que según Mendoza Ontiveros et al (2008) en su investigación titulada “Potencial turístico del patrimonio de la ciudad de Texcoco” indica que el objetivo principal es registrar bases significativas para la elaboración de habilidades turísticas factibles y coherentes que ayuden a la revaloración del patrimonio de la ciudad de Texcoco, específicamente del patrimonio natural y cultural, donde los habitantes locales formen parte fundamental para el cuidado de dichos recursos y su identidad como pueblo, planteando el uso turístico correcto de los recursos. Para ello se realizó un diagnóstico sobre el estado del patrimonio de la ciudad de Texcoco, en donde se registraron la localización, el estado, el uso que se le daba, su historia y sus puntos débiles y fuertes registrados en un FODA para dimensionar el problema que tiene la ciudad el cual impide su uso turístico óptimo. Al realizar este diagnóstico se dio como conclusión que se debían seguir acciones para la planeación turística, pues los recursos patrimoniales de Texcoco estaban en total abandono, olvidados, sin señalización, y desconocido por la mayoría de la población local. Es por ello que para transformar este contexto la estrategia más recomendable es la promoción de los recursos con que cuenta la ciudad de Texcoco pues esto ayudaría al desarrollo social y económico de los habitantes. También se debe hacer un análisis de los recursos endógenos que tiene Texcoco es decir su infraestructura, equipamiento, recursos tecnológicos y económicos, los recursos humanos y sociales los cuales deben estar integrados de una forma apropiada pues cada uno de estos recursos endógenos deben estar ubicados en un espacio complementario para que interactúe con los demás elementos existentes en la localidad de Texcoco. Por lo tanto dicha investigación hace énfasis en que el patrimonio es desconocido para los habitantes y para los visitantes que viven y llegan a Texcoco, pues aunque el turismo es un dinamizador del espacio y de la comunidad, esta no se involucra en el desarrollo y aprovechamiento del potencial turístico, asimismo se observa que la ciudad puede convertirse en un polo de difusión turística pues muchos de los visitantes se sienten más a gusto en ciudades pequeñas llenas de historia que en grandes ciudades donde la aglomeración impide realizar actividades.

De manera similar según Toselli (2019) en su artículo titulado “Turismo, patrimonio y desarrollo local. Evaluación del potencial turístico de aldeas rurales en la provincia de Entre Ríos, Argentina” muestra que en la última década el turismo es una actividad que ha contribuido al desarrollo local de un territorio el cual ha provocado un crecimiento económico y social de la misma. Es así que el objetivo de la investigación fue plantear un proceso de

desarrollo local basado en el turismo, recopilando información sobre la situación del territorio haciendo uso de instrumentos de relevamiento, evaluación y diagnóstico para saber si la localidad es verdaderamente un sitio con potencial turístico.

La aplicación de estos instrumentos permitieron tomar decisiones favorables para que sean acorde al desarrollo turístico del lugar, es decir analizar las características geográficas y demográficas del lugar, conocer la situación laboral y productiva de la zona, su infraestructura y servicios básicos que posee, y sobre todo la disponibilidad de recursos turísticos es o naturales, la existencia de organismos públicos y privados que estén vinculados a la actividad turística, los servicios como accesibilidad, alojamiento, gastronomía, señalización, actividades, etc., que ayudan a la estadía del visitante.

Toda la información compilada a través del análisis de la situación actual del territorio se plasmo en una matriz de evaluación del potencial turístico del territorio en el cual se podrán identificar los puntos fuertes y débiles así como las oportunidades y riesgos que tiene el territorio. También se pudo observar las características de la localidad específicamente la oferta turística actual y la potencial si se desarrolla el turismo local.

Por consecuencia a la aplicación de los instrumentos mencionados en la metodología se llega a la conclusión de que los atractivos turísticos actuales y potenciales tangibles e intangible deben reflejar su historia manteniendo viva sus raíces, las costumbres y las tradiciones familiares nutriendo así la vida a través de las instituciones locales otorgando un valor agregado que las diferencia de los otros pueblos cercanos.

De acuerdo a Martínez Quintana et al. (2018) en su artículo de revista titulado “Paisajes es como imágenes de destino: percepción y valoración como producto turístico” donde sus objetivos fue apoyar al acercamiento y discernimiento de dos situaciones que deben ser estudiadas y desarrolladas, por un lado la valoración y percepción de los paisajes es dentro de un producto turístico y los componentes de la imagen turística que tendría dichos productos promocionándolos, donde en un futuro sean capaces de generar riquezas sociales y económicas que mejoren la calidad de vida de los pobladores, ofreciendo un producto turístico único y diferenciado de otros territorios. La metodología aplicada en esta investigación cuantitativa es mediante una encuesta dirigida al turista la cual busca el perfil de este para conocer el tipo de producto que tendría mas acogida dentro de la localidad, así mismo se recolecto la opinión de especialistas a través de un panel de experto sobre el paisaje de la ciudad de Toledo como un recurso turístico. Estos se dividieron en dos grupos el primero de empresas privadas como hoteles, restaurantes, agencias de viajes y el segundo grupo comprende a los expertos vinculados al patrimonio y la cultura. Este panel se

compone de preguntas básicas como la imagen del destino, el paisaje como producto turístico, la gestión del paisaje como producto turístico y la promoción y difusión del paisaje como una oferta comerciable al público que lo visite.

Es así que el autor concluye que los instrumentos aplicados ayudo a saber que a los turistas les interesa hacer recorridos guiados por la ciudad que tenga monumentos, museos, parques, cementerios y edificaciones, históricos teniendo una vista panorámica de la misma. En relación al panel de experto se concluye que la imagen de las ciudades históricas perduran en la mente del turista, siempre y cuando sean guiadas y desarrolladas mediante un producto turístico que promocione dicho valor histórico y que posee la ciudad de Toledo.

2.2. MARCO TEÓRICO

En este capítulo se despliegan los principales fundamentos del marco teórico, los cuales sirven de apoyo a la investigación para el potencial turístico del patrimonio arquitectónico de la ciudad de San Gabriel para el desarrollo de productos turísticos, los conceptos presentados, permitirán abordar la solución al problema planteado y a la comprensión de la investigación.

2.2.1. Turismo

El turismo es el desplazamiento de personas fuera de su lugar de residencia, su estancia en el lugar puede durar un periodo determinado de tiempo, pues este desplazamiento no es permanente. El turismo comprende realizar actividades durante la visita en el lugar, la motivación para visitar un lugar es incentivada por los servicios o productos que ofrece el lugar satisfaciendo a las necesidades de los turistas (Sancho A, Buhalis D, Gallego J, Navarro S, Osorio A & Ramos P, 2018).

2.2.1.1. Turismo patrimonial

Según Hisour (2016) define al turismo patrimonial como un turismo para viajar y experimentar lugares y realizar actividades que representen historias y personas del pasado pertenecientes al lugar donde se encuentre. El turismo patrimonial se centra principalmente en las reliquias del pasado como son ciudades históricas, paisajes anticuados, iglesias, museos, etc.

2.2.2. Potencial turístico

Según Covarrubias R (2015) el potencial turístico de un determinado lugar requiere valorar los recursos que posee siendo necesario realizar un análisis que permita definir y caracterizar todos

aquellos atributos con los que cuentan dichos recursos, esto ayudara a definirse como viables para ser desarrollados turísticamente y, precisar qué tipo de actividades turísticas pueden ofertarse en ese destino.

Asimismo SECTUR (2002) indica que toda zona que se considere desarrollar su turismo debe ser evaluado afinadamente sus recursos turísticos para determinar su potencial turístico. Dentro de estos se encuentran todos los tipos de atracciones y actividades relacionadas con el medio ambiente natural, el patrimonio y los rasgos que diferencie y sean únicos en la zona, así como las actividades económicas, su entorno natural, sus sitios urbanos, servicios de salud, lugares de religiosidad, servicios turísticos y la infraestructura de transporte.

Por consiguiente a lo citado con anterioridad se puede decir que el potencial turístico que posee un destino depende principalmente de sus recursos y los servicios complementarios que este posea para dar satisfacer las necesidades de quienes visitan este lugar, se debe valorar tanto los recursos naturales como es del lugar siempre y cuando cuenten con una imagen apta para el visitante, esto quiere decir que se encuentre en buen estado, con accesibilidad, valor histórico e infraestructura adecuada.

2.2.3. Oferta turística

Según Socatelli (2013) en su libro menciona que la oferta turística se especifica como el conjunto de productos y servicios incorporados de un determinado lugar tanto geográfico como socio - , el cual tiene como objetivo de prestar y facilitar el aprovechamiento de los atractivos turísticos de dicho lugar, donde sus vendedores los cuales son los habitantes podrán ofrecer al mercados productos y servicios que son consumidos por los turistas. La unión de los atractivos, productos y servicios turísticos de un determinado espacio geográfico se les debe añadir una planificación de desarrollo adecuado promocionando a posibles consumidores un producto turístico acorde a las necesidades de los que llegan al lugar (p.1).

2.2.3.1. Clasificación de la oferta turística

Asimismo Socatelli (2013) afirma que la oferta turística está conformada por los siguientes elementos descritos a continuación:

- La existencia de oferentes: esta clasificación está representada por los individuos, organizaciones, instituciones o empresas que tienen servicios o productos turísticos a la

venta para el turista, un ejemplo básico de esta son las agencias de viajes, operadores de turismo, hoteles, etc.

- La cantidad de un producto: esto se refiere al número de producto o servicio que están oferentes en el mercado a un precio determinado para quien adquiera este servicio este pueden ser la cantidad de hoteles de una categoría específica existente en el lugar.
- La disposición para vender: aquí los individuos que ofrecen un servicio o producto lo exponen al mercado por un tiempo y precio determinado con ofertas específicas.
- La capacidad de vender: dentro de esta clasificación se pone a prueba la capacidad del vendedor para convencer al turista de realizar determinadas actividades a un precio fijo.
- El puesto en el mercado: es el lugar por el cual el turista va a conocer el producto o servicio que se oferta en el lugar en este caso podría ser un sitio físico como una agencia de viajes o un espacio virtual como una página de internet.
- El precio determinado: es aquí donde se pone en valor los sitios, actividades y servicios que se ofrezcan al público.
- El periodo de tiempo: esta clasificación se refiere al tiempo y precio que va a ofertar tal producto o servicio pues dependiendo de las temporadas altas y bajas el precio y las actividades se cambiarán.
- Las necesidades y deseos: esta clasificación se centra especialmente en satisfacer las necesidades de los visitantes como el servicio de alojamiento, restauración, seguridad y servicios complementarios (p.3).

La oferta turística está compuesta por varios factores que ayudan a potenciar turísticamente un lugar determinado, es así que dichos componentes se detallan a continuación:

2.2.4. Infraestructura

La infraestructura turística es el conjunto de las instalaciones e instituciones que componen el desarrollo del turismo, está conformada por los servicios básicos, sistema vial, la red de transportes, servicio de alojamiento, restauración, servicios complementarios como bancos, comerciales, el servicio de seguridad al turista entre otros. La infraestructura turística correctamente conformada permite al turista llegar, permanecer y disfrutar de los atractivos turísticos, haciendo que su estadía sea placentera y satisfaga sus necesidades (Cajal A, 2021).

De acuerdo a lo citado de Cajal A (2021) la infraestructura turística está compuesta por todos los servicios que asisten al visitante en su estadía cuando visita el lugar turístico pues las

instalaciones deben estar en un funcionamiento y mantenimiento correcto es el caso de los servicios básicos como el agua, electricidad, seguridad, salud recolección de desechos y red de telecomunicaciones, el sistema vial el cual ayuda a los individuos acceder al lugar, debe existir el transporte ya sea terrestre, marítimo o aéreo, el servicio de alojamiento como hoteles, apartamentos que sean cómodos para el descanso ameno de la persona, debe estar presente el servicio de restauración pues la alimentación es un punto esencial para que el turista pueda continuar con sus actividades, se debe tomar en cuenta los servicios complementarios como áreas deportivas, recreativas, red de tiendas, información turística, bancos, etc., todos estos servicios en conjunto permite que se desarrolle el turismo atrayendo visitantes al lugar.

2.2.5. Superestructura

Según Godines (2021) la superestructura turística es aquel que sirve de soporte el cual está integrado por las instituciones e identidades públicas y privadas que tienen como objetivo la producción, comercialización y venta de los servicios turísticos. Estos organismos son de vital importancia puesto que ayudan a que el sector turístico se desarrolle de una manera equilibrada y sostenible en beneficio de los habitantes y de los turistas que visitan un lugar determinado.

La superestructura turística compuesta por organismos e instituciones públicas o privadas permite que el desarrollo de la actividad turística se encuentre regulada, y sea promovida de una manera facilitadora para dicha actividad. Estos organismos también toman la decisión política para la creación de productos turísticos pues estas instituciones pueden ser nacionales o internacionales como ministerios, cámaras regionales, oficinas municipales, gremios o instituciones educativas.

2.2.6. Atractivos

Los atractivos turísticos son elementos fundamentales de la oferta turística, estos pueden ser elementos tangibles o intangibles, naturales y humanos los cuales pueden motivar al desplazamiento de turistas generando demanda en la localidad.

2.2.7. Recurso

Los recursos turísticos permiten el desarrollo turístico gracias a su atractivo y singularidad, los atractivos son de carácter natural o ya que cuanto más únicos y frágiles más atractivos a la vista del turista o visitante es, es por ello que debe tener una protección y buena gestión constante,

pues de lo contrario se pondría en riesgo el potencial del lugar como destino turístico (SECTUR, n.d.).

Por otro lado como menciona Entorno Turístico Staff (2016) los recursos turísticos son aquellos elementos que tienen potencial turístico pero no cuentan con los acomodamientos necesarios para recibir visitantes, los cuales esperan su comercialización dentro de productos turísticos para realizar actividades y ser atractivo para el turista.

Se puede concluir que a base de lo citado anteriormente los recursos turísticos pueden ser de índole natural o que tienen potencial turístico pero no están habilitados para recibir al visitante con todas las comodidades para satisfacer sus necesidades, estos recursos requieren de un cuidado y protección necesaria para su conservación.

2.2.7.1. Recurso turístico

Para Navarro (2015) “un recurso turístico está compuesto por bienes tangibles e intangibles los cuales son variables y útiles para que sean identificados y gestionados de manera que puedan manifestarse en expresiones materiales pues estos bienes podría encontrarse en un espacio puntual del territorio y se desplazan de un lugar a otro para ser reconocidos”

2.2.8. Planta turística (Equipamiento)

“La planta turística es aquella que permite la permanencia del turista de forma fácil, encontrando en el lugar de destino alojamiento, restauración, desplazamiento, esparcimiento, etc. Estos servicios en conjunto se los ofrecen dentro de un programa en una agencia de viajes las cuales actúan desde el lugar de origen” (Chuman M, 2020).

De acuerdo a lo escrito por Chuman la planta turística es muy importante dentro de la oferta turística ya que con una planta bien organizada y habilitada de forma correcta las personas que visiten el lugar podrán tener una estadía cómoda y atraerán a más turistas para que visiten el lugar, los organismos competentes también deben trabajar en conjunto con los dueños de los locales que ofrecen los servicios de alojamiento, restaurante, actividades recreativas para que con capacitaciones brinden un mejor servicio a los clientes.

2.2.9. Demanda turística

Mamani W (2016) afirma que la demanda turística está relacionada directamente con los individuos al momento de planificar sus actividades de ocio dentro de un viaje a un determinado lugar, estas personas están motivadas a viajar a ese lugar por la serie de productos o servicios turísticos que se ofrece y los consumidores están dispuestos a adquirir en momento y a un precio determinado.

La demanda turística se caracteriza por tres grandes sectores como se muestra en la Figura I:

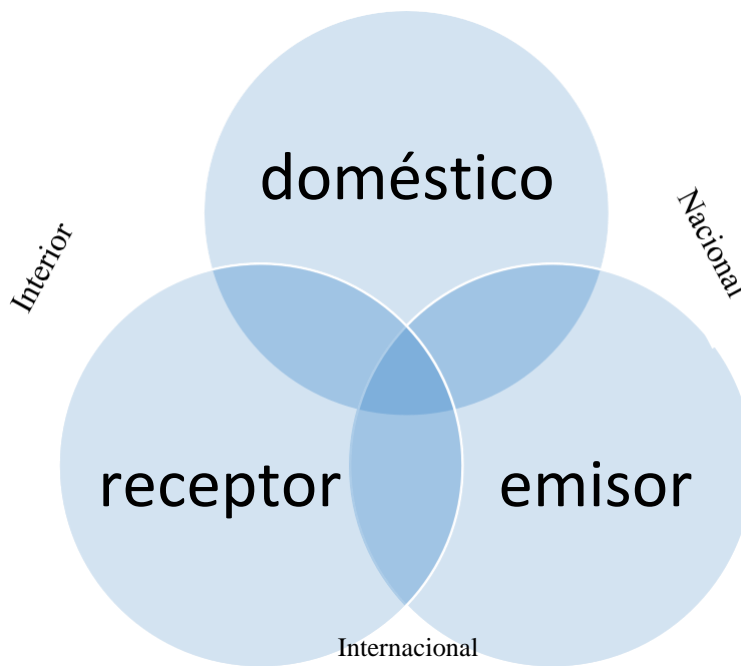


Figura 1: Forma de turismo

2.2.9.1. Clasificación de la demanda turística

La demanda turística está conformada por tres grupos que se detallan a continuación:

- a) Demanda efectiva: esta demanda se refiere al número actual de turistas que viajan a un lugar y se lo puede medir fácilmente dentro de una población determinada.
- b) Demanda no efectiva: esta demanda hace referencia específicamente a la población que visita el lugar dentro de este grupo se puede distinguir la demanda potencial los cuales se refieren a personas que viajarán en el futuro.
- c) La no demanda: son aquellas personas que no tienen el deseo de viajar y no representan un número de viajeros que llegan al lugar.

2.2.10. Competencia turística

La competencia turística, es un elemento muy complejo que une varios componentes estos pueden ser tangibles o intangibles que muchas veces no son fáciles de medir. La competitividad turística debe ser analizada en función del espacio temporal y del país que se tome como referencia pues un destino para ser competencia frente a otro debe poseer ventajas comparativas y competitivas esto quiere decir que debe tener una variedad de productos y recursos turísticos los cuales deben ser gestionados de un modo eficiente y eficaz a corto, medio y largo plazo (Gandara, 2013).

Para Mario & Socatelli (sf) la competitividad turística se identifica por cinco factores esenciales esto son el político, medioambiental, económico, social, tecnológico y de innovación, pues estos factores aunque cumplen diferente función junto a los subsectores de transporte, alojamiento, agencias de viajes, atracciones e intermediarios permiten al territorio convertirse en un lugar competitivo frente a otros lugares cercanos al mismo.

2.2.11. Tendencias de mercado

La tendencia de mercado en el sector turístico está condicionada por diferentes factores externos como la climatología, la demografía, la política, la seguridad, entre otros lo que provoca que las personas se inclinen por visitar un lugar determinado, esto depende de la preferencia en el consumo de bienes y servicios que los turistas tengan en ese momento o se lo podría llamar también “moda” pues eso hace que marque un antes y después de un lugar turístico, cuando permite realizar actividades diferentes a otros sitios o a otras temporadas del año (Escobedo C, 2018).

2.2.12. Patrimonio

Según UNESCO (2016) identifica al patrimonio como un producto y proceso que proporciona a las localidades un canal de recursos que se adquieren del pasado, se mantienen en el presente y se transmite de generación en generación para el beneficio de las mismas en el ámbito económico y socio. El patrimonio abarca tanto lo material como lo natural e inmaterial los cuales requieren de políticas y modelos de desarrollo para que se preserven y se respeten su contenido de diversidad y singularidad pues si se pierden o deterioran no son recuperables (p.132).

El patrimonio tal como dice ILAM (2020) se trata de un conjunto de bienes tangibles e intangibles que conforma la herencia de un grupo humano hacia el mismo en el transcurso del tiempo, este patrimonio refuerza emocionalmente la identidad propia de una comunidad lo cual les permite ser característicos y diferenciados a otros pueblos. El patrimonio es un producto de la creatividad humana que se hereda y se transmite de generación en generación modificándolo u optimizándolo a su conveniencia.

De acuerdo a lo citado precedentemente el patrimonio es un eje importante para la cultura y el desarrollo en un territorio determinado pues promueve la paz y el progreso social, ambiental y económico sostenible. Se debe tener en cuenta que el patrimonio revaloriza la cultura e identidad que posee un pueblo y por ende es fuente de inspiración para la innovación y creatividad que a medio o largo plazo generan productos es que tengan como objetivo promover el acceso a la diversidad y su disfrute.

2.2.13. Patrimonio intangible

Citando a UNESCO (2020) el patrimonio intangible o también llamado patrimonio vivo, hace referencia a las prácticas de expresiones, saberes o técnicas que se han transmitido de generación en generación por las comunidades. Este tipo de patrimonio da identidad a la comunidad donde se manifiestan, y esto se convierte en un atractivo para la gestión turística que genera ingresos económicos.

2.2.14. Patrimonio tangible

El patrimonio tangible tiene como objetivo la identidad y memoria de los pueblos. Este patrimonio se compone de elementos arquitectónicos, urbanos, arqueológicos, lingüísticos, sonoro, musical, audiovisual, museológico, o antropológico, los cuales demandan su conservación y difusión que muestre su historia, se clasifica en dos patrimonios tangible mueble e inmueble en el cual el mueble se lo puede trasladar de un lugar a otro y por otro lado el inmueble se refiere a las edificaciones que son hechas por el hombre precisamente de índole arquitectónico los cuales no se pueden mover del lugar donde se construyó, pues este pertenece a la historia del pueblo (Chaparro, 2018).

2.2.15. Bienes inmuebles patrimonio arquitectónico)

Para definir lo siguientes términos se cita a INPC (2012) quien afirma que el patrimonio inmueble hace referencia a los bienes es construidos por la mano del hombre que no pueden

trasladarse de un lugar a otro. En esta clase se ubican las ciudades y pueblos, parques, caminos, plazas, vías, monumentos, cementerios, haciendas, molinos y construcciones modernas, vernáculas y prehispánicas, estas construcciones provienen de distintos épocas y características que lo hacen único, esto en el conocimiento y aplicación de materiales propios de la época de la que provienen (p.16).

2.2.16. Arquitectura civil

La arquitectura civil monumental, está compuesta por edificaciones de carácter morfológico, tipológicas, técnico constructivas, históricas y simbólicas destacadas a nivel nacional y sobre todo local, aquí se pueden encontrar los cuarteles, municipios, gobernaciones, prefecturas, casas de gobierno, colegios, escuelas y universidades. Por otro lado la arquitectura civil no monumental comprende a ciertas casas de uso doméstico que poseen gran valor histórico y representatividad a nivel local (p.17).

2.2.17. Arquitectura religiosa

Se refiere a las edificaciones o conjuntos que pertenecen a las comunidades religiosas que constituyen un gran valor por sus características simbólicas, históricas, formales y tipológicas reconocidas por la comunidad a nivel regional u nacional. En esta clasificación se incluyen las basílicas, catedrales, conventos y monasterios, iglesias y ermitas, casa de retiro, seminarios y grutas (p.18).

2.2.18. Arquitectura vernácula

La arquitectura vernácula está compuesta por inmuebles que resaltan las técnicas constructivas ancestrales y el uso de los materiales propios del lugar, cuando cumplen su uso vital son devueltos al lugar de origen sin el riesgo de contaminar el lugar, en esta categoría se puede encontrar principalmente las edificaciones de tierra, madera, caña guadua, piedra o barro (p.18).

2.2.19. Arquitectura industrial

Aquí se encuentran las construcciones que en su momento fortificaron el desarrollo económico y social de la localidad y del país, estas edificaciones posee un gran valor histórico un ejemplo claro de esto son las fábricas textiles (p.18).

2.2.20. Arquitectura moderna

La arquitectura moderna como bien dice su nombre hace referencia a edificaciones construidas a partir del siglo XX y tienen diseños más vigentes (p.18).

2.2.21. Arquitectura funeraria

Aquí se encuentran las construcciones que exhiben el culto a la muerte y a la memoria de los seres queridos que han partido, se los observa poseen un valor simbólico y significativo para la localidad, en esta clasificación se ubican los mausoleos, sepulcros, tumbas, urnas, etc. (p.19).

2.2.22. Molinos

Los molinos son técnicas mecánicas que se utilizaron en una determinada época con el objetivo de procesar harinas o cereales, algunos de ellos son los molinos de agua, molinos de semovientes y los trapiches (p.19).

2.2.23. Túneles

Los túneles se definen como construcciones que sirvieron para el tránsito de peatones o ferroviarias y que hasta el día del hoy mantienen su aspecto técnico – constructivo e histórico de relevancia (p.19).

2.2.24. Puentes

Los puentes ha servido a lo largo del tiempo como acceso hacia un lugar, estas construcciones mantienen ciertas características que reflejan la historia del territorio donde se encuentra (p.19).

2.2.25. Parques y plazas

Los parques y plazas son espacios abiertos que guardan un valor histórico, simbólico y urbano, pues estos lugares sirven para el encuentro y esparcimiento de la población (p-20).

2.2.26. Caminos y vías

En esta categoría se encuentran los caminos y senderos de uso público que fueron creados para facilitar la circulación de las personas, estos caminos mantienen la historia de los ciudadanos de su localidad, en este pueden encontrarse los tramos de caminos y senderos, escalinatas, chaquiñanes, etc. (p.20).

2.2.27. Haciendas

Las haciendas se tratan de espacios que tenían como objetivo la producción agrícola y pecuaria de las épocas colonial y republicana, estas edificaciones tienen características constructivas y funcionales con características de uso a lo que se especializaban (p.20).

2.2.28. Bienes muebles (patrimonio)

El patrimonio mueble contiene a todos los recursos es que puedan trasladarse de un lugar a otro, aquí se encuentran las evidencias de materiales de la evolución de los pueblos plasmados en armamentos, carpintería, instrumentos musicales, metalurgia, equipo urbano, instrumentos científicos, decoración mural, piedras talladas, textiles, medios de transporte, lapidas, etc. (INPC, 2012).

2.2.29. Producto

Según lo definido por Thompson I (2009) un producto es el resultado de una idea creada a base de conjuntos tangibles e intangibles teniendo como objetivo satisfacer las necesidades de los compradores sean estos reales o potenciales, el producto puesto en el mercado debe tener características llamativas para el consumidor.

2.2.30. Producto turístico

Para Herrera (2016) un producto turístico se enfatiza en crear lazos fuertes con la comunidad local, esto principalmente porque sus habitantes son los que hacen atractivo el lugar diferenciándolo entre un destino turístico y otro.

Los productos turísticos como bien lo dice Herrera su principal objetivo es crear vínculos con la población trabajando en conjunto para potenciar sus recursos tangibles e intangibles satisfaciendo las necesidades y cumpliendo los deseos del turista.

La metodología para la evaluación del potencial se muestra a continuación en la Figura II:



Figura 2: Metodología integral de la evaluación

2.2.31. Tipologías de productos turísticos

De acuerdo a la Universidad San Ignacio de Loyola (s.f) los productos turísticos se clasifican de la siguiente manera:

- a) El producto viaje: se refiere a las actividades turísticas ofrecidas por agencias de viajes u operadoras de turismo, estos paquetes se entregan al cliente en modo de itinerario cuando lo compra describiendo los servicios que recibirá en el lugar que ha elegido para viajar.
- b) El producto instalaciones: este producto comprende a el uso de establecimientos de alto valor patrimonial con servicios de calidad adquiridos por el turista, estos producto satisfacen las necesidades materiales y espirituales de la persona un ejemplo de esto son los servicios de alojamiento, alimentación, recreación y actividades de ocio, estos productos al estar posicionadas en el mercado tienen un valor diferente y excepcional pues ofrece servicios únicos.
- c) Producto territorio: este tipo de productos ofrece sus servicios dentro de un determinado lugar donde se realizaran distintas actividades atrayentes al turista esto puede ser en un centro histórico, en áreas naturales, etc.

2.2.32. Niveles del producto turístico

Los productos turísticos tienen diferentes niveles detallados por Mario & Socratelli los cuales manifiestan la relación con las expectativas y la satisfacción:

- Nivel 1 – Producto genérico: este producto trata de que el comprador adquiera el producto con el fin de satisfacer una necesidad.
- Nivel 2 - Producto esperado: este nivel de producto tiene como objetivo contener todos los atributos que el comprador desea para que así sea más consumido.
- Nivel 3 – Producto mejorado: en este producto se suma los dos niveles anteriores pues hace que tenga un valor añadido y se diferencie al resto de productos de la competencia en este caso que resalte de otros lugares, y sea más percibido y valorado por la persona que adquiera dicho producto o servicio.

2.2.33. Estructura de productos turísticos

Para desarrollar un producto turístico una vez que se haya identificado el mercado potencial para sea puesta en el mercado debe ser estructurada de la siguiente manera:

- a. Mezcla de servicios: este punto es esencial en un producto turístico pues la combinación de servicios básicos con los complementarios harán que el turista se sienta más placentero en el lugar que visite, estos servicios también determinarán el precio del paquete.
- b. Proceso de prestación: se debe garantizar una buena calidad al turista, el personal que brinde los servicios debe estar capacitada en atención al cliente para dar información sobre las actividades que se realizara en el viaje y ayudar a las personas a que todo sea más fácil.
- c. Viabilidad económica: se debe conocer cuáles serán los gastos e ingresos que se recibirán con el producto, pues así se asegurara si es rentable ponerlo en el mercado, se debe asegurar que los precios sean competitivos y de acuerdo a las necesidades del turista esto a conveniencia de la temporada y la duración de la estancia.

2.2.34. Mercado potencial

El mercado potencial está conformado por la totalidad de posibles usuarios que deseen adquirir un producto nuevo en el mercado, y estén motivados a la compra del mismo por su contenido que diferencia al resto de la competencia (Belén Quintana Navarro & Del Mercado, n.d.).

2.2.35. Destino turístico

Según SERNATUR (2016) un destino turístico se entiende como un núcleo geográfico donde los turistas llegan para visitar diversos atractivos, el turista puede pasar al menos una noche, adquiriendo productos turísticos dentro de una localidad ayudando a fomentar el turismo atrayendo más visitantes provocando que este lugar sea competitivo a otros destinos turísticos (p.12).

2.2.36. Principio de sostenibilidad en productos turísticos

El equilibrio que debe tener entre la sostenibilidad y los productos turísticos es priorizar la conservación de los recursos patrimoniales que son rentable para el turismo pues beneficia a la economía local y refuerza su identidad, es por ello que el objetivo debe ser el cuidado del medio ambiente, los bienes y manifestaciones es que se visitan para que así perdure en el tiempo (Cultura.gob.p.17).

III. METODOLOGÍA

3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO

3.1.1. Enfoque

La presente investigación utiliza un enfoque cualitativo el mismo que “facilita la profundidad a los datos, dispersión, riqueza interpretativa, contextualización del ambiente o entorno, detalles y experiencias únicas. Así también aporta un punto de vista fresco, natural y holísticos de los fenómenos esto quiere decir que nos da flexibilidad” (Sampieri R, 2014, p.16).

Por lo tanto el enfoque cualitativo que nos modela la investigación se lo contextualiza en un ambiente natural puesto que la recolección de datos se los realizará estrechamente entre los participantes, en este caso la comunidad de la ciudad de San Gabriel, sustrayendo sus experiencias e ideologías. Además se realizará la observación directa para conocer la situación actual del problema planteado, para ello se utilizaran técnicas de recolección de información para evidenciar y validar el estudio realizado.

3.1.2. Tipo de Investigación

La investigación utilizo tres tipos de investigación los cuales ayudaron al desarrollo lógico y coherente de la misma puesto que respalda con información el tema, problema y variables es por ello que se detallan a continuación los tipos de investigación manejadas en este trabajo:

3.1.2.1. Investigación documental

Según Constantino Tancara (1993) en su artículo define a la investigación documental como el análisis sistémico del objeto de estudio mediante la teorización, en un proceso de afinamiento tanto del tema como del problema buscando una respuesta explícita por medio de una selección y búsqueda de información pertinente en documentos. Esto se resume como la recopilación, procesamiento y difusión de la información técnica y científica encontrados en bibliotecas, archivos, museos, etc. (p.92).

Se hizo uso de este tipo de investigación ya que permitió establecer el marco teórico entorno a cada una de las variables, la investigación se realizó a través del uso y búsqueda de libros, artículos científicos, revistas e internet los cuales ayudan a respaldar el trabajo investigativo.

3.1.2.2. Investigación de campo

“La investigación de campo permite recolectar los datos directamente de la realidad y la obtención de información es directa en relación al problema planteado en dicha investigación” (Rus E, 2020).

Se aplicara este tipo de investigación debido a que se realizara encuestas a los pobladores y entrevistas a funcionarios y técnicos en turismo de la municipalidad de Montufar, en la ciudad de San Gabriel palpando así la realidad existente referente al potencial turístico del patrimonio arquitectónico de la ciudad de San Gabriel para el desarrollo de producto turístico, además se aplicara fichas de observación cuali-cuatitativas para la evaluación de la situación actual del tema a investigar.

3.1.2.3. Investigación descriptiva

“La investigación descriptiva tiene por objetivo caracterizar un hecho, fenómenos, individuos o grupos, esto con el fin de construir su estructura o comportamiento” (Fidias G Arias, 2012, p.24).

Se utilizara este tipo de investigación ya que por medio de encuestas se puede describir cual es el interés que tienen los habitantes de la ciudad de San Gabriel con respecto al potencial turístico del patrimonio arquitectónico, se podrá relatar cuál es su perspectiva, cuanto ha cambiado el cuidado del patrimonio al transcurrir el tiempo y que necesita para convertirse en un producto turístico que atraiga a visitantes y cubra las necesidades de los mismos.

3.2. IDEA A DEFENDER

El adecuado aprovechamiento del potencial turístico del patrimonio arquitectónico de la ciudad de San Gabriel permite el desarrollo de productos turísticos.

3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

En la investigación se realizó la operacionalización de las variables independiente y dependiente los cuales se muestran en las Tablas 1 Y Tabla 2:

3.3.1. Definición de variables

Variable independiente: Potencial turístico del patrimonio arquitectónico; El potencial turístico del patrimonio arquitectónico hace referencia a ciertas características que posee un determinado lugar como su valor histórico,

Variable dependiente: Desarrollo de productos turísticos; Un producto turístico hace referencia a todos los elementos tangibles e intangibles que se ofrecen a los turistas satisfaciendo sus necesidades y expectativas.

3.3.2. Operacionalización de variables

Tabla 1. Operacionalización Variable Independiente

Variable	Dimensión	Indicadores	Técnica	Instrumento	Informante
Potencial turístico del patrimonio arquitectónico	Oferta turística	Infraestructura	Observación	Ficha de observación	Estudiante de turismo y ecoturismo de la UPEC: Melani Mullo
		Superestructura	Entrevista	Cuestionario	Funcionarios del GAD y/o técnicos en turismo
		Atractivos			
	Demanda turística	Planta turística	Observación	Ficha de observación	Estudiante de turismo y ecoturismo de la UPEC: Melani Mullo
		Demanda efectiva Demanda no efectiva	Encuesta	Cuestionario	Población de la ciudad de San Gabriel
		Competencia turística	Político Medioambiental Económico Social Tecnológico	Entrevista	Cuestionario
Tendencias de mercado	Factores externos: + Climatología + Demografía + Seguridad	Entrevista	Cuestionario	Funcionarios del GAD y/o técnicos en turismo	

Tabla 2. Operacionalización Variable Dependiente

Variable	Dimensión	Indicadores	Técnica	Instrumento	Informante
Desarrollo de productos turísticos	Tipología	Producto viaje	Entrevista	Cuestionario	Funcionarios del GAD y/o técnicos en turismo
		Producto instalaciones			
		Producto territorio			
	Expectativas y satisfacción	Producto genérico			
		Producto esperado			
		Producto mejorado			
Estructura de acuerdo al mercado potencial	Mezcla de servicios Proceso de prestación				
Mercado potencial	Viabilidad económica Clientes potenciales				
Destino turístico	Destino turístico	Elementos tangibles			
		Elementos intangibles			

3.4. MÉTODOS UTILIZADOS

3.4.1. Métodos

En la investigación se utilizó el método no experimental esto quiere decir que se tomó una parte de la población para realizar el estudio de acuerdo a un rango de edad específico, los cuales posteriormente se analizarán para obtener resultados que apoyen a la investigación resolviendo el problema y los objetivos planteados.

3.4.2. Técnicas

Al realizar la investigación de campo se recolectó información mediante encuestas a la población y entrevistas a funcionarios del GAD y/o técnicos en turismo, estas técnicas fueron aplicadas mediante un cuestionario estructurado. Cabe mencionar que se aplicó fichas de observación cuali-cuantitativas las cuales permitieron evaluar en qué estado se encuentra la localidad respecto al potencial turístico

3.5. Análisis estadístico

3.5.1. Población y muestra

En esta investigación la población es finita ya que se conoce el número exacto de habitantes del sector urbano. Según el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC, 2010). La ciudad de San Gabriel cabecera cantonal tiene un total de 12575 habitantes. Por lo tanto, se ha tomado en cuenta la población entre hombres y mujeres con una edad promedio de 40 a 54 años formando así una población de 2315 habitantes, se ha escogido este rango de edad debido a que los pobladores tienen más conciencia del valor histórico y patrimonial que posee la ciudad, tomando en cuenta que al ser personas de una edad medianamente alta son quienes tienen más conciencia de los hechos y sitios que más han marcado su identidad como pueblo, este segmento proveerá de información valiosa para el desarrollo de la investigación principalmente relacionada en la variable dependiente, pues este segmento ofrecerá opiniones consientes de cómo según su perspectiva se encuentra la ciudad de San Gabriel y que le hace falta para desarrollar productos turísticos relacionados al patrimonio arquitectónico de su ciudad. Por lo tanto se tiene una muestra no probabilística ya que elegirá directa y exclusivamente a los sujetos que se tiene acceso con ciertas características para ayudar en la investigación.

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{e^2 (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

Donde:

n: tamaño de la muestra (cantidad de residentes de la Ciudad de San Gabriel a aplicar la encuesta).

N: total de habitantes de la Ciudad de San Gabriel 2315 personas.

Z: constante (nivel de aceptación) = 1,96

p: probabilidad de ocurrencia = 0,55

q: probabilidad de no ocurrencia = 0,45

e: margen de error = 8%

Se debe mencionar que se ha escogido un margen de error del 8% de acuerdo al interés por precautelar la salud del investigador y de las personas encuestadas debido a la situación que actualmente atraviesa el mundo, como es la pandemia del COVID-19, pues mientras el margen de error sea más alto el número de encuestas bajará y con un margen de error menor el número de encuestas a aplicar será mayor. El margen de error seleccionado arrojará resultados congruentes para el desarrollo de la investigación.

Por lo tanto, reemplazando los valores en la fórmula se tiene:

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{e^2 (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

$$n = \frac{2315 * 1,96^2 * 0,55 * 0,45}{0,0064 (2315 - 1) + 1,96^2 * 0,55 * 0,45}$$

$$n = \frac{2315 * 3,8416 * 0,55 * 0,45}{15,760396}$$

$$n = \frac{2201,09274}{15,760396}$$

$$n = 139,65$$

n = 140 encuestas

Por lo tanto, una vez aplicada la fórmula para la población finita nos arroja un resultado de 140 encuestas las cuales se aplicaran a los habitantes de la ciudad de San Gabriel, cabe destacar que la aplicación se ejecutó días ordinarios y fines de semana, la encuesta tiene como finalidad determinar el potencial turístico del patrimonio arquitectónico de la ciudad de San Gabriel para el desarrollo de productos turísticos, cuyos resultados se analizaran posteriormente.

También se aplicaron fichas de observación para el diagnóstico de la situación actual del patrimonio arquitectónico de la ciudad de San Gabriel.

Además se ejecutaron entrevistas a los funcionarios y/o técnicos en turismo sobre el desarrollo de productos turísticos.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. RESULTADOS

En esta etapa se muestra los resultados obtenidos en la recolección de fichas de observación, encuestas y entrevistas con el fin de encontrar una solución al problema y cumplir con los objetivos propuestos sobre el potencial turístico del patrimonio arquitectónico de la ciudad de San Gabriel para el desarrollo de productos turísticos.

Es por ello que para entrar en contexto con la recolección de datos se ubica en primer lugar la ubicación específica del territorio donde se realizó la investigación, esto se lo puede observar en la Figura III que se muestra a continuación: .

4.1.1. Ubicación geográfica

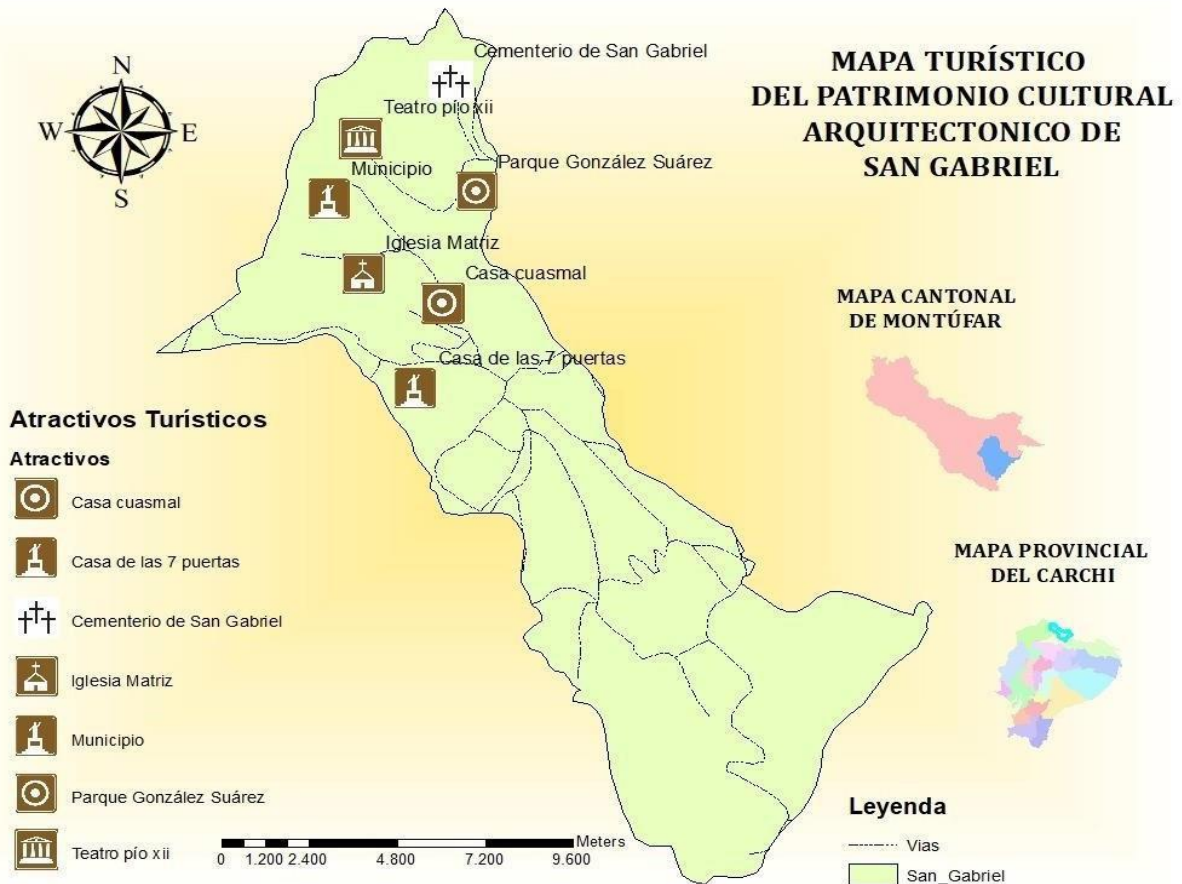


Figura 3. Ubicación Geográfica del Patrimonio Arquitectónico de la Ciudad de San Gabriel

La ciudad de San Gabriel se ubica en el cantón Montufar provincia del Carchi, cuenta con una superficie de 398.25 km², este pueblo descende de los Tusa una cultura precolombina antigua, San Gabriel también es conocida con el sobrenombre de “Ciudad de la Eterna Primavera”.

La ciudad de San Gabriel se caracteriza por poseer una riqueza cultural, histórica y natural, su centro histórico conserva una arquitectura como más de 100 años de antigüedad la cual le otorgo en el año de 1992 el reconocimiento de Patrimonio Nacional del Ecuador.

Por consiguiente el 18 de Diciembre del año 2019 la ciudad de San Gabriel fue declarada como el quinto Pueblo Mágico del Ecuador debido a su potencial turístico y específicamente a sus atractivos, los cuales permiten el desarrollo de actividades turísticas.

4.1.2. Recursos: Patrimonio Arquitectónico de la Ciudad de San Gabriel

- Recursos tangibles inmuebles

En esta investigación se han tomado en cuenta ocho bienes inmuebles los cuales se detallan a continuación describiendo su historia, características y en qué estado se encuentran; esta información se la recolecto gracias a las fichas de observación aplicadas en el lugar y al Plan de Gestión del Centro Histórico de San Gabriel elaborado por (INPC, 2012).

Los recursos del patrimonio arquitectónico se muestran da continuación desde la Figura IV hasta la Figura XI:

- a. Iglesia Matriz de San Gabriel



Figura 4. Iglesia Matriz de San Gabriel

La iglesia Matriz de San Gabriel se ubica en la provincia del Carchi específicamente en el cantón Montufar, según las investigaciones esta iglesia fue construida después del terremoto de 1868, es decir su construcción empezó en el año 1869 y finalizándose después de 26 años aproximadamente en el año 1895. Esta iglesia tiene una característica que diferencia al resto de las iglesias pues fue construida según la ley de Indias la cual la hace única dentro del

Ecuador, esta ley hace referencia a que fuera de la plaza principal desde cualquier lugar que nos ubiquemos se la puede observar. La figura religiosa que predomina en este lugar es la Virgen de las Nieves. Por otro lado la iglesia cuenta con una sola nave con tres cúpulas ubicadas dos en la parte anterior, una en la parte posterior. Este santuario lleva su nombre en honor al arcángel San Gabriel.

Por consiguiente las fichas de observación permitieron constatar que este lugar es el que mayor acogida tiene por parte de los habitantes ya que les permite aplicar su religiosidad y gracias a ello cuidan sus instalaciones exteriormente como interiormente. Esto es un punto muy importante pues al tener características únicas y diferenciadoras las personas que lo visiten podrán disfrutar de este lugar ya que cuenta con historia y detalles en su interior que magnifican la vista de quien llega a dicho recurso turístico.

b. Casona Municipal



Figura 5. Casa Municipal San Gabriel

Se puede evidenciar que la Casa Municipal ubicada en la ciudad de San Gabriel en la cual funciona toda la parte administrativa pública, se encuentra en muy buen estado ya que a pesar del paso del tiempo su estilo colonial ecléctico no se ha deteriorado. Los materiales utilizados para la construcción de la misma fueron adobe, tapial y piedra lo cual ayuda a que se mantenga de pie con más resistencia. Este lugar cuenta con una fachada muy bien conservada pues a simple vista se puede observar diseños en sus puertas y ventanas lo cual le dan un realce a la edificación. En su interior funcionan las oficinas públicas y entre sus pasillos se expone galerías de fotos de fiestas, de los habitantes como artesanos, sitios de interés turístico, etc. lo cual contiene parte de la historia de la ciudad.

c. Parque Gonzales Suarez



Figura 6. Parque Gonzales Suarez San Gabriel

El parque Gonzales Suarez o también conocido como Plaza Central posee una área de 2.700,00 m² desde este lugar se puede observar a su alrededor importantes bienes inmuebles como la Casa Municipal, la Casa Cuas mal, el Teatro Municipal entre otros, las cuales pertenecen al centro histórico de la ciudad de San Gabriel. Actualmente este parque se encuentra en reconstrucción para que quienes lo visitan tengan un lugar más ameno donde pasar el momento y relajarse. En esta plaza se encuentra el monumento del Procerato del Trabajo el cual está construido por hormigón y piedra por el escultor Luis Mideros, la figura que se encuentra en el centro mide tres metros de altura y representa al hombre trabajador que en la antigüedad se reunía en este lugar para realizar mingas y trabajar en conjunto para mejorar la vida de su pueblo.

Al encontrarse en la actualidad en refaccionamiento el Parque Gonzales Suarez, los ciudadanos esperan que las áreas verdes se mantengan más cuidadas y sus espacios contribuyan a la estética del lugar.

d. Casa Cuasmal



Figura 7. Casa Cuasmal

La Casa Cuasmal se encuentra en el centro de la ciudad de San Gabriel este inmueble posee una fachada compuesta por tres ventanales en la parte inferior y en la parte superior se ubican cinco puertas con balcón cada uno y su cubierta de teja. Este espacio funciona para realizar actividades recreativas de adultos y jóvenes, aquí se realizan exhibiciones de arte como pintura realizadas por habitantes montufareños, también entre las actividades se realizan eventos de danza, música e interpretaciones teatrales.

Este bien inmueble posee una belleza arquitectónica muy llamativa a quienes lo visitan pues en su interior aún conserva la historia del paso del tiempo, sus pasillos están adornados con flores, y su estructura de madera da paso a la conservación de las habitaciones que en la antigüedad se los utilizaba como bodegas para almacenar productos agrícolas.

Este espacio se encuentra en muy buen estado pues es perfecto para ser parte de productos turísticos relacionados al patrimonio arquitectónico ya que posee historia, se conserva su frente patrimonial y además al encontrarse en uso permite desarrollar distintas actividades.

e. Casa Museo



Figura 8. Casa Museo

Casa Museo es una edificación que en el siglo XX pertenecía la familia Luna Córdova pues esta familia poseía mucho dinero y bienes. En el año de 1999 se dona esta casa como centro para museo arqueológico de San Gabriel en la cual hasta la actualidad se exponen piezas de las Cuas mal, Pasto, Fase Capulí y el Ángel.

La Casa Museo presenta un zócalo el cual permite la protección de la planta baja y del tránsito de los peatones. El diseño de la fachada posee una belleza atractiva a quienes caminan por el lugar, aquí funciona como se lo menciono anteriormente como un museo arqueológico de distintas y además posee la presencia libros antiguos que cuentan la historia de varios sucesos ocurridos en la Provincia del Carchi.

f. Casa de las Siete Puertas



Figura 9. Casa de las Siete Puertas

La casa de las siete puertas es un sitio interesante pues desde el exterior se podría suponer que solo tiene una planta pero lo cierto es que posee dos plantas construidos con adobe, tapial y bareque con un techo de teja que le da una agradable vista a los visitantes, antiguamente esta edificación era una vecindad en la cual habitaban familias del pueblo Tusa los cuales pertenecían a una clase media.

Después de su refaccionamiento en el año 2006 se lo inauguró como la Casa de las Siete Puertas o Centro Corporativo Artesanal la cual es utilizada para los artesanos que realizan artesanías de tejidos y también pinturas en cerámica. Este sitio también es utilizado para realizar eventos es.

g. Cementerio de San Gabriel



Figura 10. Cementerio de San Gabriel

El Cementerio de San Gabriel posee 33 bloques y 5373 bóvedas, este camposanto es muy conservado por el municipio de Montufar pues existe la presencia de policías municipales a toda hora para que personas en horarios no permitidos accedan al lugar ya que podría ocasionar vandalismo.

Este sitio al poseer capillas de velatorio y tener una estructura que permite al visitante caminar por callejones admirando espacios verdes y jardines. El lugar cuenta con accesibilidad para el ingreso de transporte terrestre. Este sitio es muy visitado en el día de los difuntos puesto que muchos de los habitantes del cantón y de la provincia llegan a visitar a sus seres queridos que han dejado el mundo terrenal.

h. Teatro Pio XII



Figura 11. Teatro Pio XII

El Teatro Pio XII de la ciudad de San Gabriel se encuentra dentro del centro histórico de la misma, en este sitio se realizan eventos cívicos y es como presentación de danzas o teatros muchas veces realizados por los jóvenes de la ciudad.

En este bien inmueble se ubican rampas que facilita el acceso a personas con discapacidad, y la vialidad está en buen estado para llegar al lugar fácilmente, pues también cuenta con un estacionamiento a las afueras del sitio.

Este sitio permitiría desarrollar actividades teatralizadas que cuenten la historia de la ciudad de San Gabriel esto dentro de productos turísticos en donde se resalte el patrimonio arquitectónico.

4.1.3. Análisis de la planta turística de la ciudad de San Gabriel

Dentro de la planta turística de la ciudad de San Gabriel según GAD Montufar (2015) se observa los siguientes servicios de alojamiento, alimentación, esparcimiento y otros servicios que contribuyen de una manera esencial para la satisfacción de las necesidades de los visitantes. Estos servicios se observan a continuación en la Tabla 3:

Tabla 3. Planta Turística de la Ciudad de San Gabriel

Planta turística		
Equipamiento turístico	Alojamiento	<ul style="list-style-type: none">• Hostal Gabrielita• Residencial Los Pastos• Hotel San Francisco• Residencial Ideal• Pension Acapulco• Residencial Las Gardenias• Hospedaje las Gemelas• Variedades Gisselle• Nayelis Sport
	Esparcimiento	<ul style="list-style-type: none">• Travel Ecuador• Mercado San José• Restaurant Punto del Sabor• Restaurant El Capulí• Restaurant Montufar• Restaurant Salón al Volante• Asader Sebitas• Cafeteria Tradicional “Belén”• Bar Mi Dulce Arelys
	Alimentos y bebidas	<ul style="list-style-type: none">• Heladería San José• Heladeria Micky Games

Equipo complementario		<ul style="list-style-type: none"> • Heladería Chalos • Cafetería y panadería Rico Pan • T-KILA Disco Bar
	Eventos programados	<ul style="list-style-type: none"> • Plaza de Toros
	Agencias de viaje y turismo	
	Empresas de transporte turístico	<ul style="list-style-type: none"> • Terminal Terrestre de San Gabriel
	Información al turista	<ul style="list-style-type: none"> • GAD Montufar
Servicios turísticos	Servicios financieros	<ul style="list-style-type: none"> • Banco Pichincha • BanEcuador • FEPP San Gabriel • FODEMI • Cooperativa Pablo Muñoz Vega • Cooperativa de Ahorro y Crédito San Gabriel • Cooperativa Tulcán. Sucursal San Gabriel • Cooperativa de Ahorro y Crédito Imbaburapak • Cooperativa Pilahuín

4.1.4. Evaluación de la potencialidad turística de la ciudad de San Gabriel

Para realizar el proceso de evaluación del potencial turístico de la ciudad de San Gabriel se ha llevado a cabo aspectos cuali-cuantitativos que estarán relacionados con los componentes del mismo detallados en el marco teórico y Operacionalización de la variable independiente. La herramienta utilizada para realizar la evaluación es el uso de la escala de Likert, la cual según Matas (2018) es un instrumento para la recolección de datos que es utilizada frecuentemente en investigaciones, pues permite especificar un acuerdo o desacuerdo respecto a un elemento, reactivo o ítem, la escala de Likert permite medir la calidad de un servicio o producto ofertado en un lugar. Este método de evaluación está compuesta por una escala de valoración de grados cuantitativos siendo así: muy alto, alto, medio, bajo y muy bajo los cuales serán presentada en tablas, permitiendo tener mayor visibilidad de los resultados que contribuirán al cumplimiento de los objetivos planteados en esta investigación. Los resultados que se obtenga de dicha evaluación permitirá en futuras investigaciones para mejorar el o los servicios que no se encuentren aptos para satisfacer las necesidades de los visitantes, pues al utilizar esta

herramienta se obtiene un porcentaje que permite saber si se encuentra en nivel de calidad alta, media o baja. Se puede observar estos niveles en la Tabla 4.

Además para evaluar la potencialidad del territorio, en este caso la ciudad de San Gabriel se ha considerado tres niveles de calidad los cuales son:

- Alta: este indicador tendrá el valor de 3 lo que quiere decir que el estándar es superior, entonces tiene potencial turístico.
- Mediamente alta: este ítem tendrá un valor de 2, lo que quiere decir que cumple parcialmente con la potencialidad.
- Baja: este nivel tendrá un valor de 1 lo que indica que no cumple con la potencialidad del territorio, pues posee varias falencias que impide que se lo pueda analizar correctamente y por ende tenga potencial turístico.

Tabla 4. Evaluación del nivel de potencial turístico

Nivel de potencial turístico	Porcentajes	Evaluación promedio del componente
Muy alto	100% - 81%	
Alto	80,99% - 61%	
Medio	60,99% - 41%	
Bajo	40,99% - 21%	
Muy bajo	0% - 20,99%	

4.1.5. Categorización de los indicadores de evaluación

Para la categorización se ha realizado tablas que muestran el valor y la evidencia a analizar las cuales se muestran a continuación desde la Tabla 5 hasta la Tabla 44, las cuales tratan sobre temas ambientales, sociales, económicos, salud, seguridad y turismo.

4.1.5.1. Ambiente limpio

En la siguiente categorización se valorara el ambiente limpio que posea el territorio, se debe realizar el análisis de esta variable ya que se debe preservar el ambiente natural del sitio a pesar de la presencia de los visitantes, pues las buenas prácticas ambientales reducirían el impacto ambiental negativo que se ocasiona por la presencia del ser humano.

El indicador óptimo que debería señalarse es el número 3 puesto que el territorio debe estar libre de desechos a un radio de hectárea del mismo.

Tabla 5. Evaluación del ambiente limpio

Valor	Evidencia
3	No existe evidencia de residuos en un radio de hectárea dentro del atractivo.
2	Se encuentra al menos cinco desechos en un radio de la hectárea dentro del atractivo.
1	Se encuentra más de cinco residuos dentro del radio de la hectárea del atractivo.

4.1.5.2. Participación de la comunidad en el mantenimiento del lugar

En este aspecto se analizará la participación de la comunidad y entidades tanto públicas como privadas dentro del lugar, enfatizando en la acción de mingas.

Tabla 6. Evaluación de participación de la comunidad en el mantenimiento del lugar

Valor	Evidencia
3	La comunidad asiste a más de cuatro mingas al año
2	La comunidad asiste de una a tres mingas a año
1	La comunidad no asiste a ninguna minga al año

4.1.5.3. Accesibilidad a todo tipo de personas

El siguiente indicador está relacionado plenamente al visitante que al visitar el territorio tenga acceso al servicio, atractivo o producto que se le ofrezca sin complicaciones y limitaciones en relación a su capacidad física, sexo o edad, por lo tanto en esta evaluación se ha tomado tres valores en primer lugar con el valor de tres la accesibilidad universal donde como su nombre lo dice todo tipo de persona podrá acceder a al servicio, lugar o producto, la accesibilidad restringida con un valor de dos el cual hace referencia a que existen limitación de acceso a cierto rango de personas por su edad en este caso niños y personas de la tercera edad, y a personas con capacidades especiales, y por último con un valor de uno la accesibilidad dificultosa en el cual solo podrá ingresar las personas que cuenten con la capacidad física requerida en este caso se refiere a una temática específica como rappel, trekking, etc. Lo más recomendable para esta evaluación es que el lugar que se visite cuente con la accesibilidad para todo visitante para mejorar su estadía y se haga uso de todos los servicios y / o productos disponibles en el lugar.

Tabla 7. Evaluación de accesibilidad

Valor	Evidencia
3	Accesibilidad universal
2	Accesibilidad restringida
1	Accesibilidad dificultosa

4.1.5.4. Guías

En este cuadro se considerara si cada atractivo cuenta con un guía que pueda orientar al turista brindándole información histórica, y turística.

Tabla 8. Evaluación de guías en cada atractivo

Valor	Evidencia
3	Guías permanentes
2	Guías casuales
1	No hay guías

4.1.5.5. Conectividad

Referente a la conectividad se analizara la conexión que posee el atractivo esto quiere decir si existe línea telefónica celular y fija. Es así que se considera recomendable que en el atractivo el visitante pueda mantenerse comunicado.

Tabla 9. Evaluación de conectividad fija y de celular

Valor	Evidencia
3	Existe conectividad en todo el lugar
2	La conectividad fija y de celular es óptima
1	No existe conectividad

4.1.5.6. Información del atractivo por internet

Es conveniente que cada atractivo que se visite tenga un sitio web en donde el turista pueda encontrar información resumida, concisa y clara sobre su historia, construcción, aspectos estructurales y acontecimientos importantes del mismo.

Tabla 10. Evaluación sobre información del atractivo vía internet

Valor	Evidencia
3	Existe mínimo quince enlaces directos sobre información del atractivo
2	Existe menos de diez a cinco enlaces directos sobre información del atractivo
1	Existe de cuatro a cero enlaces directos sobre información del atractivo.

4.1.5.7. Asociación con otros atractivos

En este ítem se analizará la existencia de atractivos tanto naturales como culturales ubicados a una distancia de un kilómetro a la redonda del territorio en estudio.

Tabla 11. Evaluación de asociación con otros atractivos

Valor	Evidencia
3	Se comprueba la existencia de más de cinco atractivos naturales y culturales ubicados a 1 km a la redonda del territorio en estudio.
2	Se comprueba la existencia de cuatro a tres atractivos naturales y culturales ubicados a 1km a la redonda del territorio en estudio.
1	Se comprueba la existencia de dos a ningún atractivo naturales y culturales ubicados a 1km a la redonda del territorio en estudio.

4.1.5.8. Seguridad

Se considera el aspecto de la seguridad en la ciudad de San Gabriel que garantice el bienestar y cuidado del visitante en la visita de cada atractivo para que su estadía pueda ser agradable.

Tabla 12. Evaluación de seguridad

Valor	Evidencia
3	Se cuenta con un guardia de seguridad, botiquín y persona capacitada en primeros auxilios
2	Existe por lo menos un guardia de seguridad y un botiquín
1	Existe solo un guardia de seguridad

4.1.5.9. Contenido gastronómico

El contenido gastronómico hace referencia a los platillos que se ofertan en el lugar analizándolos si se los prepara únicamente en el lugar o si es un plato que se lo oferta en todo lugar o solo en la provincia.

Tabla 13. Evaluación de contenido gastronómico

Valor	Evidencia
3	Solo se lo oferta en el lugar de estudio
2	Es un platillo regional
1	Se lo oferta en todo lugar

4.1.5.10. Promoción gastronómica

Esto se refiere al tiempo en que se oferta la gastronomía en el lugar, de forma permanente, ocasional o es muy difícil encontrarlo en los restaurantes de la zona.

Tabla 14. Evaluación promoción de la gastronomía

Valor	Evidencia
3	Se lo oferta permanentemente
2	Se lo oferta ocasionalmente
1	Es muy difícil encontrar el platillo

4.1.5.11. Señalética y movilidad

Aquí se considerará la señalética y movilidad interna y externa que permita al visitante llegar con facilidad a los atractivos y servicios de la ciudad de San Gabriel.

Tabla 15. Evaluación de señalética y movilidad

Valor	Evidencia
3	Si cuenta con señalización interna y externa
2	Cuenta solo con señalización interna
1	No cuenta con señalización

4.1.5.12. Infraestructura de apoyo

Este es un aspecto muy importante a evaluar pues el territorio debe contar con senderos, centros de interpretación, baterías higiénicas, servicios básicos como luz, agua y alcantarillado, cajeros automáticos, mecánicas, gasolineras y vulcanizadoras al alcance del visitante.

Tabla 16. Evaluación de infraestructura de apoyo

Valor	Evidencia
3	El lugar cuenta con toda la infraestructura de apoyo antes mencionada
2	El lugar cuenta con la mitad de la infraestructura de apoyo antes mencionada
1	El lugar cuenta no cuenta con ninguna infraestructura de apoyo antes mencionada

4.1.5.13. Servicio de transporte y parqueadero

El servicio de transporte ayudara al traslado de las personas hacia su destino, el territorio debe contar con transporte público y privado.

Tabla 17. Evaluación del servicio de transporte y parqueadero

Valor	Evidencia
3	Ingresa todo tipo de vehículo, y existe parqueadero para todo tipo de vehículo
2	Solo puede ingresar vehículos 4 x 4, camiones y camionetas, existe parqueadero solo para vehículos pequeños
1	Solo se puede ingresar a pie y no existe parqueadero.

4.1.5.14. Servicio de alojamiento

El servicio de alojamiento garantizara la pernoctación del visitante en el lugar, brindándole comodidad, de acuerdo a sus necesidades esto quiere decir para el número de personas que deseen hacer uso de las habitaciones.

Tabla 18. Evaluación de alojamiento

Valor	Evidencia
3	En la ciudad de San Gabriel se encuentran más de cinco alojamientos.
2	En la ciudad de San Gabriel se encuentra de cuatro a dos alojamientos.
1	En la ciudad de San Gabriel se encuentra de unos a cero alojamientos.

4.1.5.15. Servicio de restauración

El servicio de restauración hace referencia a la necesidad de alimentación de las personas, por lo tanto debe existir en la ciudad de San Gabriel variedad de restaurantes que ofrezcan diferente tipo de platillos.

Tabla 19. Evaluación servicio de alimentación

Valor	Evidencia
3	La ciudad de San Gabriel cuenta con más de cinco restaurantes
2	La ciudad de San Gabriel cuenta con menos de cinco restaurantes
1	La ciudad de San Gabriel cuenta con uno o ningún restaurante

4.1.5.16. Tipo de vías que se encuentran en la ciudad de San Gabriel

Debe existir un conjunto de vías que permitirán la conexión con otros lugares de la ciudad y provincia, es así que la puntuación se la hará según la siguiente matriz.

Tabla 20. Evaluación de carreteras

Valor	Evidencia
3	Contiene vías arteriales y de primer orden
2	Contiene vías intermunicipales o de segundo orden
1	Contiene vías de tercer orden

4.1.5.17. Condiciones generales de las vías

En qué estado se encuentran las vías de la ciudad de San Gabriel, es decir si son vías congestionadas, seguras, señalizadas con mantenimiento o paraderos.

Tabla 21. Evaluación condiciones de las vías

Valor	Evidencia
3	Las vías no presentan congestión, son seguras, tienen señalización, tienen mantenimiento y cuenta con paraderos.
2	Las vías cuentan con al menos tres características mencionadas
1	Las vías cuentan con dos o ninguna de las características mencionadas.

4.1.5.18. Tipo de transporte

Esta evaluación corresponde al tipo de transporte público o privado que ingresan a la ciudad de San Gabriel.

Tabla 22. Evaluación tipo de transporte

Valor	Evidencia
3	Ingresa transporte público y privado
2	Ingresa solo un tipo de transporte: público o privado
1	No ingresa ningún tipo de transporte

4.1.5.19. Zonas de cruzamientos

Las zonas de cruzamiento son muy esenciales ya que al existir aceras, paso cebra, semáforos y puentes peatonales garantizan la seguridad del poblado y de sus visitantes

Tabla 23. Evaluación zona de cruzamientos

Valor	Evidencia
3	Cuenta con 4 zonas: aceras, paso cebra, semáforos y puente peatonal
2	Cuenta con 2 a 3 zonas: aceras, paso cebra, semáforos y puente peatonal
1	Cuenta con 1 zona: aceras, paso cebra, semáforos y puente peatonal

4.1.5.20. Conectividad con vías arteriales

Las vías se conectan con vías de primer orden que permite el transporte a otros cantones de la provincia del Carchi.

Tabla 24. Evaluación conectividad con vías arteriales

Valor	Evidencia
3	Se conecta a más de tres vías de primer orden
2	Se conecta con dos vías de primer orden
1	No tiene ninguna conexión

4.1.5.21. Seguridad vial

Las carreteras cuentan con conectividad para atención de emergencias.

Tabla 25. Evaluación seguridad vial

Valor	Evidencia
3	La carretera cuenta con un sistema de atención de emergencias
2	La carretera tiene conectividad para llamar a emergencias
1	No tiene ninguna conectividad

4.1.5.22. Puntos de descanso

Los puntos de descanso son facilidades con las que cuenta las personas al recorrer estas vías es decir se puede encontrar baterías sanitarias, cafeterías o tiendas.

Tabla 26. Evaluación puntos de descanso

Valor	Evidencia
3	Se encuentra puntos de descanso: baterías sanitarias, cafeterías y tiendas
2	Se encuentra al menos dos puntos de descanso
1	Cuenta con uno o ningún punto de descanso

4.1.5.23. Vigilancia permanente

La ciudad de San Gabriel debe contar con un sistema de seguridad habilitado las 24 horas del día y todos los días de la semana, para que brinde protección a los habitantes y a los visitantes.

Tabla 27. Evaluación de vigilancia

Valor	Evidencia
3	Cuenta con UPC
2	El circuito de vigilancia se encuentra en otra parroquia
1	No tiene un sistema de seguridad

4.1.5.24. Servicio de salud pública

El servicio de salud pública es vital dentro de un territorio y debe estar en óptimas condiciones para la ciudadanía y sus visitantes.

Tabla 28. Evaluación de servicio de salud pública

Valor	Evidencia
3	Cuenta con un hospital
2	Cuenta con un centro de salud
1	No cuenta con ningún servicio de salud pública

4.1.5.25. Centros médicos privados

Los centros médicos privados son de gran importancia dentro de una zona, pues estos centros se especializan y cuentan con personal capacitado contribuyendo así a la salud.

Tabla 29. Evaluación de centros médicos privados

Valor	Evidencia
3	Cuenta con más de cinco centros médicos en la ciudad de San Gabriel
2	Cuenta con menos de centros consultorios médicos en la ciudad de San Gabriel
1	No existe centros médicos en la ciudad de San Gabriel

4.1.5.26. Recolección de desechos

Aquí se evaluará si en la ciudad de San Gabriel se maneja un programa de recolección de desechos, que permita apreciar una ciudad con una imagen limpia.

Tabla 30. Evaluación de recolección de desechos

Valor	Evidencia
3	El recolector de basura pasa tres veces a la semana
2	El recolector de basura pasa dos veces a la semana
1	El recolector de basura pasa una vez a la semana

4.1.5.27. Tipo de operación turística

En este tipo de evaluación se tomara en cuenta principalmente a las agencias de viajes que promociones la ciudad de San Gabriel y también asociaciones turísticas que contribuyan al desarrollo de la ciudad como un sitio turístico.

Tabla 31. Evaluación del tipo de operación turística

Valor	Evidencia
3	Existen agencias de viajes y asociaciones que contribuyan al turismo.
2	Existen uno de los tipos de operación turística: agencias de viajes o asociaciones que contribuyan al turismo.
1	No existe ningún tipo de operación turística por parte de agencias de viajes o asociaciones turísticas.

4.1.5.28. Según su género

En este indicador se analizara si existe una equidad de género en el uso de los servicios y bienes sociales que existen en la ciudad. Hay que mencionar que según los datos del INEC la equidad de género se debe encontrar con el 42% de mujeres y el 58% de hombres.

Tabla 32. Evaluación según su género

Valor	Evidencia
3	50% mujeres 50% hombres
2	75% mujeres y 24% hombres
1	25% mujeres y 75% hombres

4.1.5.29. Según el rango de edad

Se evaluara si es apto para todo rango de edad de las personas que llegan a visitar la ciudad de San Gabriel.

Tabla 33. Evaluación según el rango de edad

Valor	Evidencia
3	Según el rango de edad apto para todo grupo de edad
2	Exclusivo para niños, jóvenes y adultos
1	Exclusivo para adultos y jóvenes

4.1.5.30. Frecuencia de visita al territorio

Este indicador ayudara a identificar la frecuencia de visita a los atractivos turísticos.

Tabla 34. Evaluación frecuencia de visita a los atractivos turísticos

Valor	Evidencia
3	Visitan los atractivos más de cinco veces al año
2	Visitan los atractivos de cuatro a tres veces al año.
1	Visitan los atractivos de dos a una vez al año.

4.1.5.31. Procedencia del visitante

La ciudad de San Gabriel tiene como objetivo el alcance internacional de visitantes, con esta evaluación comprobaremos si los visitantes son locales, nacionales, o internacionales.

Tabla 35. Evaluación de procedencia del visitante

Valor	Evidencia
3	Existe la presencia de visitantes locales, nacionales e internacionales
2	Existe la presencia solo de visitantes nacionales
1	Existe la presencia solo de visitantes locales

4.1.5.32. Conformación del grupo de visitantes

En este punto se analizarán el grupo en el cual llegan al sitio es decir si llegan de forma individual, en grupo o en parejas.

Tabla 36. Evaluación conformación del grupo

Valor	Evidencia
3	Llegan en grupo, pareja e individual
2	Llegan solo de forma grupal y en pareja
1	Llegan solo de forma individual

4.1.5.33. Entidades que promueven el turismo en el territorio

Las entidades que promueven el turismo en la ciudad de San Gabriel serán actores principales que promocionan a la ciudad y cantón como uno de los mejores y más accionados para visitar, motivando así la visita de personas para que hagan uso de los servicios y/o productos que se expongan en el mercado.

Tabla 37. Entes que promuevan el turismo

Valor	Evidencia
3	El GAD y asociaciones turísticas son las que promueven el turismo.
2	Solo uno de los dos entes son quienes promueven el turismo
1	No existe ningún ente que promueva el turismo.

4.1.5.34. (PDOT) Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial

Todo territorio debe poseer un plan de desarrollo y ordenamiento territorial que registre la población que habita, el medio físico en que se encuentra, sus actividades productivas y

económicas. Este documento permitirá a la población y sus visitantes informarse sobre el territorio en el que se encuentran.

Tabla 38. PDOT en el territorio

Valor	Evidencia
3	Tiene un PDOT vigente
2	Tiene un PDOT desactualizado
1	No tiene un PDOT

4.1.5.35. Estrategias relacionadas al turismo dentro del PDOT

Se evaluara si dentro del PDOT se toma en cuenta al turismo dentro del territorio basándose en objetivos y actividades que se puedan desarrollar y que pueda mejorar la economía de los habitantes.

Tabla 39. Actividad turística dentro el PDOT

Valor	Evidencia
3	Se menciona directamente al turismo dentro del PDOT
2	Se menciona indirectamente al turismo dentro del PDOT
1	No se menciona al turismo dentro del PDOT

4.1.5.36. Funcionarios en la dirección de turismo

La dirección de turismo debe contar con personal capacitado el cual desempeñe una labor de acuerdo al cargo.

Tabla 40. Funcionario en la dirección de turismo

Valor	Evidencia
3	La dirección de turismo posee tres funcionarios
2	La dirección de turismo posee de uno a dos funcionarios
1	No posee ningún funcionario

4.1.5.37. Alcance de festividades y eventos

Este alcance hace énfasis en analizar la procedencia del visitante cuando se realizan festividades y eventos en la ciudad de San Gabriel si son visitantes internacionales, nacionales o locales.

Tabla 41. Alcance de festividades y eventos

Valor	Evidencia
3	Visitantes internacionales
2	Visitantes nacionales
1	Visitantes locales

4.1.5.38. Servicios básicos

La ciudad de San Gabriel debe contar con los servicios básicos como luz, agua, alcantarillado y telecomunicación para que los pobladores y visitantes se sientan cómodos y puedan hacer uso de todos los servicios que se ofertan en el lugar.

Tabla 42. Servicios básicos

Valor	Evidencia
3	Cuenta con agua, luz, alcantarillado y telecomunicación entre el 80 al 100 % de la población
2	Cuenta con agua, luz, alcantarillado y telecomunicación entre el 50 al 79 % de la población
1	Cuenta con agua, luz, alcantarillado y telecomunicación menos del 50% de la población

4.1.5.39. Plazas de empleo

De acuerdo a la oferta turística que se tiene en la ciudad de San Gabriel existe un porcentaje de personas empleadas locales en estos lugares los cuales se analizaran.

Tabla 43. Porcentaje de plazas de trabajo

Valor	Evidencia
3	Cuenta con más del 80% de empleo local
2	Cuenta con más del 50% de empleo local
1	Cuenta con menos del 49% de empleo local

4.1.5.40. Participación comunitaria en festividades y eventos

La participación de toda la comunidad incluido los actores públicos y privados se tomara en consideración para la evaluación del potencial turístico.

Tabla 44. Participación comunitaria en festividades y eventos

Valor	Evidencia
3	Existe la comunidad de toda la comunidad y actores públicos y privados
2	Solo participa los actores públicos y privados
1	Solo participa la comunidad

4.1.6. Matriz de evaluación del potencial turístico de la ciudad de San Gabriel

En esta matriz se considerara componentes que sirven para la evaluación de un territorio, haciendo énfasis en la observación cualitativa y analizando cada aspecto de forma cuantitativa en indicadores los cuales nos permitirán obtener información sobre la factibilidad turística que posee la ciudad de San Gabriel evaluando su nivel de potencial turístico de cada atractivo y de los servicios que se ofertan al visitante.

A continuación se detalla en la Tabla 45 los componentes que se evaluarán dentro de la matriz:

4.1.6.1. Código de los componentes

Tabla 45. Código de los componentes de evaluación

Código	Componente
C.P.C.A.	Componente Patrimonio arquitectónico
C.G.	Componente gastronómico
C.F.E.	Componente festividades y eventos
C.V.R.	Componente actividades recreacionales
C.V.A.	Componente vías de acceso
C.S.S.SB.MD.	Componente seguridad, salud, servicios básicos, manejo de desechos
C.S.T.	Componente servicios turísticos
C.CON.S	Componente consumidor
C.P.C.	Componente promoción y comercialización
C.P.A.	Componente políticas administrativas
C.I.A.	Componente instituciones administrativas

4.1.7. Evaluación potencial turística del componente arquitectónico

Tabla 46. Matriz de evaluación del potencial turístico del componente patrimonio arquitectónico

Nº	Indicadores	Criterios	Evaluación	Parque Gonzales Suarez	Cementerio De San Gabriel	Teatro Pio Xii	Iglesia Matriz De San Gabriel	Casa Cuas Mal	Casa De Las Siete Puertas	Casona Municipal	Casa Museo	Total Sobre 24 Puntos	
1	Ambiente limpio	No existe evidencia de residuos en un radio de hectárea dentro del atractivo.	Máxima										
		Se encuentra al menos cinco desechos en un radio de la hectárea baja dentro del atractivo.	Media	1	3	3	3	2	2	2	3	19	
		Se encuentra más de cinco residuos dentro del radio de la hectárea del atractivo.	Baja										
2	Participación de la comunidad en el mantenimiento del lugar	La comunidad asiste a más de cuatro mingas al año	Máxima										
		La comunidad asiste de una a tres mingas a año	Media	2	2	1	2	1	1	1	1	11	
		La comunidad no asiste a ninguna minga al año	Baja										
3	Accesibilidad a todo tipo de personas	Accesibilidad universal	Máxima										
		Accesibilidad restringida	Media	3	3	3	3	3	3	3	3	24	
		Accesibilidad dificultosa	Baja										
4	Guías	Guías permanentes	Máxima										
		Guías casuales	Media										
		No hay guías	Baja	1	1	1	3	1	1	1	2	11	

Nº	INDICADORES	CRITERIOS	EVALUACION	Parque Gonzales Suarez	Cementerio De San Gabriel	Teatro Pio XII	Iglesia Matriz De San Gabriel	Casa Cuas Mal	Casa De Las Siete Puertas	Casona Municipal	Casa Museo	Total Sobre 24 Puntos
5	Conectividad	Existe conectividad en todo el lugar	Máxima									
		La conectividad fija y de celular es óptima	Media	3	3	3	3	3	3	3	3	24
		No existe conectividad	Baja									
6	Información del atractivo por internet	Existe mínimo quince enlaces directos sobre información del atractivo	Máxima									
		Existe menos de diez a cinco enlaces directos sobre información del atractivo	Media	1	1	1	1	1	1	1	1	8
		Existe de cuatro a cero enlaces directos sobre información del atractivo.	Baja									
7	Seguridad	Se cuenta con un guardia de seguridad, botiquín y persona capacitada en primeros auxilios	Máxima									
		Existe por lo menos un guardia de seguridad y un botiquín	Media	1	1	1	2	1	1	2	1	10
		Existe solo un guardia de seguridad	Baja									
8	Asociación con otros atractivos	Se comprueba la existencia de más de cinco atractivos naturales y culturales ubicados a 1km a la redonda del territorio en estudio.	Máxima									
		Se comprueba la existencia de cuatro a tres atractivos naturales y culturales ubicados a 1km a la redonda del territorio en estudio.	Media	2	2	2	2	2	2	2	2	16
		Se comprueba la existencia de dos a ningún atractivo naturales y culturales ubicados a 1km a la redonda del territorio en estudio.	Baja									

N°	INDICADORES	CRITERIOS	EVALAUCON	Parque Gonzales Suarez	Cementerio De San Gabriel	Teatro Pio Xii	Iglesia Matriz De San Gabriel	Casa Cuas Mal	Casa De Las Siete Puertas	Casona Municipal	Casa Museo	Total Sobre 24 Puntos
9	Servicio de transporte y parqueadero	Ingresar todo tipo de vehículo, y existe parqueadero para todo tipo de vehículo Solo puede ingresar vehículos 4 x 4, camiones y camionetas, existe parqueadero solo para vehículos pequeños Solo se puede ingresar a pie y no existe parqueadero.	Máxima Media Baja	1	2	2	1	1	2	2	2	13
10	Infraestructura de apoyo	El lugar cuenta con toda la infraestructura de apoyo antes mencionada El lugar cuenta con la mitad de la infraestructura de apoyo antes mencionada El lugar cuenta no cuenta con ninguna infraestructura de apoyo antes mencionada	Máxima Media Baja	3	2	3	3	3	3	3	3	23
11	Servicio de alojamiento	En la ciudad de San Gabriel se encuentran más de cinco alojamientos. En la ciudad de San Gabriel se encuentra de cuatro a dos alojamientos. En la ciudad de San Gabriel se encuentra de unos a cero alojamientos.	Máxima Media Baja	2	2	2	2	2	2	2	2	16
12	Servicio de restauración	La ciudad de San Gabriel cuenta con más de cinco restaurantes La ciudad de San Gabriel cuenta con menos de cinco restaurantes La ciudad de San Gabriel cuenta con uno o ningún restaurant.	Máxima Media Baja	3	1	3	3	3	3	3	3	23

	Parque Gonzales Suarez	Cementerio De San Gabriel	Teatro Pio Xii	Iglesia Matriz De San Gabriel	Casa Cuas Mal	Casa De Las Siete Puertas	Casona Municipal	Casa Museo	Total Sobre 24 Puntos
TOTAL	23	23	25	28	23	24	25	26	198
EVALUACIÓN	36	36	36	36	36	36	36	36	288
100 %	64	64	69	78	64	67	69	72	69

Se ha recopilado información sobre los diferentes atractivos patrimoniales arquitectónicos de la ciudad de San Gabriel, evaluándolo uno por uno para obtener su porcentaje de potencial turístico. La evaluación total que alcanza la suma de los indicadores es de 36 puntos como máximo para los sitios del patrimonio arquitectónico de la ciudad de San Gabriel, destacándose con mayor puntuación la Iglesia Matriz de San Gabriel con 28 puntos y un porcentaje de 78% y el menor puntaje lo obtiene tres lugares con 23 puntos y un porcentaje de 64%: el Parque Gonzales Suarez, el Cementerio de San Gabriel y la Casa Cuasmal, estos datos recolectados serán validados según la escala de Likert. Lo mencionado se lo observa en la Tabla 46 y Tabla 47.

Tabla 47. Evaluación del nivel de potencial turístico del Patrimonio Arquitectónico, adaptado al estudio

Nivel de potencial turístico	Porcentajes	Atractivos							Evaluación promedio del componente	
Muy alto	100% - 81%									
Alto	80,99% - 61%	Parque Gonzales Suarez 64%	Cementerio de San Gabriel 64%	Teatro Pio XII 69%	Iglesia Matriz de San Gabriel 78 %	Casa Cuasmal 64%	Casa de las Siete Puertas 67%	Casona Municipal 69%	Casa Museo 72%	69%
Medio	60,99%-41%									
Bajo	40,99%- 21%									
Muy bajo	0%- 20,99%									

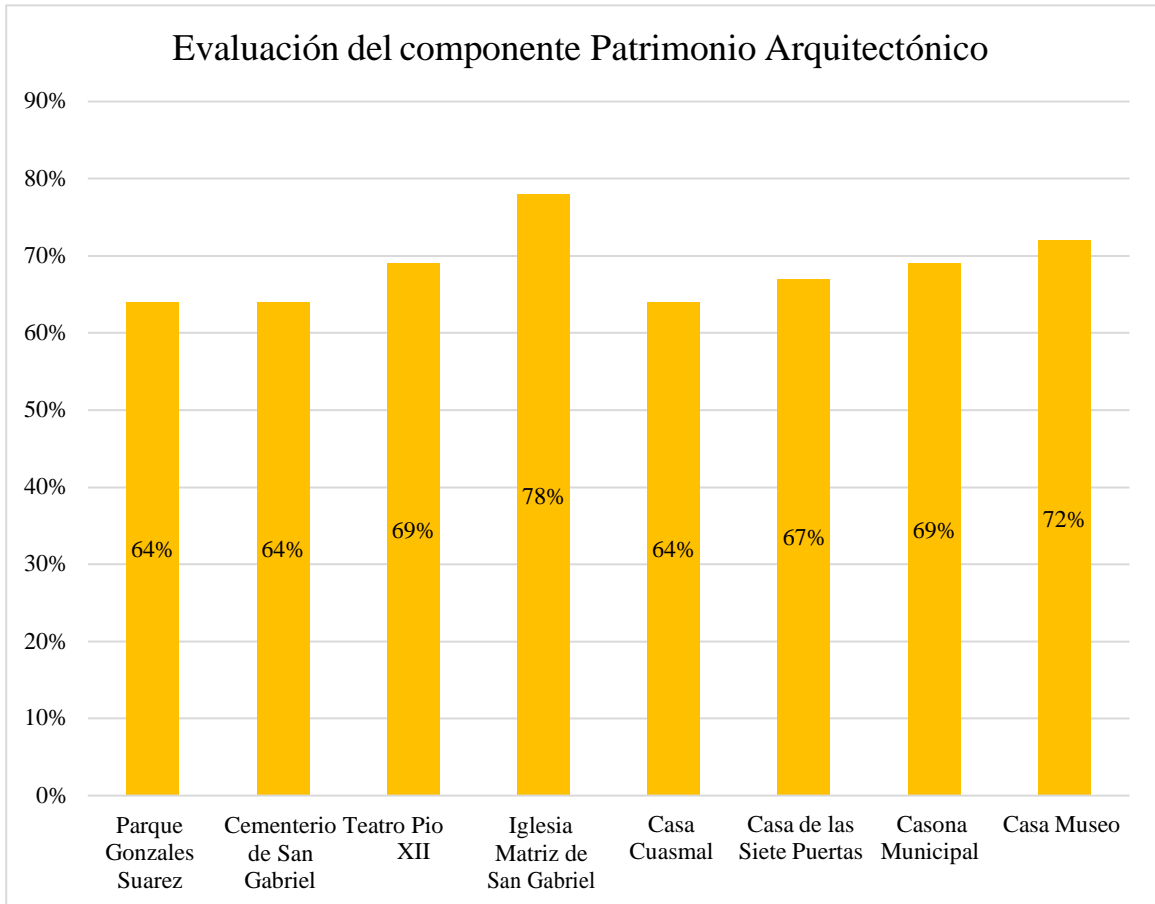


Figura 12. Evaluación componente Patrimonio Arquitectónico

Se puede evidenciar en la Figura 12, que el potencial turístico del componente del patrimonio arquitectónico se encuentra en un nivel alto con 69% de 100%, con distintos porcentajes destacándose la Iglesia Matriz de San Gabriel y la Casa Museo con un porcentaje de 78% y 72% respectivamente, cabe mencionar que a pesar que se encuentran en un nivel alto varios de los atractivos tienen un porcentaje de 64% que se identificarían con un potencial menor a los mencionados anteriormente esto a causa de participación de la comunidad, guías en los atractivos, seguridad, información del atractivo por internet y parqueadero dentro de los atractivos de estudio

4.1.8. Evaluación potencial turística del componente gastronómico

Tabla 48. Matriz de evaluación del potencial del componente gastronómico

N°	Indicadores	Criterios	Evaluación	Caldo de gallina	Cuy con papas	Papas con queso	Choclo con queso	Morocho con empanadas	Hornado pastuso	Trucha frita con papas	Miel con queso	Cujada con dulce de frutas	Total sobre 27 puntos
1	Contenido gastronómico	Solo se lo oferta en el lugar de estudio	Máxima										
		Es un platillo regional	Media	1	2	3	1	2	2	2	3	3	19
		Se lo oferta en todo lugar	Baja										
2	Promoción gastronómica	Se lo oferta permanentemente	Máxima										
		Se lo oferta ocasionalmente	Media	3	2	3	3	3	3	3	3	3	26
		Es muy difícil encontrar el platillo	Baja										
3	Accesibilidad a todo tipo de personas	Accesibilidad universal	Máxima										
		Accesibilidad restringida	Media	3	2	2	3	3	3	2	1	1	20
		Accesibilidad dificultosa	Baja										
4	Conectividad	Existe conectividad en todo el lugar	Máxima										
		La conectividad fija y de celular es óptima	Media	2	2	2	2	2	2	2	2	2	18
		No existe conectividad	Baja										

N°	Indicadores	Criterios	Evaluación	Caldo de gallina	Cuy con papas	Papas con queso	Choclo con queso	Morocho con empanadas	Hornado pastuso	Trucha frita con papas	Miel con quesoillo	Cuajada con dulce de frutas	Total sobre 27 puntos
5	Información por internet	Existe mínimo quince enlaces directos sobre información	Máxima										
		Existe menos de diez a cinco enlaces directos sobre información	Media	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9
		Existe de cuatro a cero enlaces directos sobre información.	Baja										
6	Asociación con otros atractivos	Se comprueba la existencia de más de cinco atractivos naturales y culturales ubicados a 1km a la redonda del territorio en estudio.	Máxima										
		Se comprueba la existencia de cuatro a tres atractivos naturales y culturales ubicados a 1km a la redonda del territorio en estudio.	Media	3	1	2	3	3	1	1	1	1	16
		Se comprueba la existencia de dos a ningún atractivo natural y cultural ubicado a 1 km a la redonda del territorio en estudio.	Baja										
7	Seguridad	Se cuenta con un guardia de seguridad, botiquín y persona capacitada en primeros auxilios	Máxima										
		Existe por lo menos un guardia de seguridad y un botiquín	Media	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9
		Existe solo un guardia de seguridad	Baja										

N°	Indicadores	Criterios	Evaluación	Caldo de gallina	Cuy con papas	Papas con queso	Choclo con queso	Morocho con empanadas	Hornado pastuso	Trucha frita con papas	Miel con quesoillo	Cuajada con dulce de frutas	Total sobre 27 puntos
8	Señalética y movilidad	Si cuenta con señalización interna y externa	Máxima										
		Cuenta solo con señalización interna	Media	2	2	2	2	2	2	2	2	2	18
		No cuenta con señalización interna	Baja										
9	Infraestructura de apoyo	El lugar cuenta con toda la infraestructura de apoyo antes mencionada	Máxima	3	2	2	2	2	2	2	2	2	19
		El lugar cuenta con la mitad de la infraestructura de apoyo antes mencionada	Media										
		El lugar cuenta no cuenta con ninguna infraestructura de apoyo antes mencionada	Baja										
10	Servicio de transporte y parqueadero	Ingresa todo tipo de vehículo, y existe parqueadero para todo tipo de vehículo	Máxima	2	2	2	2	2	2	2	2	2	18
		Solo puede ingresar vehículos 4 x 4, camiones y camionetas, existe parqueadero solo para vehículos pequeños	Media										
		Solo se puede ingresar a pie y no existe parqueadero.	Baja										

N°	Indicadores	Criterios	Evaluación	Caldo de gallina	Cuy con papas	Papas con queso	Choclo con queso	Morocho con empanadas	Hornado pastuso	Trucha frita con papas	Miel con quesoillo	Cuajada con dulce de frutas	Total sobre 27 puntos		
11	Servicio de alojamiento	En la ciudad de San Gabriel se encuentran más de cinco alojamientos.	Máxima												
		En la ciudad de San Gabriel se encuentra de cuatro a dos alojamientos.	Media	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	
		En la ciudad de San Gabriel se encuentra de unos a cero alojamientos.	Baja												
		Total		22	18	21	21	22	20	19	19	19	19	181	
		Evaluación		33	33	33	33	33	33	33	33	33	33	297	
		100 %		67	55	64	64	67	61	58	58	58	61		

Se ha recopilado en la Tabla 48, la información sobre la gastronomía que se ofrece dentro de los restaurantes de la ciudad de San Gabriel, es así que al valorar su potencial turístico se concluye que la suma de todos los indicadores es de 33 puntos como máximo, destacándose el caldo de gallina y el morocho con empanadas alcanzando 22 puntos con el 67%, y con la menor puntuación el cuy con papas con 18 puntos y un porcentaje de 55%, estos datos serán validados según la escala de Likert, se muestran en la Tabla 49.

Tabla 49. Evaluación del nivel de potencial turístico de la gastronomía

Nivel de potencial turístico	Porcentajes	Gastronomía					Evaluación promedio del componente
Muy alto	100% - 81%						
Alto	80,99% - 61%	Caldo de gallina 67%	Morocho con empanadas 67%	Papas con queso 64%	Choclo con queso 64%	Hornado pastoso 61%	61 %
Medio	60,99% - 41%	Cuy con papas 55%	Trucha frita con papas 58%	Miel con queso 58%	Cuajada con dulce de frutas 58%		
Bajo	40,99% - 21%						
Muy bajo	0% - 20,99%						

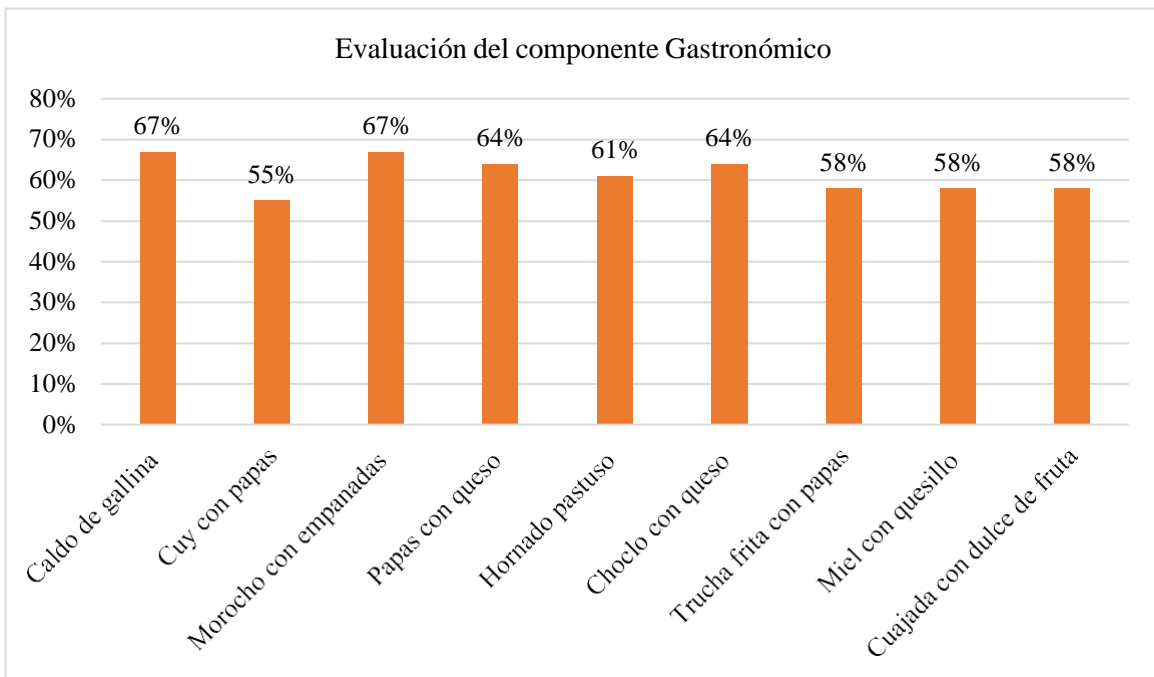


Figura 13. Evaluación componente Gastronómico

El potencial turístico respecto al indicador gastronómico Figura 13, que posee la ciudad de San Gabriel y se lo oferta dentro del ámbito de la restauración es de un 61% de 100%, se basa principalmente en caldo de gallina, morocho con empanadas, papas con queso, choclo con queso y hornado pastuso se encuentran en un nivel alto entre el rango alto de 61% al 67% comparado con la trucha frita con papas, miel con quesillo, cuy con papas y cuajada con dulce de fruta que poseen un rango medio de 55% a 58% este porcentaje se lo obtiene debido a la falta de información de los platillos en páginas web que proporcione información sobre la preparación e ingredientes que necesita esta gastronomía, asociación con otros atractivo esto quiere decir que no en todos los lugares de estudio se encuentran restaurantes que ofrezcan estos platos gastronómicos, seguridad aquí se debe mencionar que no existe ningún tipo de persona capacitada en esta rama que se encuentre resguardando la integridad de las personas mientras degustan de su comida y por último el servicio de alojamiento lo que hace referencia a que dentro de los sitios de descanso de los visitantes no se oferta estos platillos debido a su preparación y a que no todas las personas se atreven a consumir estos productos.

4.1.9. Evaluación potencial turístico del componente festividades y eventos

Tabla 50. Evaluación del componente festividades y eventos

N°	Indicadores	Criterios	Evaluación	Cantonización Del Cantón Montufar	Baile De Los Inocentes	Festival De Artes Vivas	Fiesta De La Virgen De Las Nieves	Festival Del Cuy	Festival Internacional Del Teatro	Festival Carnavaleño	Total Sobre 21 Puntos
1	Alcance de festividades y eventos	Visitantes internacionales	Máxima								
		Visitantes nacionales	Media								
		Visitantes locales	Baja	1	2	3	1	2	3	1	13
2	Participación comunitaria en festividades y eventos	Existe la comunidad de toda la comunidad y actores públicos y privados	Máxima								
		Solo participa los actores públicos y privados	Media	3	3	3	2	3	3	3	21
		Solo participa la comunidad	Baja								
3	Servicio de restauración	La ciudad de San Gabriel cuenta con más de cinco restaurantes	Máxima								
		La ciudad de San Gabriel cuenta con menos de cinco restaurantes	Media	3	3	3	3	3	3	3	21
		La ciudad de San Gabriel cuenta con uno o ningún restaurante	Baja								

N°	Indicadores	Criterios	Evaluación								Total Sobre 21 Puntos
				Cantonización Del Cantón Montufar	Baile De Los Inocentes	Festival De Artes Vivas	Fiesta De La Virgen De Las Nieves	Festival Del Cuy	Festival Internacional Del Teatro	Festival Carnavaleño	
4	Conectividad	Existe conectividad en todo el lugar	Máxima								
		La conectividad fija y de celular es óptima	Media	3	3	3	3	3	3	3	21
		No existe conectividad	Baja								
5	Información por internet	Existe mínimo quince enlaces directos sobre información	Máxima								
		Existe menos de diez a cinco enlaces directos sobre información	Media								
		Existe de cuatro a cero enlaces directos sobre información	Baja	1	1	1	1	1	1	1	7
6	Asociación con otros atractivos	Se comprueba la existencia de más de cinco atractivos naturales y culturales ubicados a 1km a la redonda del territorio en estudio.	Máxima								
		Se comprueba la existencia de cuatro a tres atractivos naturales y culturales ubicados a 1km a la redonda del territorio en estudio.	Media	3	3	3	3	3	3	3	21
		Se comprueba la existencia de dos a ningún atractivo natural y cultural ubicado a 1 km a la redonda del territorio en estudio.	Baja								

N°											
Indicadores	Criterios	Evaluación	Cantonización Del Cantón Montufar	Baile De Los Inocentes	Festival De Artes Vivas	Fiesta De La Virgen De Las Nieves	Festival Del Cuy	Festival Internacional Del Teatro	Festival Carnavaleño	Total Sobre 21 Puntos	
7	Seguridad	Se cuenta con un guardia de seguridad, botiquín y persona capacitada en primeros auxilios	Máxima								
		Existe por lo menos un guardia de seguridad y un botiquín	Media	3	2	2	2	3	3	2	17
		Existe solo un guardia de seguridad	Baja								
8	Señalética y movilidad	Si cuenta con señalización interna y externa	Máxima								
		Cuenta solo con señalización interna	Media	2	2	2	2	2	2	2	14
		No cuenta con señalización	Baja								
9	Infraestructura de apoyo	El lugar cuenta con toda la infraestructura de apoyo antes mencionada	Máxima								
		El lugar cuenta con la mitad de la infraestructura de apoyo antes mencionada	Media	3	2	2	2	2	2	2	15
		El lugar cuenta no cuenta con ninguna infraestructura de apoyo antes mencionada	Baja								
10	Servicio de transporte y parqueadero	Ingresa todo tipo de vehículo, y existe parqueadero para todo tipo de vehículo	Máxima								
		Solo puede ingresar vehículos 4 x 4, camiones y camionetas, existe	Media								

N°		Indicador	Criterios	Evaluación	Cantonización Del Cantón Montufar	Baile De Los Inocentes	Festival De Artes Vivas	Fiesta De La Virgen De Las Nieves	Festival Del Cuy	Festival Internacional Del Teatro	Festival Carnavales	Total Sobre 21 Puntos
11	Servicio de alojamiento	parqueadero solo para vehículos pequeños			1	1	3	1	2	3	2	13
		Solo se puede ingresar a pie y no existe parqueadero.	Baja									
		En la ciudad de San Gabriel se encuentran más de cinco alojamientos.	Máxima									
		En la ciudad de San Gabriel se encuentra de cuatro a dos alojamientos.	Media		2	2	2	2	2	2	2	14
		En la ciudad de San Gabriel se encuentra de unos a cero alojamientos.	Baja									
		TOTAL			25	24	27	22	26	28	24	177
		EVALUACIÓN			33	33	33	33	33	33	33	231
		100 %			76	73	82	67	79	85	73	77

Se ha recopilado información de las festividades y eventos en Tabla 50, que se desarrollan en la ciudad de San Gabriel, se ha realizado la evaluación de cada uno de los indicadores para su potencialidad turística. La evaluación total da una suma de 33 puntos como máximo, destacándose con una puntuación de 28 puntos y un porcentaje sobre 100 de 85% la fiesta internacional de teatro, por otro lado la fiesta de la Virgen de las Nieves con un puntaje menor de 22 puntos y un porcentaje sobre 100 de 67%. Estos datos serán validados según la escala de Likert como se muestra en la Tabla 51.

Tabla 51. Evaluación del nivel de potencial turístico de festividades y eventos

Nivel de potencial turístico	Porcentajes	Festividades y eventos	Evaluación promedio del componente
Muy alto	100% - 81%	Festival de las artes vivas de teatro 85%	77 %
Alto	80,99% - 61%	Cantonización del cantón Montufar 76% Baile de los inocentes 73% Fiesta Internacional de la Virgen de las Nieves 67% Fiesta del cuy 79% Festival Carnavaleño 73%	
Medio	60,99% - 41%		
Bajo	40,99% - 21%		
Muy bajo	0% - 20,99%		

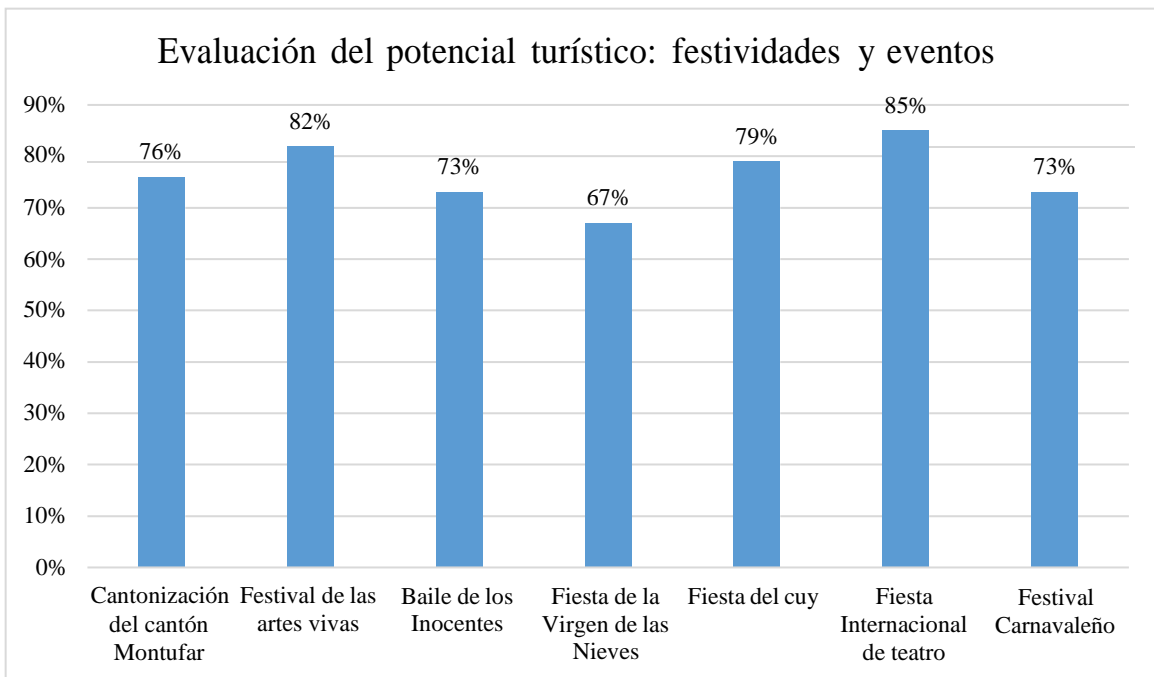


Figura 14. Evaluación componente festividades y eventos

En términos generales el potencial turístico con respecto a las festividades y eventos expuestos en Figura 14, la ciudad de San Gabriel se destaca la fiesta internacional de teatro con un porcentaje de 85%, el festival de las artes vivas con un porcentaje del 82% y la fiesta del cuy. Hay que rescatar también que se presentan eventos o festividades con menor porcentaje que va desde el 76% al 73% como es el festival carnavaleo, el baile de los inocentes, la cantonización del cantón Montufar y la fiesta de la Virgen de las Nieves, estos cuentan con un menor porcentaje debido a la carencia de visitantes internacionales puesto que la mayoría de personas que asisten al evento son visitantes locales y regionales, también a estas festivales o eventos afecta la carencia de información vía internet en sitios web que brinden información sobre la fecha en que se celebrara o de que se trata el evento, la información actualizada o bien destallada solo se la puede encontrar en la página oficial del GAD Montufar o de la Prefectura del Carchi y por ultimo lo que provoca un puntaje menor es el servicio de parqueadero ya que cuando se realizan estos eventos la mayoría de personas se trasladan a pie o en vehículos pequeños para poder parquearlos a las afueras de la ciudad debido a las estrechas calles, ventas ambulantes y la congestión de personas presente en lugar en ese momento.

4.1.10. Evaluación potencial turística del componente actividades recreacionales

Tabla 52. Matriz de evaluación del potencial turístico del componente actividades recreativas

N°	Indicadores	Criterios	Evaluación	Caminatas	Degustación de la gastronomía local	Danza	Teatro	Ciclismo	Juegos tradicionales	Turismo patrimonio arquitectónico	Manualidades	Total sobre 24 puntos
1	Alcance de las actividades	Visitantes internacionales	Máxima									
		Visitantes nacionales	Media									
		Visitantes locales	Baja	1	2	1	1	2	1	3	1	12
2	Ambiente limpio	No existe evidencia de residuos en un radio de hectárea	Máxima									
		Se encuentra al menos cinco desechos en un radio de la hectárea	Media	1	1	3	3	1	1	1	3	14
		Se encuentra más de cinco residuos dentro del radio de la hectárea	Baja									
3	Participación de la comunidad en el mantenimiento del lugar	La comunidad asiste a más de cuatro mingas al año	Máxima									
		La comunidad asiste de una a tres mingas a año	Media	2	2	2	2	2	2	2	2	16
		La comunidad no asiste a ninguna minga al año	Baja									
4	Accesibilidad a todo tipo de personas	Accesibilidad universal	Máxima									
		Accesibilidad restringida	Media	2	3	1	3	1	1	3	3	17
		Accesibilidad dificultosa	Baja									

N°		Criterios	Evaluación	Caminatas	Degustación de la gastronomía local	Danza	Teatro	Ciclismo	Juegos tradicionales	Turismo patrimonio arquitectónico	Manualidades	Total sobre 24 puntos	
Indicadores													
5	Guías	Guías permanentes	Máxima										
		Guías casuales	Media	2	2	3	3	1	2	2	2	17	
		No hay guías	Baja										
6	Conectividad	Existe conectividad en todo el lugar	Máxima	2	2	2	2	2	2	2	2	16	
		La conectividad fija y de celular es óptima	Media										
		No existe conectividad	Baja										
7	Información del atractivo por internet	Existe mínimo quince enlaces directos sobre información del atractivo	Máxima										
		Existe menos de diez a cinco enlaces directos sobre información del atractivo	Media										
		Existe de cuatro a cero enlaces directos sobre información del atractivo.	Baja										
		Existe de cuatro a cero enlaces directos sobre información del atractivo.	Baja	1	1	1	1	1	1	1	1	1	8
8	Asociación con otros atractivos	Se comprueba la existencia de más de cinco atractivos naturales y culturales ubicados a 1km a la redonda del territorio en estudio.	Máxima	3	3	3	3	3	3	3	3	24	

N°	Indicadores	Criterios	Evaluación	Caminatas	Degustación de la gastronomía local	Danza	Teatro	Ciclismo	Juegos tradicionales	Turismo patrimonio arquitectónico	Manualidades	Total sobre 24 puntos
9	Seguridad	Se comprueba la existencia de cuatro a tres atractivos naturales y culturales ubicados a 1km a la redonda del territorio en estudio.	Media									
		Se comprueba la existencia de dos a ningún atractivo naturales y culturales ubicados a 1km a la redonda del territorio en estudio.	Baja									
		Se cuenta con un guardia de seguridad, botiquín y persona capacitada en primeros auxilios	Máxima	2	2	2	1	1	2	2	1	13
10	Señalética y movilidad	Existe por lo menos un guardia de seguridad y un botiquín	Media									
		Existe solo un guardia de seguridad	Baja									
		Si cuenta con señalización interna y externa	Máxima	2	2	2	2	2	2	2	2	16
11	Infraestructura de apoyo	Cuenta solo con señalización interna	Media									
		No cuenta con señalización	Baja									
		El lugar cuenta con toda la infraestructura de apoyo antes mencionada	Máxima	2	2	2	2	2	2	2	2	16
		El lugar cuenta con la mitad de la infraestructura de apoyo antes mencionada	Media									

N°	Indicadores	Criterios	Evaluación	Caminatas	Degustación de la gastronomía local	Danza	Teatro	Ciclismo	Juegos tradicionales	Turismo patrimonio arquitectónico	Manualidades	Total sobre 24 puntos
12	Servicio de transporte y parqueadero	El lugar cuenta o no cuenta con ninguna infraestructura de apoyo antes mencionada Ingresa todo tipo de vehículo, y existe parqueadero para todo tipo de vehículo Solo puede ingresar vehículos 4 x 4, camiones y camionetas, existe parqueadero solo para vehículos pequeños Solo se puede ingresar a pie y no existe parqueadero.	Baja	1	2	2	2	1	1	2	1	12
13	Servicio de alojamiento	En la ciudad de San Gabriel se encuentran más de cinco alojamientos. En la ciudad de San Gabriel se encuentra de cuatro a dos alojamientos. En la ciudad de San Gabriel se encuentra de unos a cero alojamientos.	Máxima	2	2	2	2	2	2	2	2	16
14	Servicio de restauración	La ciudad de San Gabriel cuenta con más de cinco restaurantes La ciudad de San Gabriel cuenta con menos de cinco restaurantes	Máxima	3	3	3	3	3	3	3	3	24
			Media									

N°	Indicadores	Criterios	Evaluación	Caminatas	Degustación de la gastronomía local	Danza	Teatro	Ciclismo	Juegos tradicionales	Turismo patrimonio arquitectónico	Manualidades	Total sobre 24 puntos
		La ciudad de San Gabriel cuenta con uno o ningún restaurante	Baja									
			TOTAL	26	29	29	30	24	25	30	28	221
			EVALUACIÓN	42	42	42	42	42	42	42	42	336
			100 %	61	69	69	71	57	60	71	67	66

Después de haber recopilado la información respecto a las actividades recreacionales visible en la Tabla 52 que se desarrollan en la ciudad de San Gabriel se valoró que la totalidad de la suma de los indicadores es 42 puntos para evidenciar una máxima potencialidad turística, por lo tanto dentro de las actividades recreacionales que se han analizado se destaca con una puntuación de 30 y un porcentaje sobre 100 de 71% la actividad de turismo patrimonial arquitectónico y con la menor puntuación la actividad ciclística que alcanza 24 puntos y un porcentaje de 57% los cuales serán validados según la escala de Likert identificado en la Tabla 53.

Tabla 53. Evaluación del nivel de potencial turístico de actividades recreacionales

Nivel de potencial turístico	Porcentajes	Actividades recreacionales						Evaluación promedio del componente
Muy alto	100% - 81%							
Alto	80,99%-61%	Caminatas 61%	Degustación de la comida tradicional 69%	Danza 69%	Teatro 71%	Turismo patrimonial arquitectónico 71%	Manualidades 67%	66%
Medio	60,99%-41%	Ciclismo 57%	Juegos tradicionales 60%					
Bajo	40,99%-21%							
Muy bajo	0% - 20,99%							

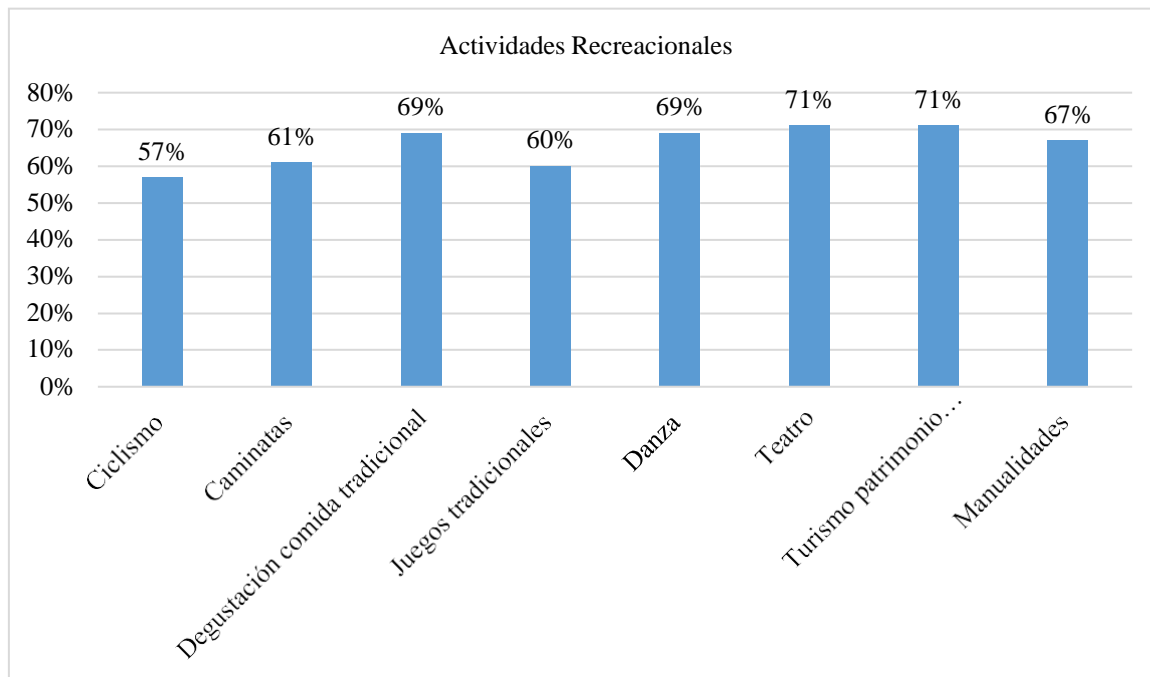


Figura 15. Evaluación componente actividades recreacionales

El potencial turístico relacionado a las actividades recreacionales visible en la Figura 15, que ofrece la ciudad de San Gabriel se encuentra en un nivel alto. El cual se detalla de la siguiente manera con un porcentaje de 69% a 71% las actividades de danza, degustación de comida tradicional, teatro y el turismo patrimonial arquitectónico en este último tipo de actividad se debe mencionar que tiene un puntaje alto gracias a la llegada de visitantes internacionales cuando se realiza un evento enfatizando su mención de pueblo mágico, este tipo de actividad no se lo realiza a menudo por los habitantes locales los cuales no se interesan por este tipo de patrimonio, pero si reciben a los visitantes con una oferta de servicios muy aceptable para satisfacer las necesidades de las personas. Además se obtuvo el porcentaje de potencialidad turística de 57% a 67% en las actividades de ciclismo porque es una actividad libre la cual no necesita de ninguna supervisión o programación, las caminatas las cuales se realizan libremente por todo el territorio, los juegos tradicionales que lo practican solo los locales y que con el paso del tiempo se ha ido desapareciendo y las manualidades actividad que realiza en su mayoría los locales por ocio o emprendimientos para mejorar su economía. Todo lo antes mencionado ha impedido que este componente alcance un nivel muy alto dentro de escala de Likert.

4.1.11. Evaluación potencial turística del componente vías de acceso

Tabla 54. Matriz de evaluación del potencial turístico del componente vías de acceso

N°		Indicadores	Criterios	Evaluación	Calle España	Calle Bolívar	Calle Manuel Carrera	Calle Sucre	Calle 27 De Septiembre	Calle Los Andes	Calle Ricaurte	Calle Montalvo	Calle 13 De Abril	Calle Montufar	Calle Humberto Aristizábal	Total Sobre 33 Puntos	
1	Tipo de vías que se encuentran en la ciudad de San Gabriel	Contiene vías arteriales y de primer orden	Máxima	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	22	
		Contiene vías intermunicipales o de segundo orden	Media														
		Contiene vías de tercer orden	Baja														
2	Condiciones generales de las vías	Las vías no presentan congestión, son seguras, tienen señalización, tienen mantenimiento y cuenta con paraderos.	Máxima	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	11	
		Las vías cuentan con al menos tres características mencionadas	Media														
		Las vías cuentan con dos o ninguna de las características mencionadas.	Baja														

N°															
Indicadores		Criterios	Evaluación	Calle España	Calle Bolívar	Calle Manuel Carrera	Calle Sucre	Calle 27 De Septiembre	Calle Los Andes	Calle Ricaurte	Calle Montalvo	Calle 13 De Abril	Calle Montufar	Calle Humberto Aristizábal	Total Sobre 33 Puntos
3	Tipo de transporte	Ingresar transporte público y privado	Máxima	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
		Ingresar solo un tipo de transporte: público o privado	Media												
		No ingresar ningún tipo de transporte	Baja												
4	Zonas cruzamientos de	Cuenta con 4 zonas: aceras, paso cebra, semáforos y puente peatonal	Máxima	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	22
		Cuenta con 2 a 3 zonas: aceras, paso cebra, semáforos y puente peatonal	Media												
		Cuenta con 1 zona: aceras, paso cebra, semáforos y puente peatonal	Baja												
5	Conectividad con vías arteriales	Se conecta a más de tres vías de primer orden	Máxima	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	16
		Se conecta con dos vías de primer orden	Media												
		No tiene ninguna conexión	Baja												
6	Seguridad vial	La carretera cuenta con un sistema de atención de emergencias	Máxima	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	22
		La carretera tiene conectividad para llamar a emergencias	Media												

N°																
Indicadores		Criterios	Evaluación	Calle España	Calle Bolívar	Calle Manuel Carrera	Calle Sucre	Calle 27 De Septiembre	Calle Los Andes	Calle Ricaurte	Calle Montalvo	Calle 13 De Abril	Calle Montufar	Calle Humberto Aristizábal	Total Sobre 33 Puntos	
7	Puntos de descanso	No tiene ninguna conectividad	Baja													
		Se encuentra puntos de descanso: baterías sanitarias, cafeterías y tiendas	Máxima	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	22
		Se encuentra al menos dos puntos de descanso	Media													
8	Conectividad	Cuenta con uno o ningún puntos de descanso	Baja													
		Existe conectividad en todo el lugar	Máxima	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	22
		La conectividad fija y de celular es óptima	Media													
9	Señalética y movilidad	No existe conectividad	Baja													
		Si cuenta con señalización interna y externa	Máxima	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	22
		Cuenta solo con señalización interna	Media													
10	Infraestructura de apoyo	No cuenta con señalización interna	Baja													
		El lugar cuenta con toda la infraestructura de apoyo antes mencionada	Máxima	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	22
		El lugar cuenta con la mitad de la infraestructura de apoyo antes mencionada	Media													

Indicadores	Criterios	Evaluación	Calle España	Calle Bolívar	Calle Manuel Carrera	Calle Sucre	Calle 27 De Septiembre	Calle Los Andes	Calle Ricaurte	Calle Montalvo	Calle 13 De Abril	Calle Montufar	Calle Humberto Aristizábal	Total Sobre 33 Puntos
	El lugar cuenta no cuenta con ninguna infraestructura de apoyo antes mencionada	Baja												
		TOTAL	19	20	19	20	19	20	19	20	19	20	19	214
		EVALUACIÓN	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	330
		100 %	63	67	63	67	63	67	63	67	63	67	63	65

Se ha recopilado en la Tabla 54 la información sobre las vías de acceso que existe en la ciudad de San Gabriel y se evaluado su potencial turístico que caracterizan principalmente el nivel de accesibilidad a la misma y a los diferentes atractivos del patrimonio arquitectónico. La evaluación total alcanzo un puntaje de 30 como máximo en el cual se destaca con mayor puntuación la calle Bolívar, calle Sucre, calle Los Andes, calle Montalvo y calle Montufar con 20 puntos lo que representa un porcentaje de 67% y con menor puntaje de 19 con un porcentaje de 63% las calles España, calle Manuel Carrera, calle 27 de Septiembre, calle Ricaurte, calle 13 de Abril y calle Humberto Aristizabal. Estos datos serán validados según la escala de Likert como se muestra a continuación en la Tabla 55.

Tabla 55. Evaluación del nivel de potencial turístico de vías de acceso

Nivel de potencial turístico	Porcentajes	Vías de acceso	Evaluación promedio del componente
Muy alto	100% - 81%		
Alto	80,99% - 61%	Calle España 63% Calle Bolívar 67% Calle Manuel Carrera 63% Calle Sucre 67% Calle 27 de Septiembre 63% Calle los Andes 67% Calle Ricaurte 63% Calle Montalvo 67% Calle 13 de Abril 63% Calle Montufar 67% Calle Humberto Aristizabal 63%	65%
Medio	60,99% - 41%		
Bajo	40,99% - 21%		
Muy bajo	0% - 20,99%		

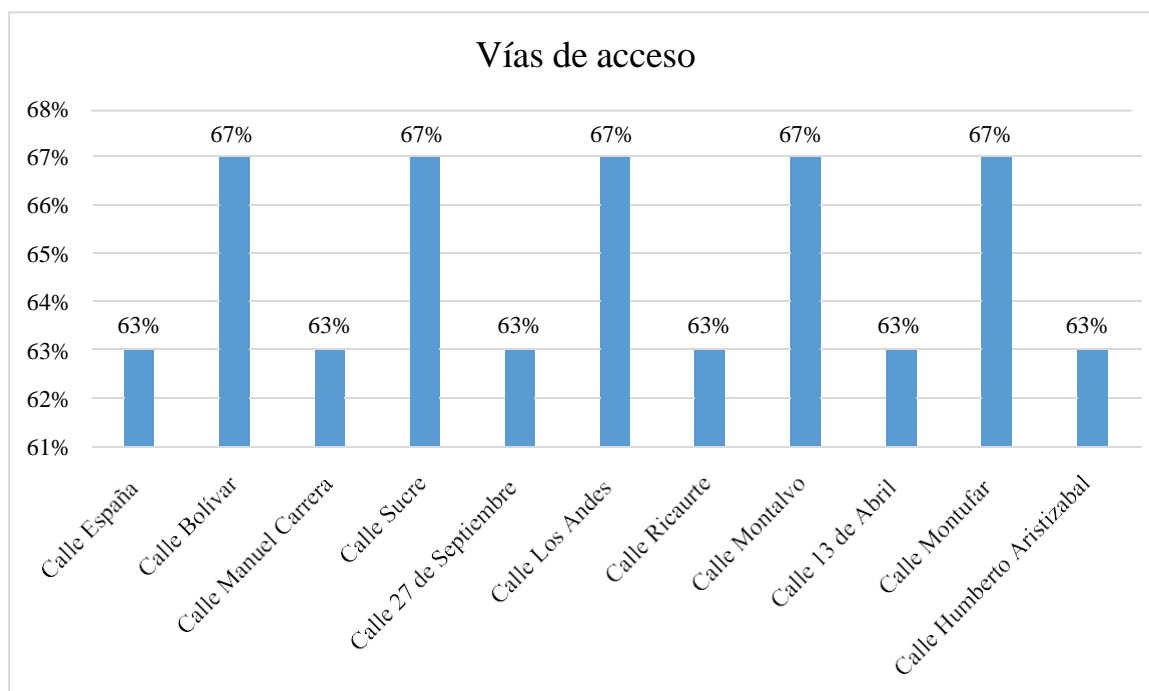


Figura 16. Evaluación componente vías de acceso

El potencial turístico relacionado a las vías de acceso que posee la ciudad de San Gabriel se encuentra en un nivel alto con un porcentaje total de 65%, obtiene este resultado debido al equilibrio entre todas las calles que permiten el acceso a la ciudad y a los atractivos turísticos en este caso los bienes inmuebles del patrimonio arquitectónico con un porcentaje que va desde el 63% al 67% respectivamente en todas las vías que se han mencionado y analizado dentro del territorio visible en la Figura 16.

Las vías se encuentran en buen estado, mantienen señalización, zonas de descanso como tiendas principalmente, zonas de cruzamiento en este caso pasos cebras, semáforos y aceras para resguardar la seguridad e integridad de las persona, puede ingresar transporte terrestre público y privado. Por lo tanto las vías de la ciudad de San Gabriel tienen accesibilidad y ayudan a conectar con varias vías de primer orden para visitar más lugares de la zona y de otros cantones, pues la ciudad de San Gabriel es un interconectar de varios de los atractivos turísticos que posee la provincia del Carchi.

4.1.12. Evaluación potencial turística del componente seguridad, servicios básicos y manejo de desechos serán evaluadas en las siguientes tablas.

Tabla 56. Matriz de evaluación del potencial turístico del componente seguridad

Matriz de evaluación del potencial turístico del componente seguridad				
N°	INDICADORES	CRITERIOS	EVALUACIÓN	SEGURIDAD
1	Vigilancia permanente	Cuenta con UPC	Máxima	3
		El circuito de vigilancia se encuentra en otra parroquia	Media	
		No tiene un sistema de seguridad	Baja	
2	Conectividad	Existe conectividad en todo el lugar al UPC	Máxima	3
		La conectividad fija y de celular es óptima al UPC	Media	
		No existe conectividad al UPC	Baja	
3	Señalética y movilidad	Si cuenta con señalización interna y externa de ubicación al UPC	Máxima	2
		Cuenta solo con señalización interna a la ubicación del UPC	Media	
		No cuenta con señalización la ubicación del UPC	Baja	
4	Seguridad	Se cuenta con un guardia de seguridad, botiquín y persona capacitada en primeros auxilios	Máxima	2
		Existe por lo menos un guardia de seguridad y un botiquín	Media	
		Existe solo un guardia de seguridad	Baja	
5	Servicio de transporte y parqueadero	Ingresar todo tipo de vehículo, parqueadero para todo tipo de vehículo	Máxima	2
		Puede ingresar vehículos 4 x 4, camiones y camionetas, parqueadero para vehículos pequeños	Media	
		Solo se puede ingresar a pie y no existe parqueadero.	Baja	
			TOTAL	12
			EVALUACIÓN	15
			100 %	80

La evaluación que suma los indicadores respecto al ámbito de seguridad es de 15 puntos como máximo, en este caso alcanzo 12 puntos con el 80% que serán validados según la escala de Likert en la Tabla 56.

Tabla 57. Matriz de evaluación del potencial turístico del componente salud

Matriz de evaluación del potencial turístico del componente salud				
N°	INDICADORES	CRITERIOS	EVALUACIÓN	SALUD
1	Servicio de salud pública	Cuenta con un hospital	Máxima	3
		Cuenta con un centro de salud	Media	
		No cuenta con ningún servicio de salud pública	Baja	
2	Centros médicos privados	Cuenta con más de cinco centros médicos en la ciudad de San Gabriel	Máxima	3
		Cuenta con menos de centros consultorios médicos en la ciudad de San Gabriel	Media	
		No existe centros médicos en la ciudad de San Gabriel	Baja	
3	Señalética y movilidad	Si cuenta con señalización interna y externa de ubicación a los centros o consultorios médicos	Máxima	2
		Cuenta solo con señalización interna a la a los centros o consultorios médicos	Media	
		No cuenta con señalización la ubicación a los centros o consultorios médicos	Baja	
4	Seguridad	Se cuenta con un guardia de seguridad, botiquín y persona capacitada en primeros auxilios	Máxima	3
		Existe por lo menos un guardia de seguridad y un botiquín	Media	
		Existe solo un guardia de seguridad	Baja	
5	Servicio de transporte y parqueadero	Ingresa todo tipo de vehículo, y existe parqueadero para todo tipo de vehículo	Máxima	

N°	INDICADOR	CRITERIOS	EVAUACIÓN	SALUD
		Solo puede ingresar vehículos 4 x 4, camiones y camionetas, existe parqueadero solo para vehículos pequeños	Media	3
		Solo se puede ingresar a pie y no existe parqueadero.	Baja	
			TOTAL	14
			EVALUACIÓN	15
			100 %	93

La evaluación que suma los indicadores respecto al ámbito de salud es de 15 puntos como máximo, en este caso alcanzo 14 puntos con el 93% que serán validados según la escala de Likert en la Tabla 57.

Tabla 58. Matriz de evaluación del potencial turístico del componente servicios básicos

Matriz de evaluación del potencial turístico del componente servicios básicos				
N°	INDICADORES	CRITERIOS	EVALUACIÓN	SERVICIOS BÁSICOS
1	Servicios básicos	Cuenta con agua, luz, alcantarillado y telecomunicación entre el 80 al 100 % de la población	Máxima	2
		Cuenta con agua, luz, alcantarillado y telecomunicación entre el 50 al 79 % de la población	Media	
		Cuenta con agua, luz, alcantarillado y telecomunicación menos del 50% de la población	Baja	
2	Señalética y movilidad	Si cuenta con señalización interna y externa de ubicación de servicios básicos	Máxima	
		Cuenta solo con señalización interna a la a los servicios básicos	Media	2
		No cuenta con señalización la ubicación a los servicios básicos	Baja	
3	Conectividad	Existe conectividad en todo el lugar con los proveedores de servicio básico	Máxima	

Nº	INDICADORES	CRITERIOS	EVALUACIÓN	SERVICIOS BÁSICOS
		La conectividad fija y de celular es óptima con los proveedores de servicio básico	Media	2
		No existe conectividad con los proveedores de servicio básico	Baja	
			TOTAL	6
			EVALUACIÓN	9
			100 %	67

La evaluación que suma los indicadores respecto al ámbito de servicios básicos es de 9 puntos como máximo, en este caso alcanzo 6 puntos con el 67% que serán validados según la escala de Likert en la Tabla 58.

Tabla 59. Matriz de evaluación del potencial turístico del componente recolección de desechos

Matriz de evaluación del potencial turístico del componente recolección de desechos				
Nº	INDICADORES	CRITERIOS	EVALUACIÓN	RECOLECCIÓN DE DESECHOS
		El recolector de basura pasa tres veces a la semana	Máxima	
1	Recolección de desechos	El recolector de basura pasa dos veces a la semana	Media	3
		El recolector de basura pasa una vez a la semana	Baja	
2	Señalética y movilidad	Si cuenta con señalización interna y externa sobre el manejo de desperdicios	Máxima	
		Cuenta solo con señalización interna a sobre el manejo de desperdicios	Media	
		No cuenta con señalización sobre el manejo de desperdicios	Baja	2
3	Conectividad	Existe conectividad en todo el lugar con el personal que realiza el servicio	Máxima	
		La conectividad fija y de celular es óptima con el personal que realiza el servicio	Media	
		No existe conectividad con el personal que realiza el servicio	Baja	2
		TOTAL		7
		EVALUACIÓN		9
		100 %		78

Tabla 60. Evaluación potencial: seguridad, salud, servicios básicos y recolección de desechos

Nivel de potencial turístico	Porcentajes	Servicios	Eval.promedio del componente
Muy alto	100% - 81%	Salud 93%	
Alto	80,99% - 61%	Seguridad 80% Recolección de desecho 78% Servicios básicos 67%	80%
Medio	60,99% - 41%		
Bajo	40,99% - 21%		
Muy bajo	0% - 20,99%		

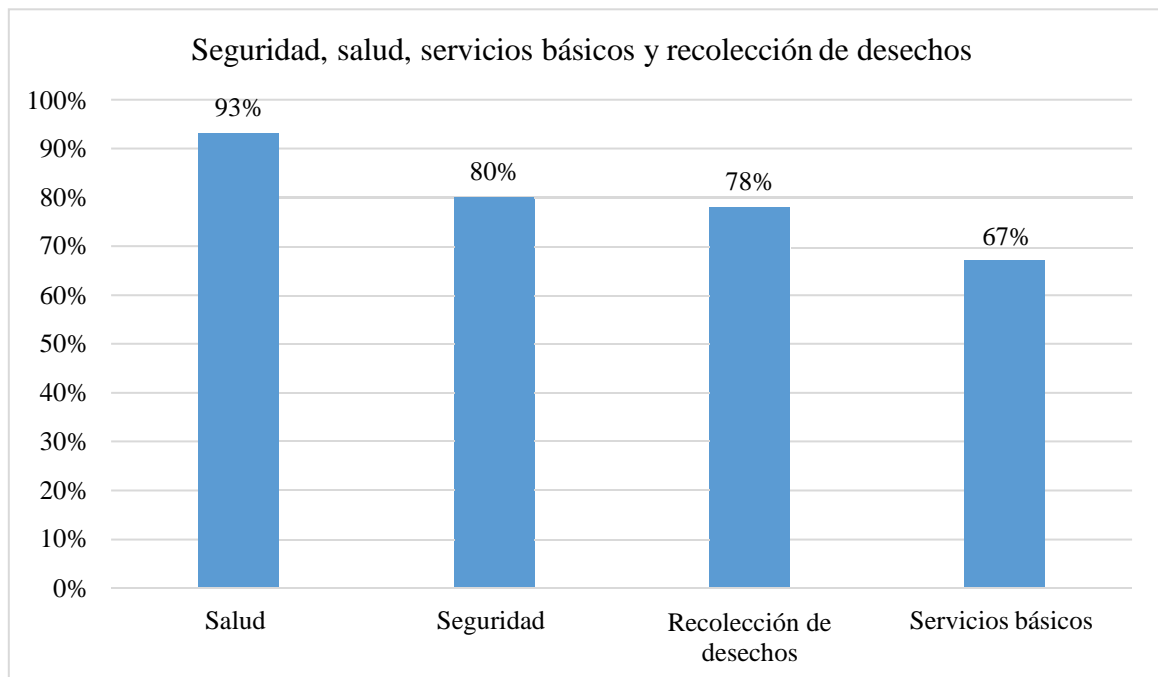


Figura 17. Evaluación componente seguridad, salud, servicios básicos y recolección de desechos

La evaluación que suma los indicadores respecto al ámbito de recolección de desechos es de 9 puntos como máximo, en este caso alcanzo 7 puntos con el 78% que serán validados según la escala de Likert expuestos en la Tabla 60.

El potencial turístico respecto al componente de seguridad, salud, servicios básicos y manejos de desechos los cuales ha sido analizados con distintos números de indicadores que dio como

resultado una distinta puntuación identificando que la ciudad de San Gabriel tiene una accesibilidad considerable a los servicios de seguridad, recolección de desechos, salud y el acceso a servicios básicos en casi toda la población, por lo tanto el potencial se encuentra en un nivel alto y muy alto entre el rango de 67% al 93%. Lo que afecta parcialmente a estos componentes es la escases de señalética y movilidad. Se detalla a continuación el resultado del análisis del potencial según la escala de Likert en la Figura 17.

4.1.13. Evaluación potencial turística del componente servicios turísticos

El componente de servicios turísticos es el conjunto de distintos indicadores los cuales se desplegaran en las matrices realizadas a continuación las cuales permitirán evaluar el potencial turístico del mismo que poseen para brindar a los clientes. Es así que se realizara análisis del alojamiento en la Tabla 61 y restauración en la Tabla 62.

Tabla 61. Matriz de evaluación del potencial turístico del componente alojamiento

Matriz de evaluación del potencial turístico del componente alojamiento					
N°	INDICADORES		CRITERIOS	EVALUACIÓN	ALOJAMIENTO
1	Servicio	de	En la ciudad de San Gabriel se encuentran más de cinco alojamientos.	Máxima	3
			En la ciudad de San Gabriel se encuentra de cuatro a dos alojamientos.	Media	
			En la ciudad de San Gabriel se encuentra de unos a cero alojamientos.	Baja	
			Ingresa todo tipo de vehículo, y existe parqueadero para todo tipo de vehículo	Máxima	2
2	Servicio	de	Solo puede ingresar vehículos 4 x 4,	Media	
	transporte	y	camiones y camionetas, existe parqueadero solo para vehículos pequeños		
	parqueadero		Solo se puede ingresar a pie y no existe parqueadero.	Baja	
			Cuenta con más del 80% de empleo local	Máxima	1
			Cuenta con más del 50% de empleo local	Media	
3	Plazas	de	Cuenta con menos del 49% de empleo local	Baja	
	empleo		Existe conectividad en todo el lugar	Máxima	2
4			La conectividad fija y de celular es óptima	Media	
	Conectividad		No existe conectividad	Baja	
			Si cuenta con señalización interna y externa	Máxima	2

N°	INDICADORES	CRITERIOS	EVALUACIÓN	ALOJAMIENTO
5	Señalética y movilidad	Cuenta solo con señalización interna	Media	
		No cuenta con señalización	Baja	
6	Seguridad	Se cuenta con un guardia de seguridad, botiquín y persona capacitada en primeros auxilios	Máxima	1
		Existe por lo menos un guardia de seguridad y un botiquín	Media	
		Existe solo un guardia de seguridad	Baja	
			TOTAL	11
			EVALUACIÓN	18
			100%	61

El servicio de alojamiento arroja un resultado de 11 puntos sobre 18 los cuales representa un 61% sobre 100, esto se debe a la baja apertura de plazas de trabajo para este oficio debido a que la mayoría de los alojamientos están dirigidos por familias y no contratan a personas de la localidad, además respecto a la seguridad no existe en muchos casos la presencia de un guardia de seguridad que garantice la integridad de las personas que se hospeden en el lugar lo cual dificulta la estadía y provoca temor en el ciudadano por la presencia de extranjeros que deambulan en las calles.

Tabla 62. Matriz de evaluación del potencial turístico del componente restauración

Matriz de evaluación del potencial turístico del componente restauración

N°	INDICADORES	CRITERIOS	EVALUACIÓN	RESTAURACIÓN
1	Servicio de restauración	La ciudad de San Gabriel cuenta con más de cinco restaurantes	Máxima	3
		La ciudad de San Gabriel cuenta con menos de cinco restaurantes	Media	
		La ciudad de San Gabriel cuenta con uno o ningún restaurante	Baja	
		Ingresa todo tipo de vehículo, y existe parqueadero para todo tipo de vehículo	Máxima	1
2	Servicio de transporte y parqueadero	Solo puede ingresar vehículos 4 x 4, camiones y camionetas, existe parqueadero solo para vehículos pequeños	Media	
		Solo se puede ingresar a pie y no existe parqueadero.	Baja	
		Cuenta con más del 80% más empleo local	Máxima	1

N°	INDICADORES	CRITERIOS	EVALUACIÓN	RESTAURACIÓN
		Cuenta con más del 50% de empleo local	Media	
3	Plazas de empleo	Cuenta con menos del 49% de empleo local	Baja	
		Existe conectividad en todo el lugar	Máxima	2
4	Conectividad	La conectividad fija y de celular es óptima	Media	
		No existe conectividad	Baja	
		No tiene ninguna conectividad	Baja	
		No existe conectividad	Baja	
5	Señalética y movilidad	Si cuenta con señalización interna y externa	Máxima	1
		Cuenta solo con señalización interna	Media	
		No cuenta con señalización	Baja	
		Se cuenta con un guardia de seguridad, botiquín y persona capacitada en primeros auxilios	Máxima	1
6	Seguridad	Existe por lo menos un guardia de seguridad y un botiquín	Media	
		Existe solo un guardia de seguridad	Baja	
			TOTAL	9
			EVALUACIÓN	18
			100 %	50

El servicio de restauración arroja un resultado de 9 puntos sobre 18 los cuales representa un 50% sobre 100, esto se debe a la baja apertura de plazas de trabajo para este oficio, además respecto a la seguridad no existe en muchos casos la presencia de un guardia de seguridad que garantice la integridad de las personas y la señalética y movilidad que no permite tener una nortada sobre los establecimientos de restauración que ofrezcan la gastronomía que las personas están buscando para degustar.

Tabla 63. Evaluación de potencial turístico de alojamiento y restauración

Nivel de potencial turístico	Porcentajes	Servicios	Eval.promedio del componente
Muy alto	100% - 81%		
Alto	80,99% - 61%	Restauración 50% Alojamiento 61%	56%
Medio	60,99% - 41%		
Bajo	40,99% - 21%		
Muy bajo	0% - 20,99%		

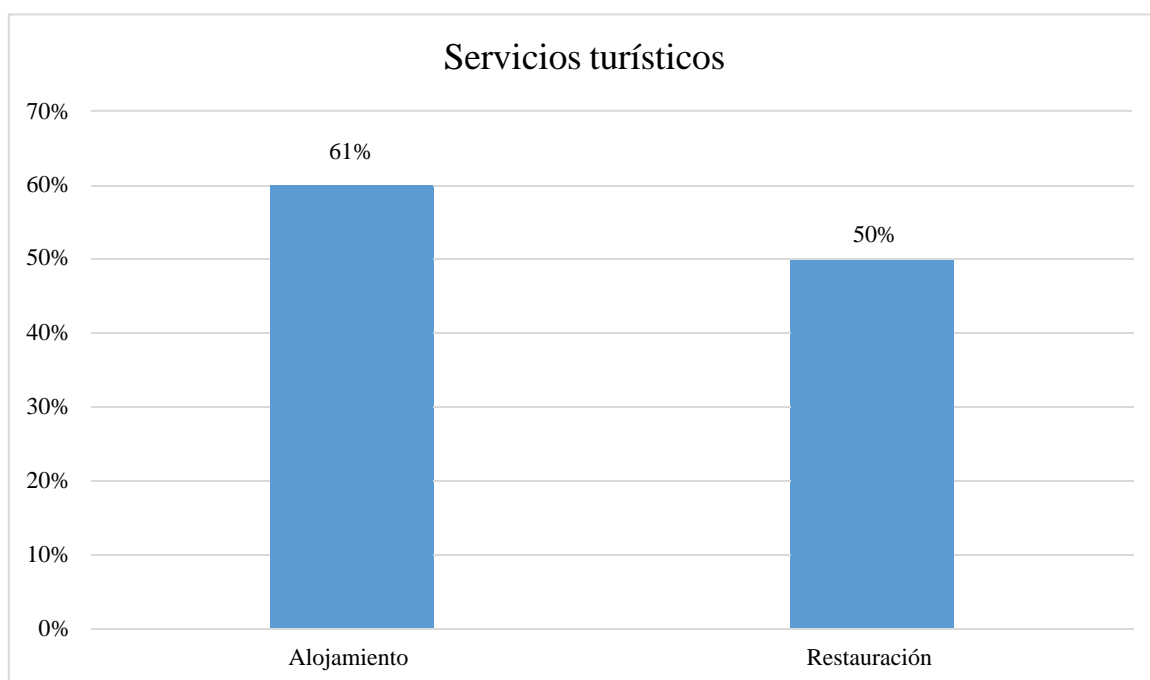


Figura 18. Evaluación componente servicios turísticos

La evaluación del potencial turístico referente a los servicios turísticos que ofrece la ciudad de San Gabriel tiene un nivel medio de 56% lo que representa que carece de aspectos relacionados principalmente a la seguridad y a las plazas de trabajo para mejorar la calidad de vida de los habitantes. La evaluación de estos componentes se resume en la Tabla 63 y se lo muestra en la Figura 18.

4.1.14. Evaluación potencial turística del componente consumidor

Tabla 64. Matriz de evaluación del potencial turístico del componente consumidor

Matriz de evaluación del potencial turístico del componente consumidor				
N°	INDICADORES	CRITERIOS	EVALUACIÓN	CONSUMIDOR
1	Tipo de operación turística	Existen agencias de viajes y asociaciones que contribuyan al turismo.	Máxima	3
		Existen uno de los tipos de operación turística: agencias de viajes o asociaciones que contribuyan al turismo.	Media	
		No existe ningún tipo de operación turística por parte de agencias de viajes o asociaciones turísticas.	Baja	
	Conformación del grupo de visitantes	Llegan en grupo, pareja e individual	Máxima	
2		Llegan solo de forma grupal y en pareja	Media	3
		Llegan solo de forma individual	Baja	
		50% mujeres 50% hombres	Máxima	
		75% mujeres y 24% hombres	Media	
3	Según su género	25% mujeres y 75% hombres	Baja	3
		Según el rango de edad apto para todo grupo de edad	Máxima	3
4	Según el rango de edad	Exclusivo para niños, jóvenes y adultos	Media	
		Exclusivo para adultos y jóvenes	Baja	
		Visitan los atractivos más de cinco veces al año	Máxima	
5	Frecuencia de visita al territorio	Visitan los atractivos de cuatro a tres veces al año.	Media	
		Visitan los atractivos de dos a una vez al año.	Baja	2
		Existe la presencia de visitantes locales, nacionales e internacionales	Máxima	
6	Procedencia del visitante	Existe la presencia solo de visitantes nacionales	Media	

N°	INDICADORES	CRITERIOS	EVALUACIÓN	CONSUMIDOR
		Existe la presencia solo de visitantes locales	Baja	2
			TOTAL	16
			EVALUACIÓN	18
			100 %	89

Se recopiló la información del componente consumidor mediante la Tabla 64, la observación en el campo de estudio y preguntas a los ciudadanos locales que tiene sus negocios, estas personas supieron manifestar que se recibe en su mayoría a visitantes locales y nacionales de un rango de edad variado y de sexos igualitario dando un porcentaje de 89% de potencialidad turística expuesta en la Tabla 65.

Tabla 65. Evaluación del nivel de potencial turístico consumidor

Nivel de potencial turístico	Porcentajes	Eval.promedio del componente
Muy alto	100% - 81%	89%
Alto	80,99% - 61%	
Medio	60,99% - 41%	
Bajo	40,99% - 21%	
Muy bajo	0% - 20,99%	

4.1.15. Evaluación potencial turística del componente promoción y comercialización

Tabla 66. Matriz de evaluación del potencial turístico del componente promoción y comercialización
Matriz de evaluación del potencial turístico del componente promoción y comercialización

N°	INDICADORES	CRITERIOS	EVALUACIÓN	PROMOCION Y COMERCIALIZACION
1	Entidades que promueven el turismo en el territorio	El GAD y asociaciones turísticas son las que promueven el turismo. Solo uno de los dos entes son quienes promueven el turismo	Máxima Media	3
		No existe ningún ente que promueva el turismo.	Baja	
	Tipo de operación turística	Existen agencias de viajes y asociaciones que contribuyan al turismo. Existen uno de los tipos de operación turística: agencias de viajes o asociaciones que contribuyan al turismo.	Máxima Media	3
		No existe ningún tipo de operación turística por parte de	Baja	

N°	INDICADORES	CRITERIOS	EVALUACIÓN	PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN
3	Medios de difusión del territorio	agencias de viajes o asociaciones turísticas.	Máxima	3
		Radios, televisión, revistas, redes sociales	Media	
		Llega por medio de dos de los medios antes mencionados	Baja	
4	Nivel de promoción y comercialización de la zona	No llega información por ningún medio	Máxima	1
		Existe promoción a nivel local, nacional e internacional	Media	
		Existe promoción a nivel internacional	Baja	
5	Procedencia del visitante	Existe promoción solo local y nacional	Máxima	2
		Existe la presencia de visitantes locales, nacionales e internacionales	Media	
		Existe la presencia solo de visitantes nacionales	Baja	
			TOTAL	12
			EVALUACIÓN	15
			100 %	80

El potencial turístico del componente promoción y comercialización visible en la Tabla 66, tiene como puntaje máximo de 15, en este caso se obtuvo un puntaje de 12 con un porcentaje sobre 100 de 80% lo que indica que el nivel de potencialidad es alto, sin embargo para que llegue a su nivel máximo se debe mejorar la promoción del lugar proyectándose al mercado extranjero, puesto que los medios de difusión mayoritariamente son publicados y acogidos por la población local y nacional el porcentaje de evaluación se lo observa en la Tabla 67.

Tabla 67. Evaluación del nivel de potencial turístico promoción y comercialización

Nivel de potencial turístico	Porcentajes	Eval.promedio del componente
Muy alto	100% - 81%	80%
Alto	80,99% - 61%	
Medio	60,99% - 41%	
Bajo	40,99% - 21%	
Muy bajo	0% - 20,99%	

4.1.16. Evaluación potencial turística componente político e instituciones administrativas

Tabla 68. Matriz de evaluación potencial turístico político e instituciones administrativas

Matriz de evaluación del potencial turístico componente político e instituciones administrativas				
Nº	INDICADORES	CRITERIOS	EVALUACIÓN	POLÍTICAS E INSTITUCIONES ADMINISTRATIVAS
1	(PDOT) Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial	Tiene un PDOT vigente	Máxima	3
		Tiene un PDOT desactualizado	Media	
		No tiene un PDOT	Baja	
		Se menciona directamente al turismo dentro del PDOT	Máxima	
2	relacionadas al turismo dentro del PDOT	Se menciona indirectamente al turismo dentro del PDOT	Media	3
		No se menciona al turismo dentro del PDOT	Baja	
		La dirección de turismo posee tres funcionarios	Máxima	
3	Funcionarios en la dirección de turismo	La dirección de turismo posee de uno a dos funcionarios	Media	2
		No posee ningún funcionario	Baja	
4	Entidades que promueven el turismo en el territorio	El GAD y asociaciones turísticas son las que promueven el turismo.	Máxima	3
		Solo uno de los dos entes son quienes promueven el turismo	Media	
		No existe ningún ente que promueva el turismo.	Baja	
TOTAL				11
EVALUACIÓN				12
100 %				92

Al realizar el análisis sobre el potencial turístico de las políticas e instituciones administrativas se identificó que se encuentra en un nivel muy alto al tener un puntaje de 11 sobre 12 y un porcentaje del 92% esto se debe a que la ciudad de San Gabriel ostenta un PDOT vigente el cual plasma aspectos demográficos, sociales, es y turísticos del cantón Montufar., en si GAD existe un departamento de turismo dirigido por un funcionario y asociaciones dentro del cantón que incentivan al desarrollo turístico esta evaluación se la observa en la Tabla 68 y Tabla 69.

Tabla 69. Evaluación del nivel de potencial turístico de políticas e instituciones administrativas

Nivel de potencial turístico	Porcentajes	Eval.promedio del componente
Muy alto	100% - 81%	
Alto	80,99% - 61%	92%
Medio	60,99% - 41%	
Bajo	40,99% - 21%	
Muy bajo	0% - 20,99%	

4.1.17. Matriz general de evaluación de potencial turístico de los componentes

La siguiente matriz sistematiza los componentes analizados, los cuales se han evaluado el potencial turístico de la ciudad de San Gabriel con el objetivo de clasificarlos dentro de una escala que arroje un porcentaje promedio que indique si tiene un nivel muy alto, alto, medio, bajo y muy bajo esta información se la muestra a continuación en la Tabla 70.

Tabla 70. Matriz general de los componentes analizados

MATRIZ GENERAL DE EVALUACIÓN DE POTENCIAL TURÍSTICO DE LOS COMPONENTES									
N°	Componentes	Puntaje Obtenido Por Componente	Puntaje Total Por Componente	Porcentaje	Muy Alto 100– 81%	Alto 80%-61%	Medio 60%-41%	Bajo 40%-21%	Muy Bajo 20-0%
1	Componente Patrimonio arquitectónico	198	288	69		X			
2	Componente gastronómico	181	297	61		X			
3	Componente festividades y eventos	177	231	77		X			
5	Componente vías de acceso	214	330	65		X			
6	Componente seguridad, salud, servicios básicos, manejo de desechos	318	400	80		X			

N°	Componentes	Puntaje	Puntaje Total	Porcentaje	Muy Alto	Alto	Medio	Bajo	Muy
		Obtenido Por Componente	Por Componente		100– 81%	80%-61%	60%-41%	40%-21%	Bajo 20-0%
7	Componente servicios turísticos	11	18	61		X			
8	Componente consumidor	9	18	50			X		
9	Componente promoción y comercialización	16	18	89	X				
10	Componente políticas e instituciones administrativas	12	15	80		X			
TOTAL		1357	1951	70		X			

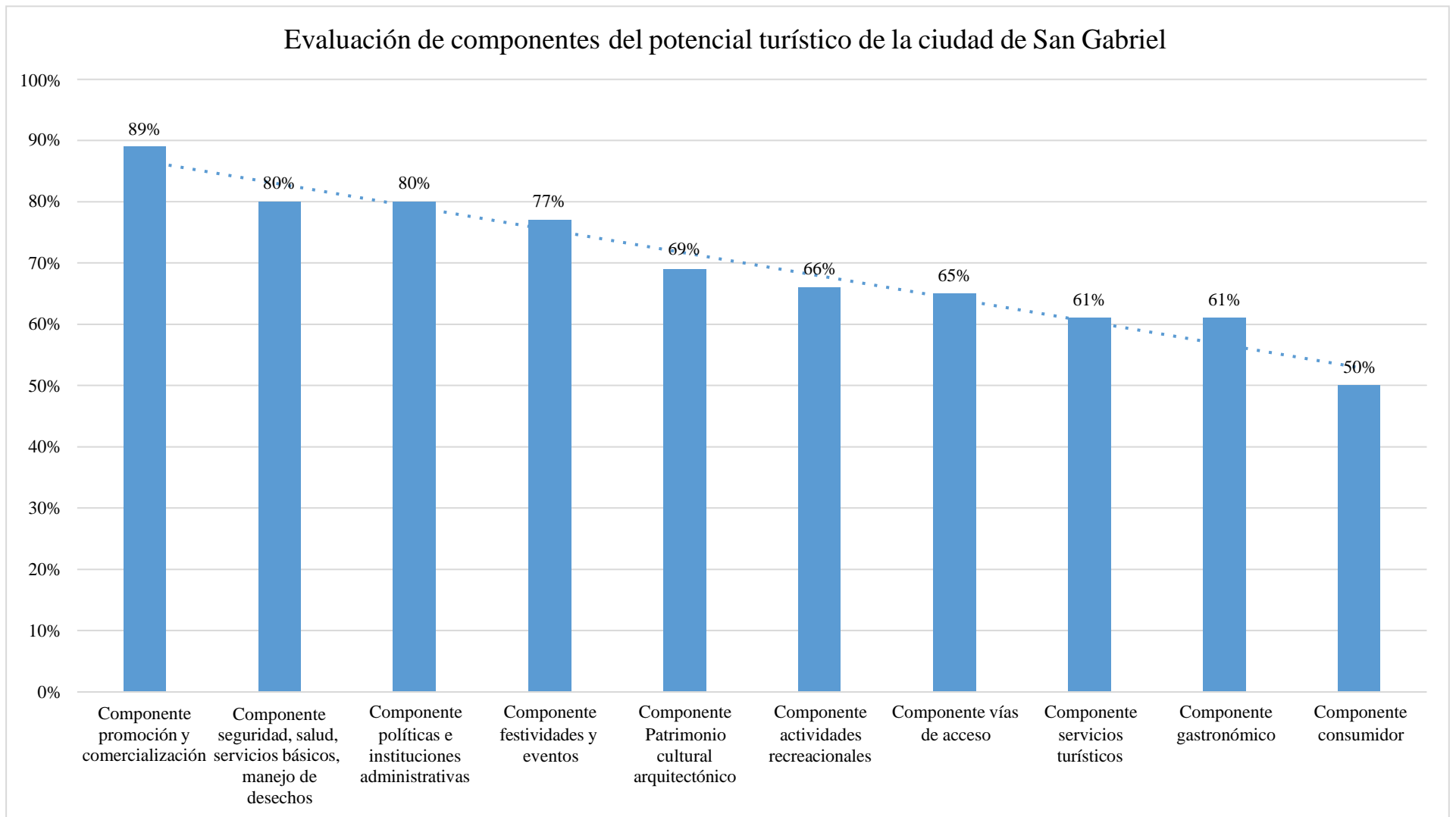


Figura 19. Evaluación total del potencial turístico de la ciudad de San Gabriel

Tabla 71. Porcentaje total de evaluación del potencial turístico de San Gabriel

Nivel de potencial turístico	Porcentajes	Eval.promedio del componente
Muy alto	100% - 81%	
Alto	80,99% - 61%	
Medio	60,99% - 41%	70%
Bajo	40,99% - 21%	
Muy bajo	0% - 20,99%	

Al realizar el proceso de evaluación del potencial turístico de la ciudad de San Gabriel se identifica que se encuentra en un nivel alto dentro de la escala de Likert al obtener un porcentaje del 70% debido al aporte de los componente que pertenecen al sistema turístico los cuales ayudan a que el territorio se fortalezca como un sitio turístico para el desarrollo de productos relacionados al turismo arquitectónico. Entre los componentes que obtuvieron el mayor puntaje de 69% a 89% son: el patrimonio arquitectónico, las festividades y eventos, políticas e instituciones administrativas, seguridad, salud, servicios turísticos, manejo de desechos y la promoción y comercialización. Al igual que los componentes que obtuvieron un puntaje menor en el rango 66% a 50% se encuentran las actividades recreacionales, las vías de acceso, los servicios turísticos, la gastronomía y el consumidor, el conjunto de todos estos componentes permiten dimensionar el desarrollo de la zona y así también observar las falencias que requieren un mayor trabajo y los cuales se pueden mejor si existe apoyo de entidades públicas y privadas y de la población y así la ciudad de San Gabriel se convierta en un lugar ideal para el desarrollo de productos turísticos que aporte a la economía de los locales y mejore sus condiciones de vida. Es necesario mencionar que los componentes que requieren mayor atención son los servicios turísticos, el consumidor es decir proyectarse a un mercado potencial. La matriz que se realizó para evaluar el potencial turístico de patrimonio arquitectónico de la ciudad de San Gabriel se identifica como el conjunto de bienes inmuebles que conforman el centro histórico conteniendo hechos históricos que realzan a la ciudad ya que representa mayor parte de la identidad de los pobladores. Estas edificaciones aún conservan su fachada interior pese al paso del tiempo y a las remodelaciones externas para que sea visible favorablemente a la visita de quienes lo visitan, es por ello que posee un nivel alto de potencialidad con un porcentaje de 69% en la escala de Likert. El componente gastronómico posee un nivel alto en la escala de Likert con un porcentaje de 61%, esto representa a la variedad de gastronomía típica y autóctona de la ciudad de San Gabriel, por lo tanto se establece un nivel de potencialidad turística apto

para satisfacer la necesidad de alimentación de las personas, destacándose deliciosos platos como el hornado pastuso, el caldo de gallina, el cuy con papas, el choclo con queso, la trucha frita, el morocho con empanadas, la miel con quesillo y la cuajada con dulce de frutas, estos platos son los más conocidos y fortalecen a la parroquia en el ámbito culinario. Las festividades y eventos que se desarrollan en la ciudad de San Gabriel contribuyen un valor adicional al potencial turístico y a su vez a la afluencia de las personas, esto se ha logrado gracias a la participación de entidades públicas como el GAD de Montufar, asociaciones y habitantes que se involucran en el desarrollo del territorio y fortalecen el valor de la identidad para que las próximas generaciones no las pierdan, este componente se ubica en un nivel alto con un porcentaje de 77% sobre la escala de Likert. Este componente se encuentra en un nivel de potencialidad alto dentro de la escala de Likert con un porcentaje de 66% esto se debe principalmente a los ciudadanos de la localidad que incentivan a realizar actividades recreacionales como alternativa para generar ingresos, además permite en aumento de visitantes en la zona. Las vías de acceso a la ciudad de San Gabriel se encuentran en buen estado pese a que muchas de las calles son de contextura estrechas los vehículos pueden transitar con facilidad, sin embargo se debe mejorar la señalización que guie a las personas que no conocen sobre la ubicación de sitios turísticos dentro de la ciudad, las vías de acceso son un componente principal para el turismo pues permite la interconexión con otros lugares dentro y fuera de la provincia. Se encuentra en un nivel alto con un porcentaje del 65% en la escala de Likert. El componente seguridad, salud, servicios y recolección de desechos básicos se encuentra en un nivel alto dentro de la escala de Likert con un porcentaje del 80%, cabe mencionar que este componente se ubica en segundo lugar con la puntuación más alta esto quiere decir que posee una buena organización para el desarrollo de estos servicios y que las personas tanto habitantes como visitantes puedan sentirse a gusto en su estadía. La evaluación del potencial turístico del componente de servicios turísticos obtiene un porcentaje de 61% dentro de la escala de Likert, esto se debe a la falta de transporte turístico pese a que se cuenta con más de cinco establecimientos de alojamiento y varios establecimientos de restauración, cabe recalcar que no se genera considerables plazas de trabajo ya que la mayor parte de la población trabaja en la agricultura y ganadería o fuera de la provincia y sobre todo que la mayoría de establecimientos son dirigidos de forma familiar. El componente consumidor se ubica en un nivel medio con un porcentaje del 50% en la escala de Likert, esto se debe a la baja afluencia de visitantes nacionales e internacionales que llegan a la ciudad de San Gabriel pues aunque se ubica en una provincia fronteriza las personas del país vecino mayormente consideran a la ciudad como un sitio de paso. Es por esto que se debe considerar la promoción de la ciudad al ser un pueblo

mágico de Ecuador al mercado internacional y nacional para que se motiven a visitar y hagan uso de los servicios que se ofrece, esto ayudaría a la economía de la ciudad y a la mejora de la ciudad de vida de sus habitantes. La ciudad de San Gabriel se encuentra emprendiendo la actividad turística, es así que la promoción y comercialización de productos turísticos se encuentran en desarrollo obteniendo un porcentaje de 89% en la escala de Likert ubicándola en un nivel muy alto pues la ciudad se promociona en redes sociales y páginas de las instituciones públicas directamente e indirectamente en periódicos o televisión y radio. Se debe hacer un mayor énfasis en los medios de comunicación que impulsen los atractivos es, las actividades recreacionales, su gastronomía y los servicios que ofrece a los visitantes locales, nacionales e internacionales, este componente requieren mayor seguimiento para que se pueda desarrollar como un turismo sostenible. Este componente se encuentra en un nivel alto con un porcentaje del 80% en la escala de Likert esto se debe a que la ciudad de San Gabriel cuenta con un PDOT vigente el cual menciona al turismo directamente especificando sus atractivos turísticos tanto naturales y es y posee un departamento de turismo dirigido por una persona capacitada y experimentada en el área el cual trabaja en el desarrollo de la localidad y del cantón para potenciarlo como un sitio de interés turístico con el desarrollo de productos turísticos se lo puede observar en la Tabla 71 y Figura 19.

4.1.18. Resumen de encuestas por preguntas

Al cabo de la aplicación de encuestas y al haber recolectado los datos, sus resultados se expresan de la siguiente manera en tablas y figuras; los cuales serán sometidos a análisis para que dé una respuesta clara y concisa a cada ítem de la encuesta la información recolectada se lo muestra a continuación desde la Tabla 72 a la Tabla 91 y de igual forma se muestra mediante la Figura 20 a la Figura 38.

1. Sexo

Tabla 72. Sexo del habitante

Ord.	Sexo del habitante		
	Sexo	Frecuencia	Porcentaje
1	Femenino	63	45%
2	Masculino	77	55%
	Total	140	100%

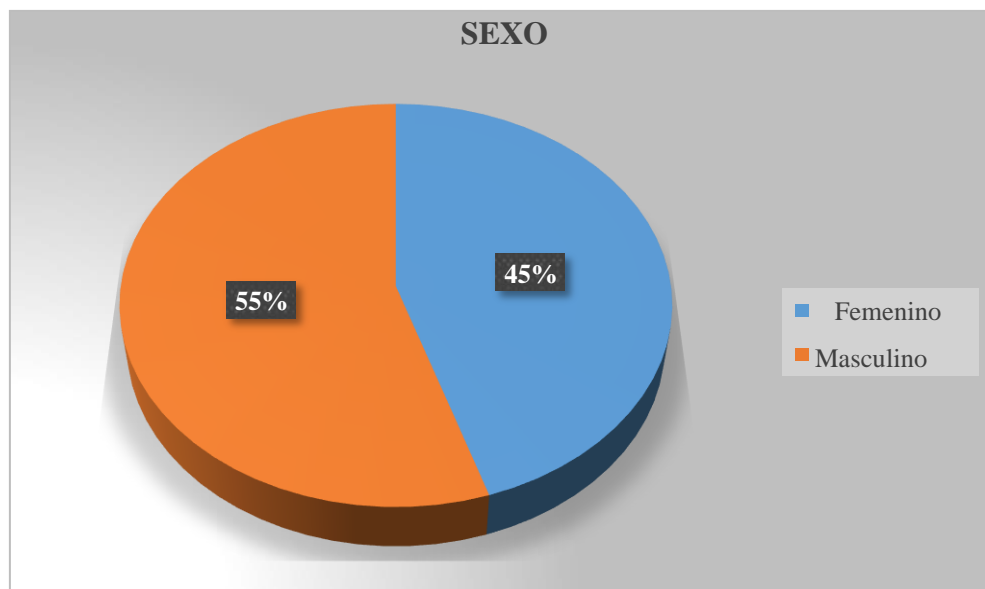


Figura 20. Sexo de los habitantes de la Ciudad de San

Interpretación:

Las encuestas aplicadas a la población de la ciudad de San Gabriel arroja un porcentaje de 45% de sexo femenino que han accedido a responder la encuesta mientras que el 56% representa al sexo masculino, esto quiere decir que mayoritariamente hombres ayudaron a la investigación, esto quiere decir que este sexo apoyaría de una manera masiva en el desarrollo de productos turísticos relacionados al patrimonio arquitectónico de la localidad.

2. Edad

Tabla 73. Edad del encuestado

Ord.	EDADES	EDAD	
		FRECUENCIA	%
1	40 - 44	47	34%
2	45 - 49	60	43%
3	50 - 54	33	24%
TOTAL		140	100%

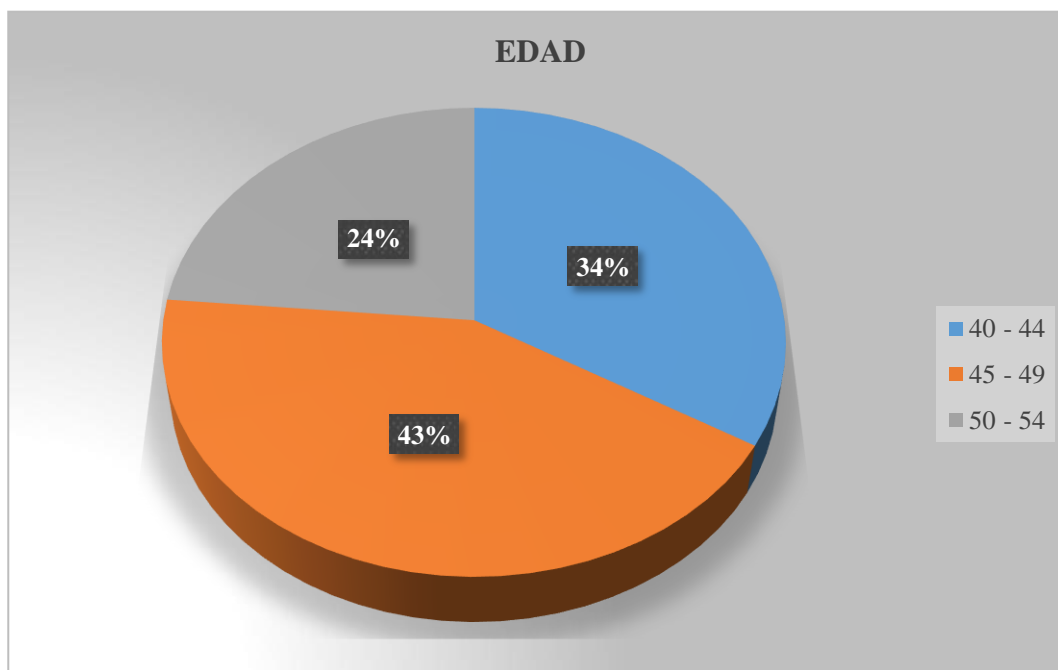


Figura 21. Edad del encuestado de la Ciudad de San Gabriel

Interpretación:

Como se ha mencionado en la investigación para la aplicación de las encuestas se tomó la muestra de la población de un rango de edad de 40 a 54 años, por lo tanto las personas con edad entre 45 a 49 años de edad ocupan el mayor porcentaje de interés con el 43% por responder este instrumento, pues este resultado ayudara a verificar que a este sector es al cual se lo debe ofrecer e integrar dentro de los productos que se desarrollen en la ciudad de San Gabriel.

Por otro lado el grupo de edad que mostro poco interés con un 24% es la edad entre 50 a 54 años de edad, pues al ser personas con edad medianamente avanzada prefieren actividades que requieran poco movimiento y poca afluencia de personas.

3. ¿Considera usted que la ciudad de San Gabriel posee una arquitectura relevante, histórica y estéticamente favorable?

Tabla 74. Arquitectura relevante, histórica y relevante

Ord.	OPCION DE RESPUESTA	FRECUENCIA	%
1	SI	136	97%
2	NO	4	3%
	TOTAL	140	100%

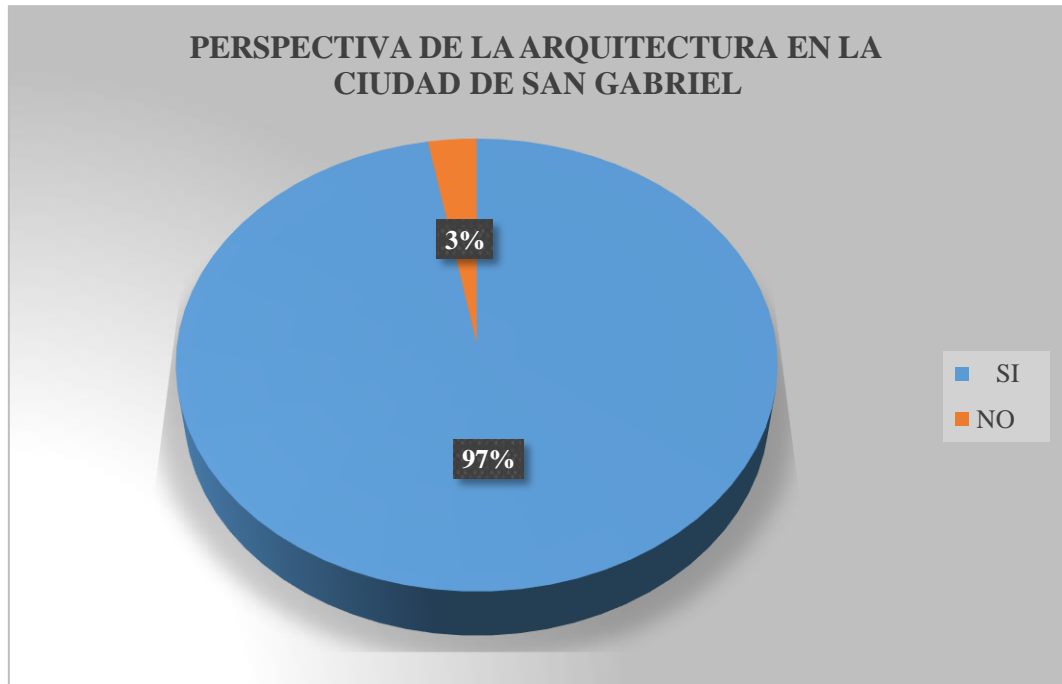


Figura 22. Arquitectura relevante, histórica y estética según los ciudadanos de San Gabriel

Interpretación:

Respecto a la pregunta realizada a los encuestados 136 personas representando el 97% respondieron que la ciudad de San Gabriel posee bienes patrimoniales arquitectónicos muy interesantes ya que poseen historia del desarrollo como pueblo y resaltan que a pesar del paso del tiempo muchos de estos inmuebles se han mantenido mostrando una fachada restaurada sin perder su esencia que la posiciono como una edificación llamativa al visitante que llegue a la ciudad de San Gabriel.

Mientras que el 3% que hace referencia a 4 personas mencionaron que los bienes inmuebles arquitectónicos no ostentan ningún atributo que resalte en la ciudad, más que casas o edificaciones antiguas y dejadas en el olvido por parte de las autoridades.

4. ¿Qué nivel de importancia le daría a los recursos patrimoniales arquitectónicos dentro del turismo?

Tabla 75. Nivel de importancia de recursos patrimoniales arquitectónicos

Ord.	NIVEL DE IMPORTANCIA	FRECUENCIA	%
1	Muy importante	60	42.86%
2	Bastante importante	35	25%
3	Algo importante	14	10%
4	Poco importante	5	3.57%
5	Nada importante	15	10.71%
6	No responde	11	7.86%
	TOTAL	140	100%

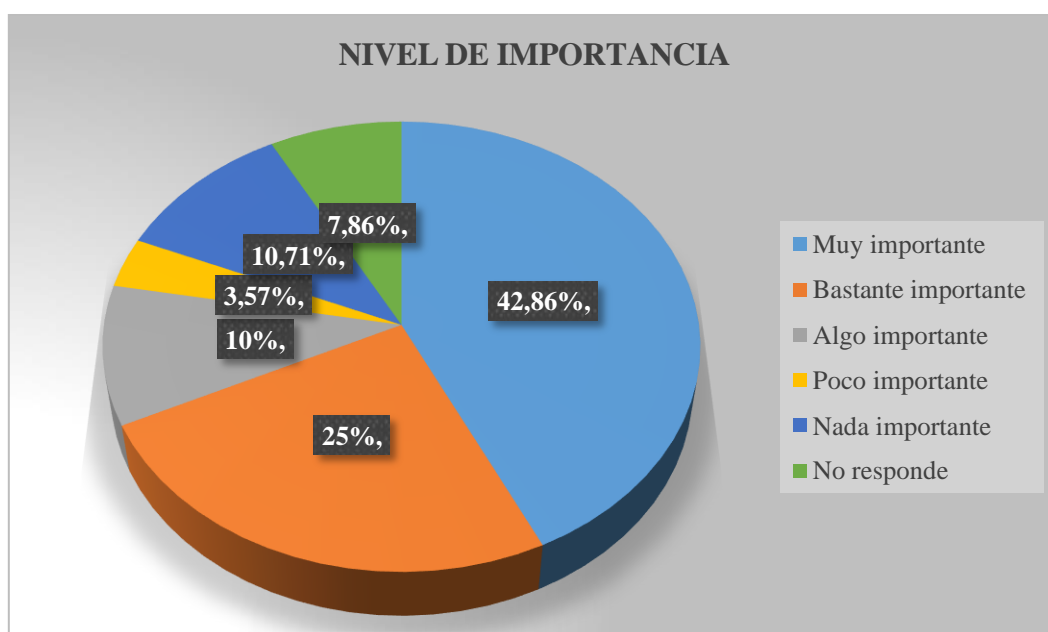


Figura 23. Nivel de importancia bienes patrimoniales arquitectónicos dentro del turismo

Interpretación:

Esta pregunta es muy interesante ya que se investigó el nivel de importancia que los pobladores le dan a los recursos patrimoniales arquitectónicos para el desarrollo del turismo dentro de productos, esto quiere decir que el 42,86% representado por 60 personas que muestran el porcentaje mayor le da un nivel de importancia de 1 pues identifican que estos recursos son muy importantes para su identidad como pueblo y característico del lugar, pues al ser un pueblo mágico del Ecuador, este patrimonio que conforma el centro histórico se los debe conservar y mantener con un nivel prioritario.

5. ¿De los siguientes bienes inmuebles que posee la ciudad de San Gabriel cual tiene mayor relevancia dentro de su identidad?

Tabla 76. Relevancia dentro de la identidad

Ord.	IDENTIDAD	FRECUENCIA	%
1	Parque Gonzales Suarez	28	20 %
2	Cementerio de San Gabriel	20	14 %
3	Teatro Pio XII	11	8 %
4	Iglesia Matriz de San Gabriel	53	38 %
5	Casa Cuasmal	6	4 %
6	Casa de las Siete Puertas	5	4 %
7	Casona Municipal	7	5 %
8	Casa Museo	10	7 %
	TOTAL	140	100%

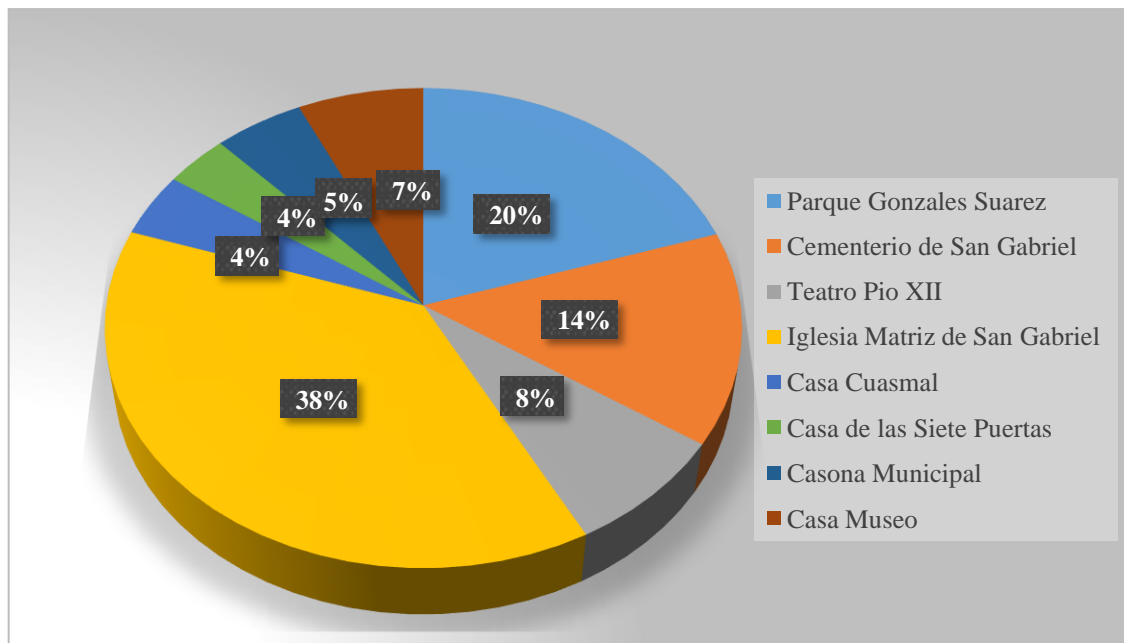


Figura 24. Mayor relevancia dentro de su identidad como habitante de San Gabriel

Interpretación:

Se preguntó a los encuestados cuál de los bienes inmuebles investigados los representa como persona local, es decir que patrimonio arquitectónico se debe colocar como principal para integrar un producto turístico, es así que 36% de los encuestados contestó que la Iglesia Matriz de la ciudad mantiene su arquitectura a lo largo de los años y su interior posee una belleza paisajística que atraparía al visitante y se lo podría interpretar de mejor manera, pues dentro de ella se plasmas historias del pueblo Montufareño.

6. ¿Qué necesidades se deberían cumplir con mayor énfasis según su perspectiva para incentivar la actividad turística?

Tabla 77. Necesidades para Incentivar la Actividad Turística

Ord.	NECESIDADES PARA INCENTIVO ACTIVIDAD TURÍSTICA	FRECUENCIA	%
1	Obra de hoteles y restaurantes	10	7%
2	Optimizar los lugares recreativos	15	11%
3	Reparar infraestructura	20	14%
4	Arreglo y limpieza de edificaciones patrimoniales	17	12%
5	Mejorar los servicios de atención al cliente	19	14%
6	Más apoyo gubernativo	25	18%
7	Inversionistas	13	9%
8	Producto turísticos que contenga el Patrimonio de la ciudad de San Gabriel	21	15%
	TOTAL	140	100%



Figura 25. Incentivar la Actividad Turística

Interpretación:

Respecto a la pregunta los encuestados indican que para reactivar el turismo la mayor necesidad que requiere es más apoyo gubernativo con un 18% lo que quiere decir que dicha institución debe realizar una mejor gestión pues con esto la reparación, arreglo, mantenimiento, capacitaciones y demás se podría realizar, se debe tener en cuenta que con un porcentaje del 15% el desarrollo de productos turísticos relacionados al patrimonio de la Ciudad de San Gabriel incentivaría a la actividad turística pues habrá participación de la oferta turística que existe ahí y también de sus emprendimientos.

7. Marque la casilla que considere según su criterio sobre la evaluación de servicios:

Tabla 78. Evaluación de Servicios

Ord.	Servicio	Muy bueno	Bueno	Regular	Malo	Muy malo
1	Señalización	18	77	45	0	0
2	Vialidad (transporte)	27	60	24	15	14
3	Seguridad	33	26	40	41	0
4	Estacionamiento	0	50	60	30	0
5	Servicios básicos	65	75	0	0	0
6	Mantenimiento y conservación	42	66	21	11	0
7	Hospitalidad de la gente	110	30	0	0	0
8	Clima	16	34	70	13	7
9	Costos	55	33	49	3	0

Tabla 79. Evaluación Servicio Señalización

Ord.	OPCION DE RESPUESTA:	FRECUENCIA	%
Señalización			
1	Muy bueno	18	13%
	Bueno	77	55%
	Regular	45	32%
	Malo	0	0%
	Muy malo	0	0%
TOTAL		140	100%

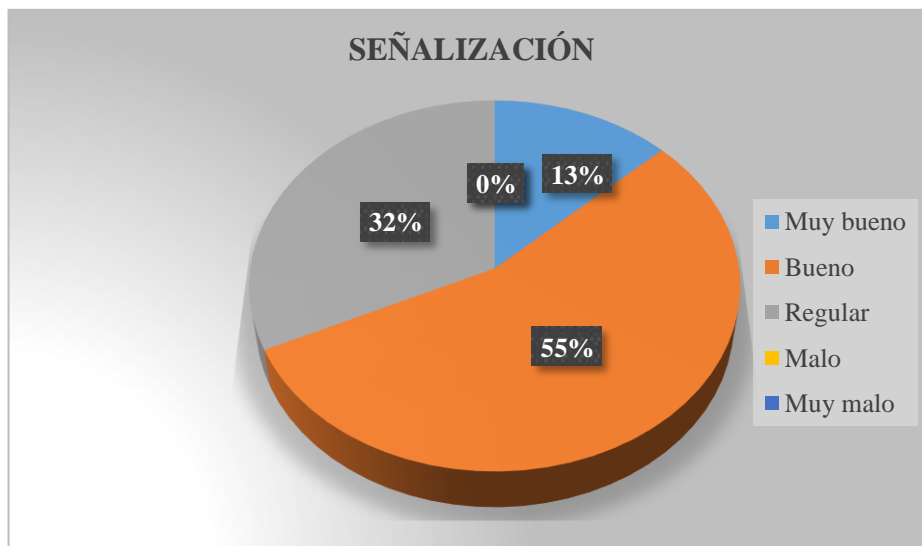


Figura 26. Servicio de Señalización

Interpretación:

En la evaluación de los servicios según la perspectiva de los encuestados asegura que respecto a la señalización un 55% se encuentra en un estado bueno. Pues para dirigirse a la ciudad de San Gabriel existe letreros que indican el camino a seguir, mientras que el 32% de participantes menciona que la señalización se encuentra en un estado regular pues dentro de la ciudad de San Gabriel existen escasos rótulos de los atractivos que se puede encontrar en la misma.

Tabla 80. Evaluación Servicio Vialidad

Ord.	OPCION DE RESPUESTA	FRECUENCIA	%
	Vialidad (trasporte)		
2	Muy bueno	27	19%
	Bueno	60	43%
	Regular	24	17%
	Malo	15	11%
	Muy malo	14	10%
	TOTAL	140	100%

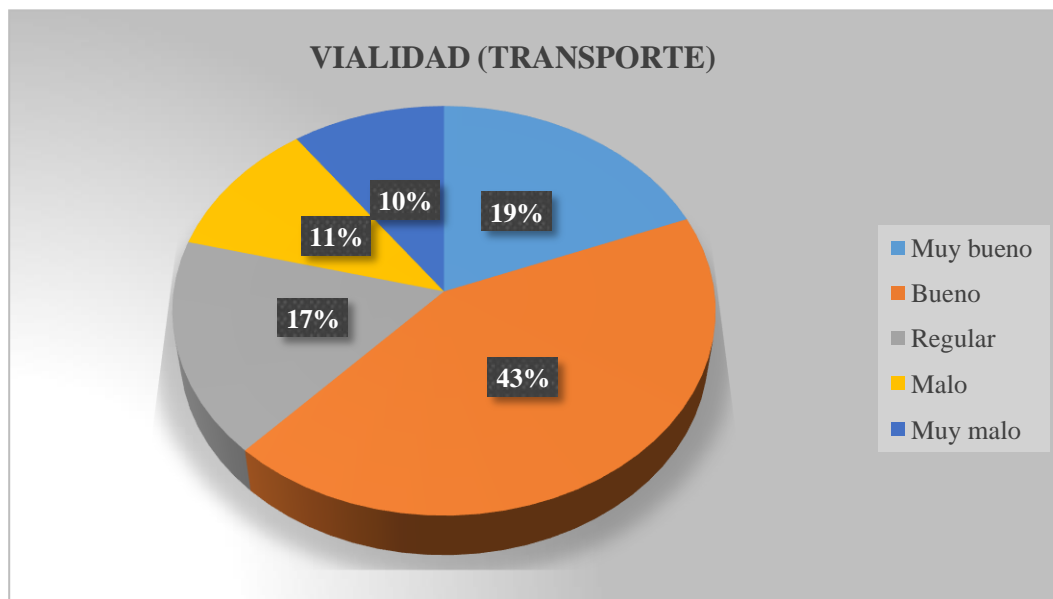


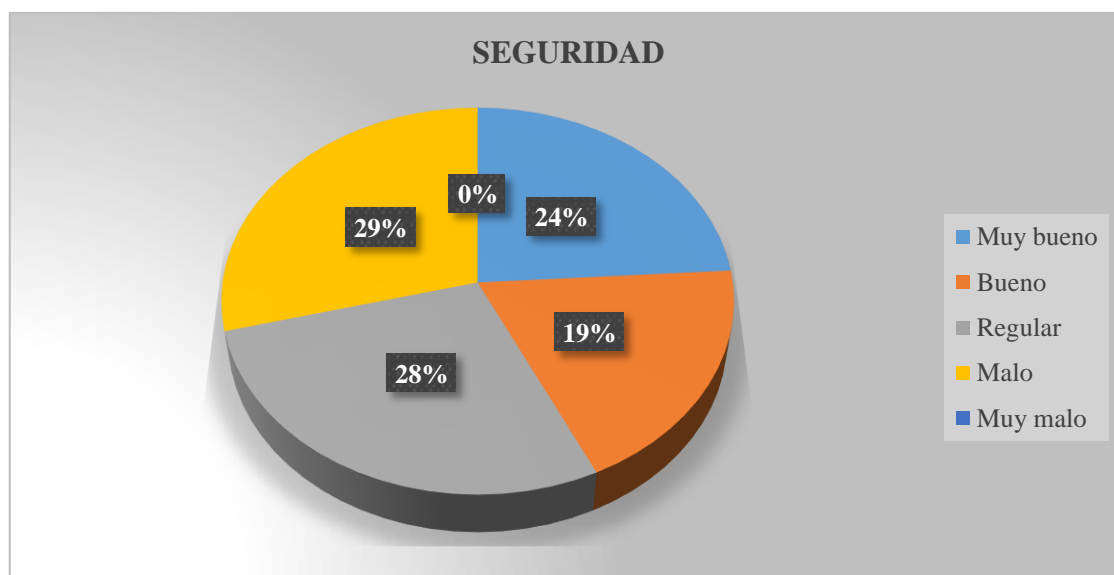
Figura 27. Vialidad del transporte

Interpretación:

La vialidad del transporte se refiere al estado de las vías para dirigirse a la ciudad de San Gabriel se encuentra en un 43% en estado bueno pues los autos pueden movilizarse sin ningún problema, mientras que 19% indica que las vías están en muy buen estado para el tránsito vehicular y así puedan ingresar las personas sin ningún problema.

Tabla 81. Evaluación Servicio Seguridad

Ord.	OPCION DE RESPUESTA	FRECUENCIA	%
	Seguridad		
3	Muy bueno	33	24%
	Bueno	26	19%
	Regular	40	28%
	Malo	41	29%
	Muy malo	0	0%
	TOTAL	140	100%

**Figura 28** Servicio de Seguridad**Interpretación:**

De acuerdo a la recolección de datos de los encuestados el 29% afirma que la seguridad dentro de la ciudad es muy escasa pues existe la presencia de ciudadanos extranjeros lo cual provoca un poco de temor e inseguridad a las personas que transitan por la ciudad. De lo contrario el 28% de las personas opina que la seguridad en la ciudad es regular ya que la policía nacional realiza recorridos de control recurrente.

Tabla 82. Evaluación Servicio Estacionamiento

Ord.	OPCION DE RESPUESTA	FRECUENCIA	%
4	Estacionamiento		
	Muy bueno	0	0%
	Bueno	50	36%
	Regular	60	43%
	Malo	30	21%
	Muy malo	0	0%
	TOTAL	140	100%

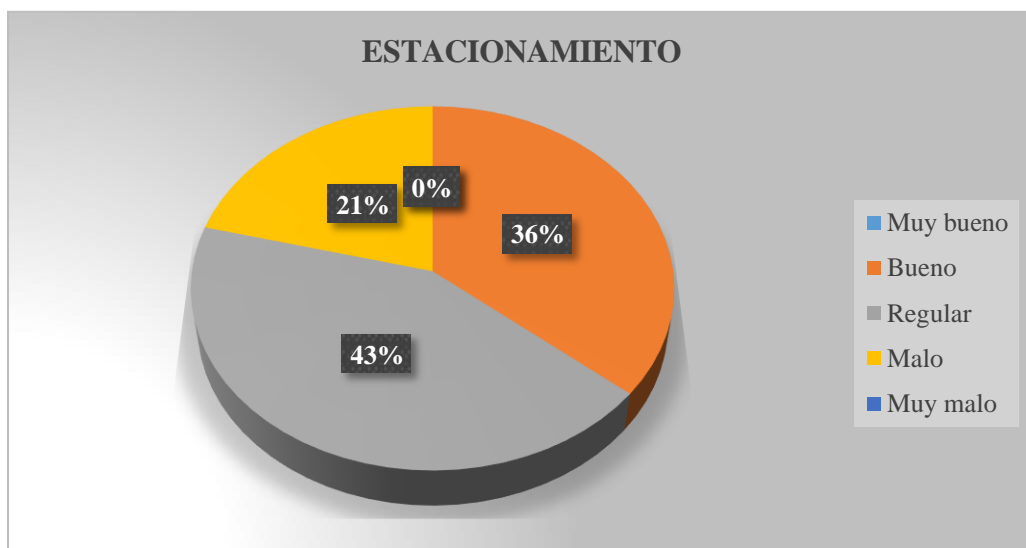


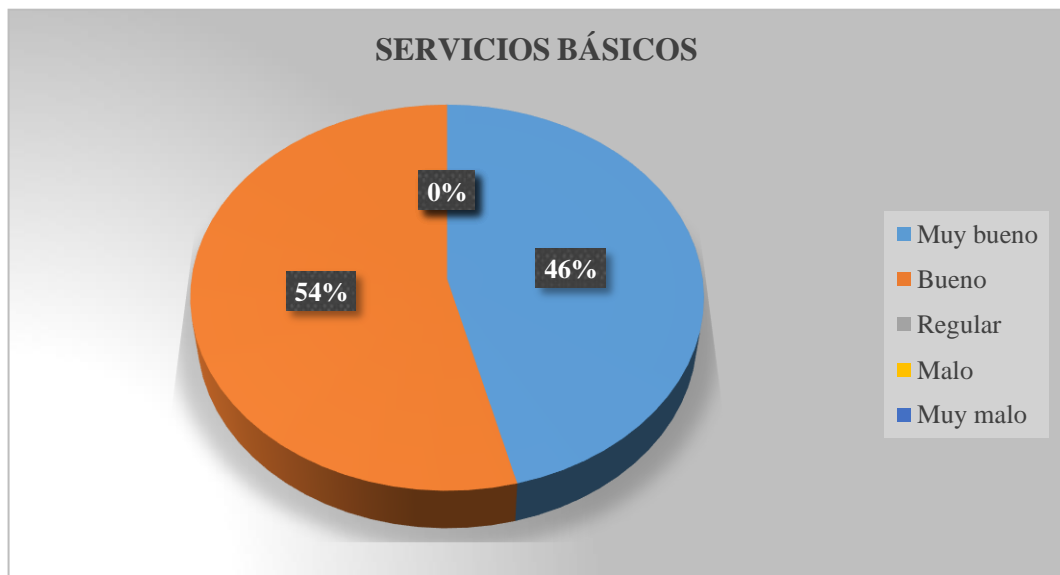
Figura 29. Servicio de Estacionamiento

Interpretación:

El servicio de estacionamientos es un 43% regular dado que no existen parqueaderos privados y al estacionarse en la vía pública opaca la vista de la ciudad e impide el tránsito de transporte terrestre y peatonal, este porcentaje también incluye que en los establecimientos de restauración y alojamiento no existe un parqueadero para todo tipo de vehículo, lo cual provoca que muchos de los usuarios no puedan hacer uso de este servicio. .

Tabla 83. Evaluación Servicios Básico

Ord.	OPCION DE RESPUESTA	FRECUENCIA	%
Servicios básicos			
5	Muy bueno	65	46%
	Bueno	75	54%
	Regular	0	0%
	Malo	0	0%
	Muy malo	0	0%
	TOTAL	140	100%

*Figura 30.* Servicios básicos**Interpretación:**

De las 140 personas encuestadas el 54% ha respondido que los servicios básicos son buenos pues existe el agua potable, la energía eléctrica, recolección de basura, telefonía e internet y gas doméstico lo cual facilita la estadía de las personas que visitan la ciudad. Mientras que el 46% restante menciona que los servicios básicos requieren de mejoría en cuanto a la entrega de gas doméstico pues al ser una ciudad ubicada en una provincia fronteriza existe muchos casos de contrabando lo que provoca que tenga un valor elevado al ser adquirido.

Tabla 84. Evaluación Servicio Mantenimiento y Conservación

Ord.	OPCION DE RESPUESTA	FRECUENCIA	%
Mantenimiento y Conservación			
6	Muy bueno	42	30%
	Bueno	66	47%
	Regular	21	15%
	Malo	11	8%
	Muy malo	0	0%
TOTAL		140	100%

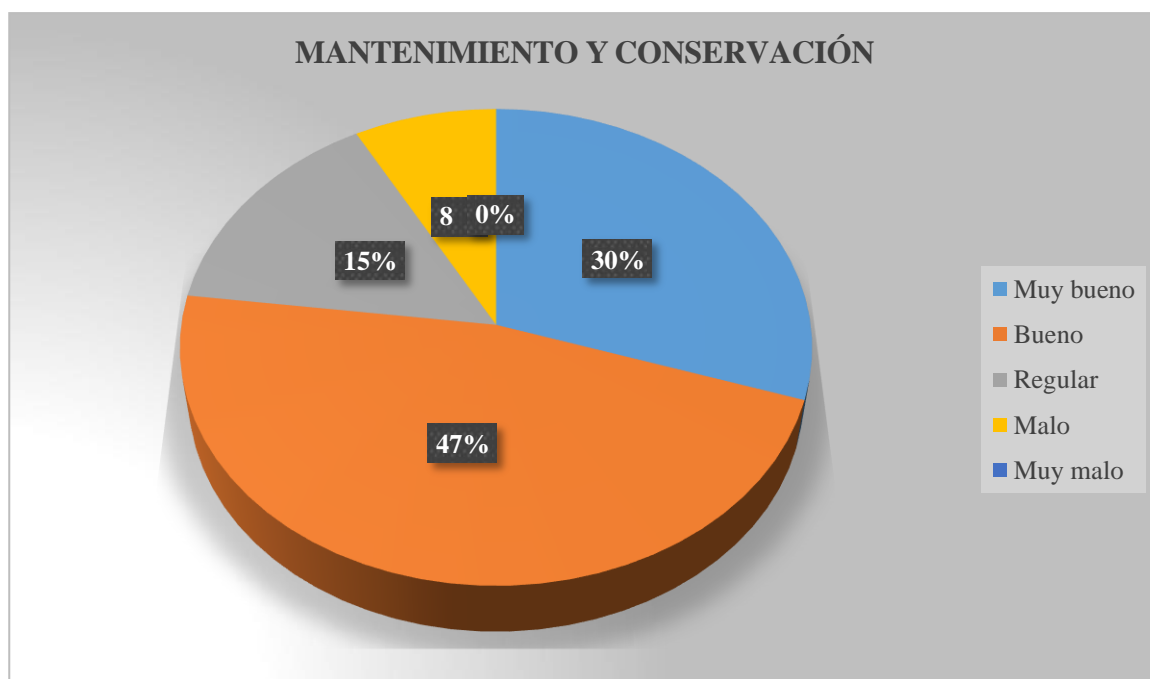


Figura 31. Mantenimiento y Conservación

Interpretación:

Respecto a esta pregunta el 47% de los 140 encuestados alude que el patrimonio arquitectónico de la ciudad de San Gabriel se encuentra en un estado bueno pues los habitantes realizan limpieza de las calles y el municipio otorga un poco de presupuesto para el arreglo de la fachada de ciertos bienes inmuebles para que sean llamativos a las personas que lo visitan.

Tabla 85. Evaluación Servicio Hospitalidad de la gente

Ord.	OPCION DE RESPUESTA	FRECUENCIA	%
	Hospitalidad de la gente		
7	Muy bueno	110	79%
	Bueno	30	21%
	Regular	0	0%
	Malo	0	0%
	Muy malo	0	0%
	TOTAL	140	100%

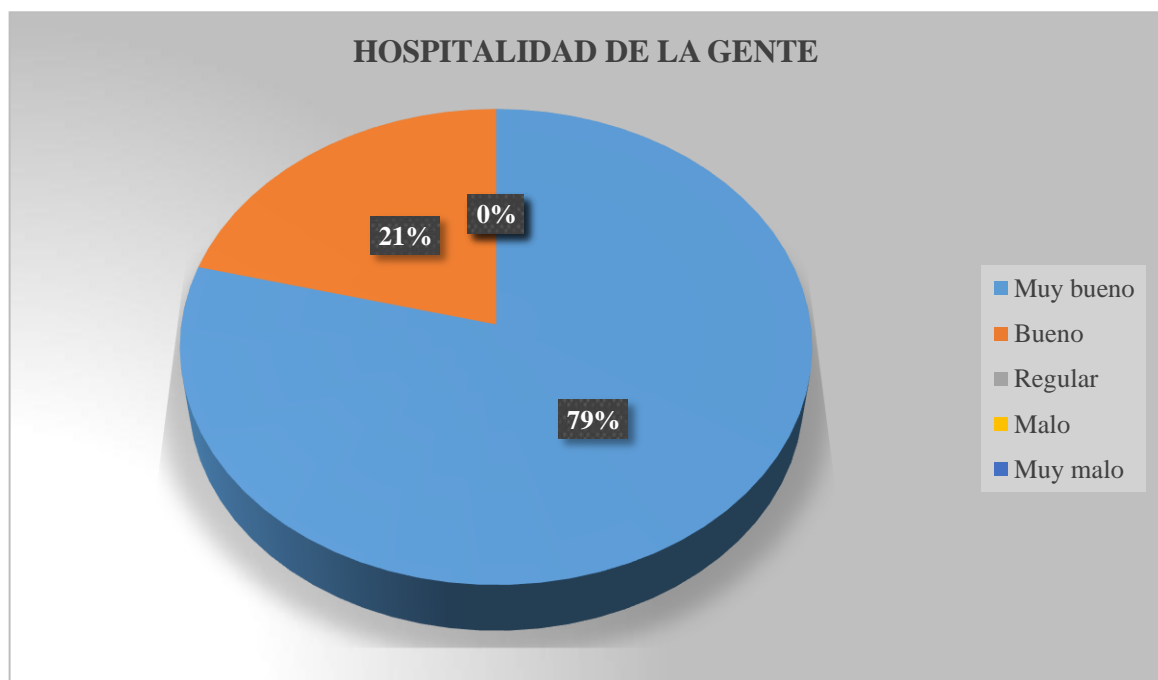


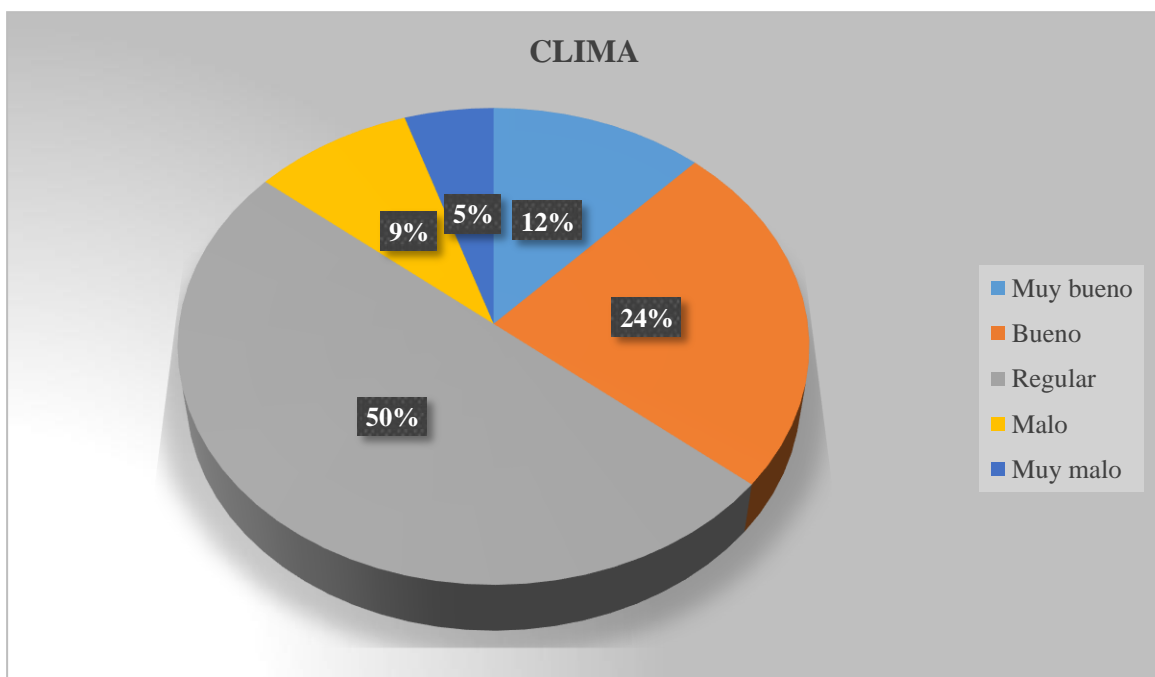
Figura 32. Hospitalidad de la gente

Interpretación:

Esta pregunta tuvo una acogida muy positiva pues el 79% afirma que la hospitalidad de la gente San Gabrieleño es muy buena son amables y empáticos con quienes lo necesitan, brindan ayuda y acogen como suyos a las personas que visitan el lugar, hay que recalcar que el 21% restante menciona que la atención de la gente es buena ya que debería recibir capacitaciones especializadas en atención al cliente para así atraer a más personas.

Tabla 86. Evaluación Clima

Ord.	OPCION DE RESPUESTA	FRECUENCIA	%
	Clima		
8	Muy bueno	16	12%
	Bueno	34	24%
	Regular	70	50%
	Malo	13	9%
	Muy malo	7	5%
	TOTAL	140	100%

**Figura 33.** Clima; Ciudad de San Gabriel**Interpretación:**

Respecto al clima el 50% afirmó que es regular pues el clima muchas de las veces es impredecible y esto puede impedir el desarrollo de ciertas actividades que sean al aire libre como la admiración paisajística del centro histórico de la ciudad de San Gabriel.

Tabla 87. Evaluación de Servicio Costos

Ord.	OPCION DE RESPUESTA	FRECUENCIA	%
	Costos		
9	Muy bueno	55	39%
	Bueno	33	24%
	Regular	49	35%
	Malo	3	2%
	Muy malo	0	0%
	TOTAL	140	100%

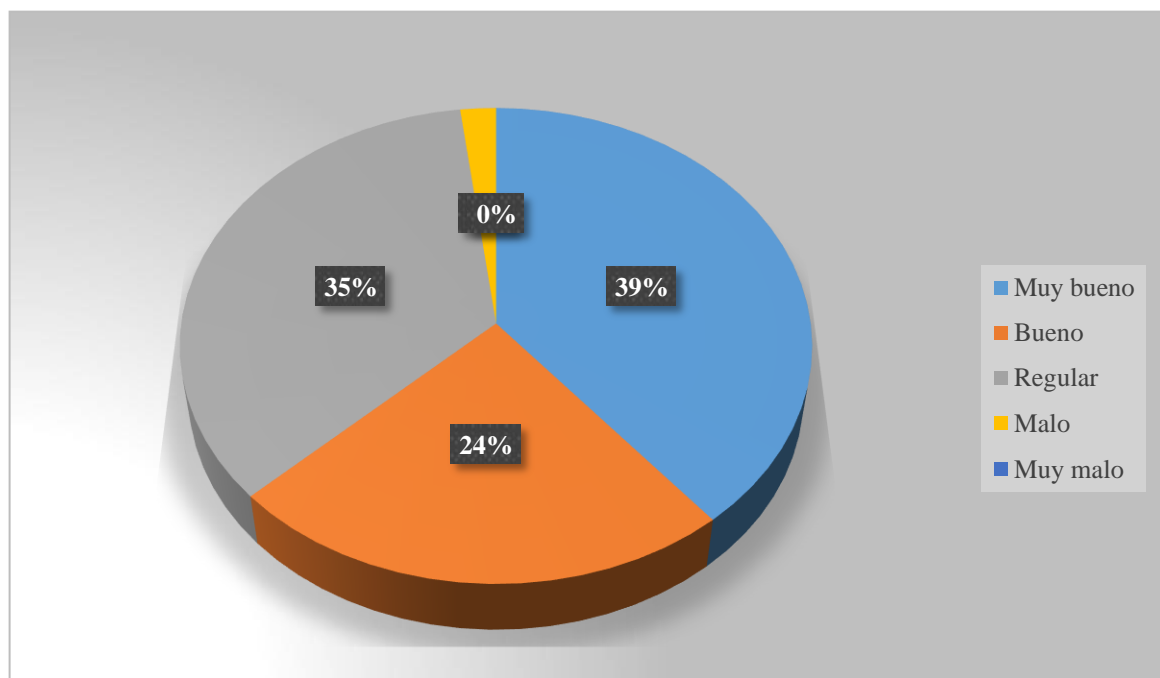


Figura 34. Costo de Servicios

Interpretación:

De acuerdo a la recolección de datos encuestados el 39% testifica que los precios son accesibles a la economía de las personas pues con un presupuesto normal pueden adquirir y hacer uso de varios servicios como alimentación, transporte, alojamiento y actividades recreativas.

8. ¿Los atractivos antes mencionados contienen información necesaria para que usted pueda interpretar su valor patrimonial?

Tabla 88. Información para interpretación sobre atractivo

Ord.	OPCION DE RESPUESTA	FRECUENCIA	%
1	SI	13	9%
2	NO	95	68%
3	Ns_/ Nc	32	23%
TOTAL		140	100%

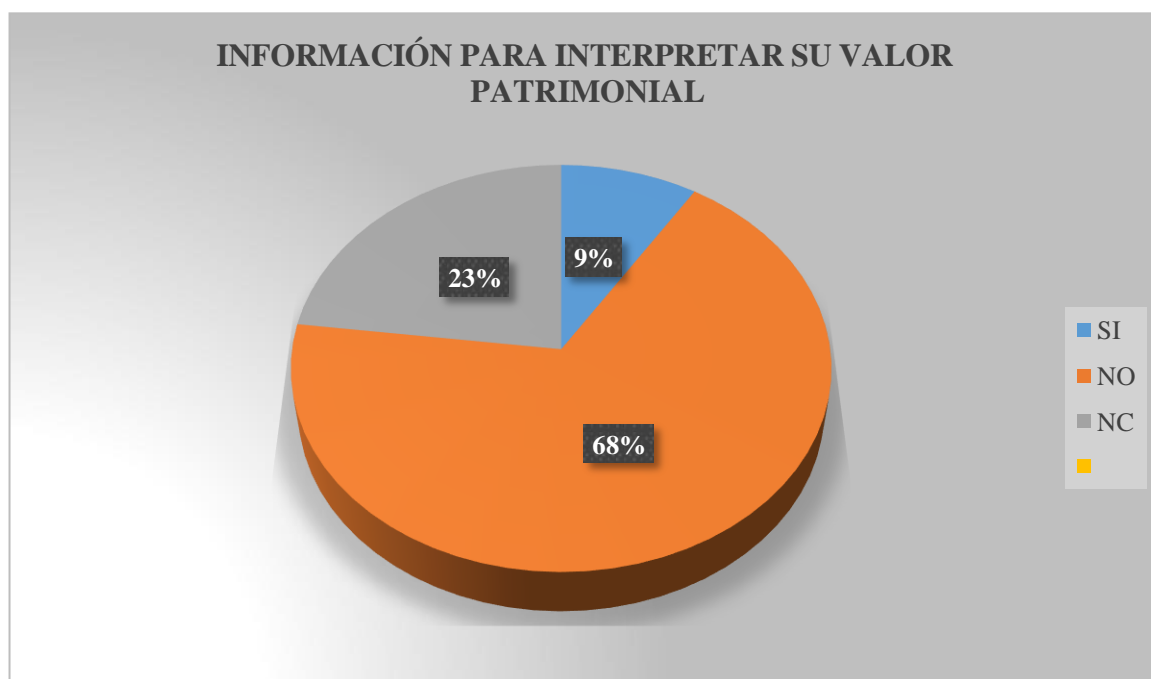


Figura 35. Interpretación Patrimonial

Interpretación:

Los resultados respecto a esta pregunta indica que del 100% de encuestados el 68% menciona que los atractivos que se encuentran dentro de este estudio no cuenta con información necesaria para interpretar su valor patrimonial como es su historia o hechos históricos que han acontecido en dicho lugar. Mientras que el 23% de los ciudadanos indica que no sabe o no tiene interés de que estos sitios cuenten con inscripciones sobre todo lo referente a ese lugar.

9. En qué medida está de acuerdo con los siguientes enunciados en relación con el Patrimonio Arquitectónico de su lugar de residencia.

Siendo 1= nada de acuerdo y 4= totalmente de acuerdo

a) Creo que la preocupación por este tipo de patrimonio es un indicador del nivel y la calidad de vida de la sociedad en la que vivo.

Tabla 89. Preocupación sobre el patrimonio

Ord.	OPCIÓN DE RESPUESTA	FRECUENCIA	%
1	Nada de acuerdo	1	1%
2	Poco de acuerdo	2	1%
3	De acuerdo	10	7%
4	Totalmente de acuerdo	127	91%
	TOTAL	140	100%



Figura 36. Preocupación sobre el patrimonio

Interpretación:

En esta pregunta el 91% de los encuestados se encuentra totalmente de acuerdo con respecto a que la preocupación en cuento al patrimonio es muy importante pues así se desarrollaría el turismo y mejoraría la calidad de vida de los habitantes.

b) La participación activa de los habitantes dentro del patrimonio arquitectónico como visitas a museos, casas patrimoniales, iglesias, parques y teatro es muy importante.

Tabla 90. Importancia de la participación de los habitantes

Ord.	OPCIÓN DE RESPUESTA	FRECUENCIA	%
1	Nada de acuerdo	1	1%
2	Poco de acuerdo	1	1%
3	De acuerdo	6	4%
4	Totalmente de acuerdo	132	94%
	TOTAL	140	100%

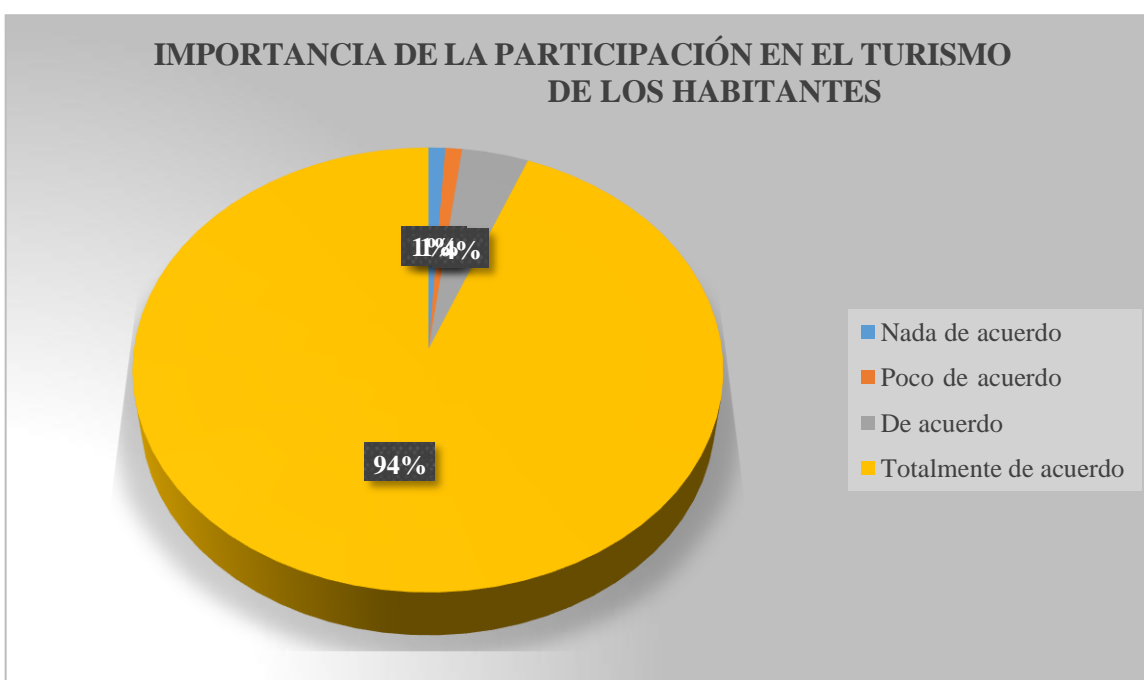


Figura 37. Importancia de la participación ciudadana dentro del turismo

Interpretación:

El 94% de las personas que fueron encuestados responde que están totalmente de acuerdo con la importancia que mantiene los habitantes al participar en el desarrollo turístico en este caso visitando el patrimonio arquitectónico.

10. ¿Por qué considera usted que el turismo arquitectónico no se ha desarrollado dentro de productos turísticos?

ITEMS	RESPUESTA X
El patrimonio importa muy poco a la sociedad	94
Tenemos un escaso nivel de conocimiento de nuestro Patrimonio Arquitectónico	86
Consideramos que es responsabilidad única de las Administraciones Públicas	31
No existen productos turísticos impulsados por las Administraciones Publicas	77

Tabla 91. Causas sobre el escaso desarrollo turístico del patrimonio arquitectónico de San Gabriel

Ord.	OPCION DE RESPUESTA	FRECUENCIA	%
1	El patrimonio importa muy poco a la sociedad	94	33%
2	Tenemos un escaso nivel de conocimiento de nuestro Patrimonio Arquitectónico	86	30%
3	Consideramos que es responsabilidad única de las Administraciones Públicas	31	11%
4	No existe productos turísticos impulsados por las Administraciones Publicas	77	27%
TOTAL		288	100%

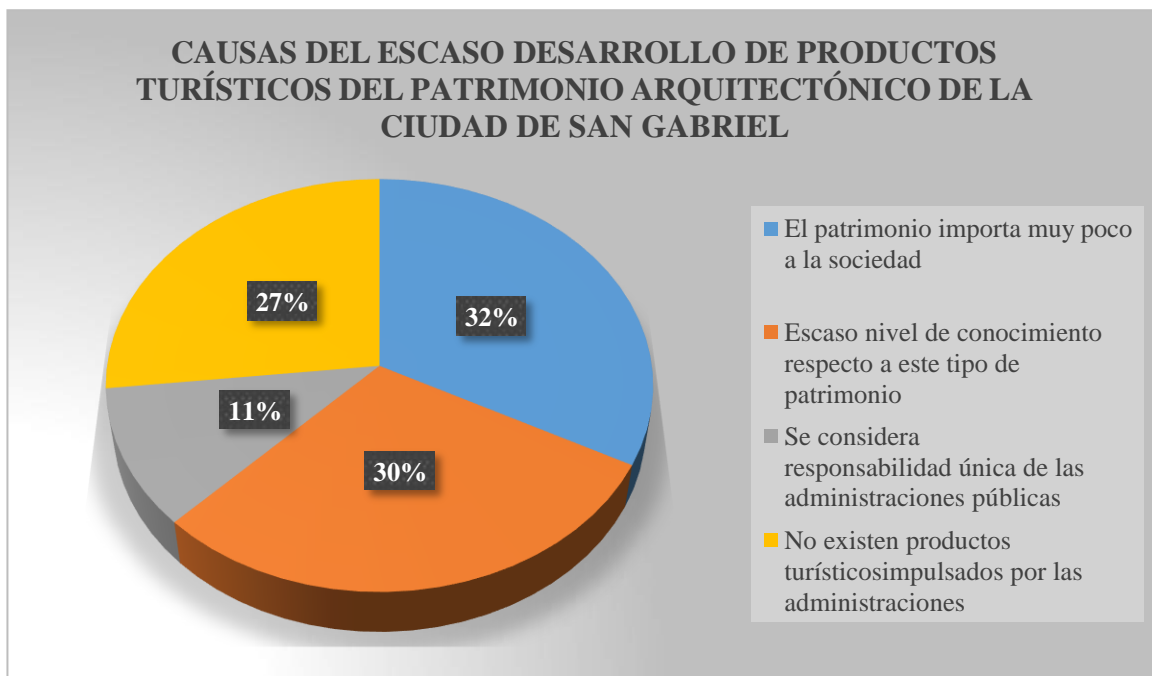


Figura 38. Causas del escaso desarrollo del patrimonio arquitectónico de San Gabriel

Interpretación:

La ciudadanía afirmó que existe poca implicación ciudadana con respecto al turismo específicamente en el patrimonio y esto se debe a que el patrimonio importa muy poco a la sociedad en un 94%, seguido por la razón de que se tiene un escaso nivel de conocimiento sobre el valor del patrimonio arquitectónico que poseen, y con el 77% la poca implicación ciudadana se debe a que no existe productos turísticos impulsados por las administraciones públicas que hagan partícipes a la población.

4.1.21. Resumen de entrevistas por preguntas

En la siguiente Tabla 92 se muestra el resumen de las entrevistas realizadas a funcionarios que dieron su respuestas desde una posición interna como servidores públicos y profesionales con un punto de vista externo en la rama del turismo, han contribuido con información valiosa para investigación, pues con sus respuestas como profesionales se pudo llegar a una conclusión sobre la variable dependiente la cual es el desarrollo de productos turísticos, esto quiere decir que gracias a las entrevistas se pudo concretar las características que debería tener dicho producto o productos que se desarrollen en base al patrimonio arquitectónico de la ciudad e San Gabriel.

Se aplicaron tres entrevistas, a continuación se menciona las personas que accedieron a la entrevista.

- Ingeniera Yesenia Armas; Funcionaria encargada del Departamento de Turismo del GAD Montufar.
- Ingeniero Gabriel Yazan; Profesional en Turismo, especializado en elaboración de programas turísticos para empresas mayoristas.
- Ingeniero Adrián Quezada; Integrante del MINTUR.

Tabla 92. Resultados de Entrevistas

PREGUNTAS

¿Cuál es la importancia actual que se le da al turismo en la provincia del Carchi, específicamente en la ciudad de San Gabriel?

En la actualidad debido a la presencia de una pandemia el turismo en la provincia del Carchi se ha paralizado parcialmente pues ha impedido que muchos proyectos no se desarrollen como se lo habían planeado, sin embargo varias asociaciones como QuitaSol ha seguido trabajando en el fomento del turismo en la parroquia El Carmelo donde se aprovecha de los recursos naturales que posee este lugar.

Por otro lado la importancia que se le da en cuanto al turismo en la ciudad de San Gabriel ha sido muy limitada pues a falta de presupuesto esta institución pública no realiza el adecuamiento de casco histórico de la ciudad específicamente en varias casas patrimoniales, también muchos de los ciudadanos han presentado quejas a esta institución debido a que a pesar de ser dueños de estos bienes inmuebles no se les otorga un permiso que les permita refaccionar estas edificaciones.

Al ser una provincia fronteriza la mayoría de las personas solo la toman como un centro de desplazamiento hacia otras provincias o el país vecino Colombia, es así que al existir asociaciones y agencias de viajes realizan paquetes turísticos que permite conocer maravilla de atractivos y sitios turísticos que posee la provincia del Carchi, es aquí donde la ciudad de San Gabriel tiene una importante participación al ser un Pueblo Mágico del Ecuador, el cual provoca interés y curiosidad a toda persona que visita la provincia pues tendrá una perspectiva de la belleza paisajística e histórica que posee este lugar.

¿Según su opinión la población de San Gabriel esta sensibilizada en torno al turismo patrimonial arquitectónico?

Respecto a esta pregunta se puede decir que existe la mitad de personas que muestran interés sobre el patrimonio que tiene su localidad, pero la otra mitad no se interesa por esto pues muchos de ellos son niños, jóvenes y obreros agrícolas que en su mayoría piensan que ser catalogado como Pueblo Mágico es tan solo un nombre mas no una oportunidad de generar ingresos desarrollando turismo.

La población no recibe charlas educativas e informativas que permitan hacerlos conocer la riqueza patrimonial que posee, si el gobierno, estudiantes universitarios y asociaciones turísticas trabajaran en conjunto con el objetivo de sensibilizar a la

población sobre este tema, los locales intervendrían más en proyectos turísticos y desarrollaría estrategias para producir productos turísticos donde ellos sean también actores principales.

Una de las causas que provoca la poca sensibilidad de los ciudadanos con respecto al turismo es que al pasar el tiempo las generaciones actuales no muestran interés por conocer sus orígenes, pero las personas con más rango de edad tienen en su memoria muchas historias, anécdotas y acontecimientos que vivieron en aquellas épocas y que es muy valioso para las investigaciones que se realizan en base al patrimonio.

¿Cómo cree usted que la población pueda aportar al desarrollo de productos turísticos?

Por supuesto que la población puede aportar con el desarrollo de productos turísticos pues sin la intervención de ellos la oferta turística no sería manejada por nadie, la población podría ofrecer servicios como alojamiento, restauración, actividades, artesanías entre otros. Pero se debe capacitar a quienes ofrezcan estos servicios pues son ellos quienes reflejaran la valerosidad de encontrarse en la Ciudad de San Gabriel.

La población también podría reunirse en grupos para realizar mingas de limpieza de toda la ciudad, recaudar colaboraciones para adornar las calles de la ciudad y que cuando llegue los visitantes sientan la alegría de la gente al recibirlos.

Los san gabrieleños representan cultura y tradición pues al ser originario del pueblo Tusa lleva en sus raíces la fuerza de lucha y trabajo en equipo para que su calidad de vida mejore y puedan generar ingresos económicos, contribuir con plazas de trabajo, desarrollarse socialmente y tecnológicamente a futuro para que con el pasar del tiempo la ciudad de San Gabriel se la tome en cuenta no solo por su potencial turístico sino también por ser diferenciadora entre los demás atractivos, por la integración de su población.

¿Qué atributos debería tener un producto turístico?

Un producto turístico debe integrar los recursos turísticos tangibles e intangibles siempre con el objetivo principal de satisfacer las necesidades del consumidor, debe ser un producto de calidad donde el visitante tenga a su alcance todas las facilidades para su estadía.

Debe ser un producto que llegue a distintos segmentos de mercado pues debe contener distintas actividades y servicios turísticos que se acoplen a quienes lo visitan, debe tener un plan

de marketing que trabaje constantemente en la promoción de dicho producto para que así llegue a más personas tanto local, provincial y nacional.

Un producto turístico debe contener un equipamiento bien constituido y organizado pues es clave para que las personas se motiven a viajar y visitar el lugar y a su vez pueda generar utilidades para quienes ofrecen los servicios y beneficios al cliente en cuanto a experiencias distintas que no podría vivir en el lugar donde reside.

¿Considera usted que los productos turísticos relacionados al patrimonio arquitectónico de la Ciudad de San Gabriel tendría acogida a nivel provincial y nacional?

Esto se lo podría evaluar en un tiempo determinado después que se lo haya lanzado al mercado, pues existirá acogida por parte de las personas que se interesen por conocer el patrimonio arquitectónico de la ciudad de San Gabriel.

Según mi perspectiva la creación de productos turísticos relacionados al patrimonio arquitectónico tendrá acogida por ser autentico en cuanto a su historia y respeto hacia la cultura y sus habitantes, pues es a los pobladores a quienes pertenece este patrimonio. Sin embargo antes de ser puesto en el mercado se debe realizar un análisis de mercado potencial pues así se sabrá qué tipo de personas adquirirán dicho producto y que necesidades deben ser suplidas para satisfacerlos.

El GAD Municipal de Montufar debe considerar la creación de convenios con otras administraciones de distintas provincias para que el producto que se desarrolle en la ciudad de San Gabriel sea parte de una utilidad más grande promocionándose así a nivel nacional.

¿De qué manera se trabajaría de una manera sustentable con los productos turísticos?

Aquí interviene todas las organizaciones turísticas activas las cuales son las primera prestadoras de servicios turísticos dueños de establecimientos como hoteles, restaurantes, agencias de viajes y de empresas de transporte turístico con que cuenta el cantón y otra impulsadora del turismo son las asociaciones que se han inmiscuido en el turismo como la asociación Cascada de Paluz, asociación Laguna de Salado, asociación Bosque de los Arrayanes que están netamente direccionadas con el tema turístico pero que tiene como principal elemento la sustentabilidad de los recursos es decir la protección del territorio.

Se deberá trabajar con nóminas de conteo de visitantes para saber cuántas personas ingresan al lugar y si causan alguna alteración dentro de los atractivos. Pues la sustentabilidad no

solo se basa en la protección del territorio sino también la aplicación de objetivos sustentables que además protege a la población.

El producto turístico tendrá siempre la meta de generar ingresos pero sin alterar los atractivos. Pues se lo ejecutaría de una manera muy consciente sabiendo que la ciudad de San Gabriel es un icono histórico por su antigüedad, sus nombramientos y sus habitantes.

¿Qué gestión debería realizar los organismos públicos y privados para facilitar la venta de servicios que componen el producto turístico?

Como ya se lo había mencionado anteriormente la gestión que debe realizar los organismos públicos son las capacitaciones a dueños de los establecimientos para la atención al cliente, la manipulación de alimentos e información turística, esto permitirá que las personas que lleguen a la ciudad se sientan atraídos por la calidez de la gente y satisfaga sus necesidades ya que se les brindara un servicio de calidad.

Por otro lado los organismos privados en este caso agencias de viajes podrían incluir a estos productos junto a otros para que complementen una estadía de experiencia al consumidor.

¿Qué tipo de demanda adquirirán un producto turístico basado en el patrimonio arquitectónico?

Al ser un turismo muy abierto que no necesariamente se lo puede dedicar a jóvenes o personas adultas, sino a todo tipo de público puesto que al ser un turismo es más tranquilo y se puede incluir a todas las personas.

Si existe accesibilidad a todo el patrimonio arquitectónico donde puede acceder toda personas excepto a las personas con discapacidad.

Al existir casas patrimoniales permiten al turista vivir una experiencia diferente ya que representan un valor histórico único, esto quiere decir se puede vivir un turismo vivencial donde se cuente la historia de dicho patrimonio de una forma teatralizada.

¿Qué tipo de estrategias se aplicarían para que la Ciudad de San Gabriel se convierta en competencia turística?

No existe un plan de desarrollo de productos turísticos, solamente existe la creación de itinerarios turísticos de índole y de naturaleza, ya que son los más accesibles que se puede ofrecer del cantón.

La población puede contribuir de muchas maneras, ya que puede capacitarse para cubrir con las necesidades del turista para darles

un mejor recibimiento, una mejor atención, y así hacer que el turista vuelva y el turismo crezca en la ciudad de San Gabriel.

¿Qué resultados se esperaría de la creación de producto turístico en la Ciudad de San Gabriel?

Los resultados más esperados con lo que respecta al producto turístico del patrimonio arquitectónico de la ciudad de San Gabriel es el realce de la economía que actualmente ha bajado demasiado a causa del poco turismo.

También se espera que a la ciudad de San Gabriel no se la tome solamente como un punto de movilidad para llegar hacia otros lugares turísticos más conocidos, sino como el principal recurso turístico que contiene atractivos relevantes históricos y es de la provincia del Carchi.

4.1.22. Matriz FODA

A continuación se ha elaborado una matriz FODA planteado los puntos débiles y fuertes con los que cuenta la ciudad de San Gabriel, permitiendo resumir la evaluación del potencial turístico y el desarrollo de productos turísticos basado en el patrimonio arquitectónico de la misma, estos puntos se han analizado de acuerdo a la aplicación de los instrumentos de investigación como son las fichas de observación cuali-cuatitativas, encuestas aplicadas a la población y entrevistas realizadas a funcionario y profesionales en la rama del turismo. Los puntos débiles se los analiza desde la perspectiva interna mientras que los puntos fuertes desde la perspectiva externa, esta evaluación provoca la creación de estrategias.

Esta información se muestra a continuación en la Tabla 93:

Tabla 93. Diagnóstico de la Situación (FODA)

Diagnóstico Situacional	
Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> • Presencia de restaurantes de comida típica • Existen habitantes que aún recuerdan la historia de varios lugares patrimoniales. • Existe material fotográfico de las casas antiguas del antes y después de su restauración. • Fácil acceso a la ciudad de San Gabriel • Control de vendedores informales, lo que permitió recuperar las calles del centro de la ciudad. • Recursos patrimoniales catalogados por el Instituto Nacional del Patrimonio. • Ser reconocido como Pueblo Mágico del Ecuador. • Se encuentra ubicada en la provincia que limita con un país extranjero. • Presencia de bienes inmuebles con más de cien años de historia. • Existencia de servicios básicos generales. • Hospitalidad de su gente al recibir a toda persona que llega al lugar hace que las personas se sientan a gusto y puedan disfrutar más de la ciudad. 	<ul style="list-style-type: none"> • La reparación de edificaciones podría ayudar a preservar la identidad y mejorar la calidad de vida de los habitantes. • Con el desarrollo turístico se crearían más plazas de empleo. • Con el desarrollo de productos turísticos artesanos de la ciudad o del Cantón pueden demostrar su talento en este caso la venta de artesanías, productos provenientes de la agricultura, etc. • Algunos inmuebles podrían servir para servicios alternativos como ayudar con información turística o convertirse en centros de interpretación. • Con la creación de productos turísticos la ciudad de San Gabriel puede convertirse en un destino turístico. • La participación de personas capacitadas en la rama del turismo debido a la presencia de la UPEC. • Destino con potencial turístico • Mejoramiento de la planta turística • Promoción por parte de instituciones gubernamentales y empresas turísticas.
Debilidades	Amenazas

-
- Falta de señalética y señalización
 - El cableado eléctrico impide la apreciación visual directa de varios patrimonios arquitectónicos.
 - El grande tráfico vehicular y peatonal provoca vibraciones que dañan el patrimonio inmueble.
 - Existencia de más actividad comercial que utiliza espacios dentro de casas patrimoniales.
 - Vehículos estacionados frente a los sitios patrimoniales que impiden su contemplación.
 - Escaso conocimiento y valoración turística y patrimonial por parte de los habitantes locales de la ciudad de San Gabriel.
 - Mal manejo de los recursos patrimoniales.
 - Escasa promoción turística que resalte el patrimonio arquitectónico de la ciudad de San Gabriel
 - Falta de registros de control hacia las personas que llegan al lugar
 - Vías de segundo y tercer orden
 - Escases de personal especializado en turismo
 - Limitada seguridad en sitios de interés turístico y establecimientos de restauración, alojamiento y sitios complementarios.
 - Falta de desarrollo de productos turísticos basados en el patrimonio arquitectónico.
 - A pesar que existe el interés del municipio de Montufar en el desarrollo del turismo no lo logran de una manera correcta por el presupuesto económico.
 - No existe una oferta de hospedaje de alta calidad.
 - No hay capacitaciones hacia los dueños de establecimientos con respecto al servicio al cliente.
 - En la actualidad una de las amenazas más fuertes es la presencia del virus Covid-19.
 - Poco interés de las generaciones actuales por conocer su identidad.
 - Falta de economía de las personas para visitar el lugar o hacer uso de las instalaciones.
 - La ciudad de San Gabriel se puede convertir en un sitio de paso hacia otros lugares de adentro o fuera de la provincia.
 - Decreciente posicionamiento en el mercado turístico patrimonial.
 - Desinterés por parte de los turistas por visitar este tipo de patrimonio.
 - Falta de conocimiento real sobre las necesidades de la demanda para generar acciones específicas.
 - Contaminación y desgaste del ambiente.
-

4.1.23. Estructuración de estrategias

Mediante lo descrito en la matriz FODA se han formulado estrategias de reorientación que induce al desarrollo de productos turísticos para dar una mejor integración definida de los atractivos, servicios y facilidades turísticas existentes en la ciudad de San Gabriel.

A continuación se procede a definir las estrategias:

Estrategias ofensivas (FO)

- La presencia de establecimientos de restauración genera plazas de empleo a los pobladores de la ciudad San Gabriel, mejorando su calidad de vida.
- Motivar a los habitantes a mantener su historia viva mediante los bienes patrimoniales reparándolos para preservar su identidad como pueblo.
- Aprovechar los recursos patrimoniales catalogados por el INPC para la creación de productos turísticos y así la ciudad de San Gabriel se convierta en un destino turístico.
- Implantar un plan de promoción turística dirigido por instituciones gubernamentales y empresas turísticas en la ciudad resaltando la limitación con un país extranjero.
- Instaurar los bienes inmuebles con más de cien años de historia para el uso de servicios alternativos como información turística o centros de interpretación.
- Brindar capacitaciones a los propietarios de establecimientos y habitantes en general sobre la atención al cliente con la ayuda de personas capacitadas en la rama de turismo como son los estudiantes de la UPEC.
- Fortalecer la existencia de servicios básicos generales, acceso y seguridad para el desarrollo turístico.

Estrategias defensivas (FA)

- Incentivar al desarrollo de productos turísticos basados en el patrimonio arquitectónico.
- Aprovechar el nombramiento como Pueblo Mágico del Ecuador para el posicionamiento en el mercado turístico.
- Poner en valor bienes patrimoniales en las generaciones actuales para preservar la historia.
- Aprovechar la ubicación de la ciudad en una provincia fronteriza con otro país para que no se convierta en un sitio de paso, es decir que las personas nacionales o extranjeras hagan uso de los servicios turísticos que se ofrecen dentro de la ciudad.

- Incentivar al desarrollo de productos turísticos basados en el patrimonio arquitectónico para el uso y disfrute de la ciudad.

Estrategias de reorientación (DO)

- Implementar señalética y señalización turística para el mejoramiento de la planta turística.
- Impulsar la promoción turística que resalte el patrimonio arquitectónico de la ciudad de San Gabriel por parte de instituciones gubernamentales y empresas turísticas para la creación de productos turísticos.
- Diseñar productos turísticos patrimoniales arquitectónicos con la participación de profesionales en turismo de la UPEC.
- Mejorar la planta turística para la satisfacción del visitante.
- Promover la reparación de edificaciones arquitectónicas para formar parte de productos turísticos.

Estrategias de supervivencia (DA)

- Desarrollar productos turísticos patrimoniales arquitectónicos para su valoración por parte de los habitantes de locales de la ciudad de San Gabriel.
- Optimizar la seguridad en sitios de interés turístico y establecimientos de restauración, alojamiento y sitios complementarios para cubrir con las necesidades de la demanda.
- Implementar el buen manejo de los recursos patrimoniales para su posicionamiento en el mercado turístico patrimonial.
- Estudiar a la demanda para conocer sus necesidades y así generar acciones específicas que permitan la promoción turística de la ciudad de San Gabriel.

4.1.24. Naturaleza del producto turístico según el potencial turístico del patrimonio arquitectónico de la ciudad de San Gabriel.

Después de haber obtenido los resultados mediante la aplicación de instrumentos de investigación se llega a la siguiente conclusión sobre las características que tendrá un producto turístico dentro de la ciudad teniendo como objetivo promover el potencial turístico arquitectónico.

Por consiguiente se lo muestra a continuación en la siguiente Tabla 94:

Tabla 94. Naturaleza del producto turístico

Tipología del producto	Nivel del producto	Estructura del producto	Mercado potencial	Destino turístico	Principio de sostenibilidad
Producto instalaciones	Nivel 3: Producto mejorado	Mezcla de servicios Proceso de prestación Viabilidad económica	Rango de edad 45 a 49 años	Diverso y competitivo	Conservación de recursos patrimoniales

A continuación se describe las características del producto turístico:

- Tipología del producto

El producto turístico será un producto instalaciones; esto tipo se refiere al uso de bienes patrimoniales con alto valor histórico, pues el turista formara parte de un producto único haciendo uso de las instalaciones de servicios turísticos evaluados en la investigación como alojamiento, alimentación, recreación y actividades recreativas, este tipo de producto al llegar a posicionarse en el mercado tendrá un valor diferente pues ofrece al turista la visita de bienes inmuebles con alto valor patrimonial.

- Nivel del producto

El producto turístico tendrá un nivel 3 mencionando que será un producto mejorado pues tendrá un valor añadido que lo diferenciara de la competencia, pues este producto resaltara el patrimonio arquitectónico de la ciudad de San Gabriel, que a diferencia de la competencia que en este caso son los recursos de los cantones vecinos, la ciudad de San Gabriel proyectara un producto de historia y valor patrimonial, dejando de lado lo que cotidianamente llama la atención como son los recursos naturales, para adentrarse en la historia de los bienes inmuebles los cuales guardan el progreso y evolución como pueblo Montufareños.

- Estructura del producto

En este punto se manejaran tres aspectos principales, el primero la mezcla de servicios: los cuales al ser analizados nos arrojó un porcentaje del 70% de potencialidad lo cual quiere decir que esta apta para recibir visitantes y hacer uso de los servicios turísticos, el segundo aspecto es el proceso de prestación: aquí la intervención de instituciones administrativas tanto públicas y privadas y empresas turísticas deben trabajar en conjunto para brindar capacitación continua en servicio al cliente a los dueños de los establecimientos que brindan servicios turísticos, con el objetivo de facilitar la visita del turista en el lugar, y por último el tercer aspecto que habla

sobre la viabilidad económica: se debe hacer un estudio sobre los gastos e ingresos que se recibirán del producto al desarrollarlo y lanzarlo al mercado, este punto asegurara si es rentable lanzarlo al mercado, pues se debe asegurar que los precios sean competitivos y se ajusten a la economía de quienes lo adquieran, esto puede variar según la conveniencia es decir por temporadas o la duración de la estadía.

- Mercado potencial

Al realizar el estudio se constató que a pesar de que es accesible para todo público los más interesados en el desarrollo de productos turísticos en base al patrimonio arquitectónico de la ciudad de San Gabriel es la población con un rango de edad de 45 a 49 años de edad. Pues tienen interés en conocer más a profundidad los bienes inmuebles estudiados, además de estar prestos a ser parte de los productos compartiendo su conocimiento como también ofreciendo al turista sus productos elaborados a mano, pues cabe mencionar que en la provincia del Carchi existen muchos artesanos que elaboran productos a mano, esto generaría ingresos a la población y mejoraría la calidad de vida de los mismos.

- Destino turístico

Uno de los objetivos de desarrollo de productos turísticos es posicionarse en el mercado como distintivo y competitivo frente a otro tipo de productos ofreciendo al turista actividades interesantes provocando que el turista pase al menos una noche en la ciudad.

- Principio de sostenibilidad en productos turísticos

Este punto es importante para la conservación del patrimonio arquitectónico de la ciudad, ya que se debe priorizar la conservación y preservación de dichos recursos que forman parte del turismo, pues estos sitios al ser visitados benefician a la población en cuanto a la economía al ámbito social y a la identidad.

4.2. DISCUSIÓN

El propósito de la presente investigación fue evaluar el potencial turístico de la ciudad de San Gabriel para el desarrollo de productos turísticos.

La investigación se caracterizó por tener un enfoque cualitativo, debido a que las variables tanto de potencial turístico como de productos turísticos implican el uso de instrumentos bibliográficos, encuestas, entrevistas y fichas de observación cuali-cualitativos para la recolección y análisis de datos, obtenidos mediante la valoración de los indicadores planteados para cada una de las variables de la investigación.

El tipo de investigación que se aplicó para el desarrollo del proyecto fue: documental, de campo y descriptiva. Estas modalidades permitieron sustentar las variables mediante la revisión de artículos, revistas, etc. y la aplicación de encuestas, entrevistas y fichas de observación para relacionar la variable independiente y dependiente, mediante la idea a defender.

Para la recolección de información del inventario del patrimonio arquitectónico, se realizó el acercamiento al GAD municipal de Montufar, donde el encargado del manejo de bienes patrimoniales facilitó la información correspondiente. Los bienes identificados más atractivos son ocho: Casa Cuasmal, Casa de las Siete Puertas, Cementerio de San Gabriel, Iglesia Matriz, GAD Municipal de Montufar, Parque Gonzales Suárez, Teatro Pio XX y la Casa Museo.

El contacto realizado, arrojó como resultado ocho bienes inmuebles, los cuales se los categorizó como iglesia, museo, teatro, cementerio, parque y casas patrimoniales. Para los que se procedió a elaborar una ficha de observación cuali-cuantitativa para evaluar el potencial turístico y el desarrollo de productos turísticos del patrimonio arquitectónico de la ciudad de San Gabriel.

El diseño de las fichas de observación cuali-cuantitativa para evaluar el potencial turístico se tomó en cuenta el modelo propuesto por Likert L (2011) “Escala de Likert” cuyo objetivo determinar los parámetros requeridos que debe cumplir el potencial turístico del patrimonio arquitectónico de la ciudad de San Gabriel, y al mismo tiempo establecer mecanismos de evaluación del mismo. En el modelo de fichas propuesto para la evaluación del potencial turístico, muestra el análisis de once componentes valorados sobre porcentajes siendo el nivel alto de 100% a 81%, nivel alto 80,99% al 61%, nivel medio 60,99% al 41%, nivel bajo 40,99% al 21% y nivel bajo de 20,99% al 0%, por otro lado se consideró el nivel de calidad de los componentes considerando tres niveles, alta con valor de tres, medio con un valor de dos y baja con valor de uno. Los componentes evaluados fueron el patrimonio arquitectónico, la gastronomía del lugar, las festividades y eventos, actividades recreacionales, vías de acceso, seguridad, salud, servicios básicos, manejos de desechos, servicios turísticos, el consumidor, promoción y comercialización, políticas e instituciones administrativas. Este tipo de fichas de

observación cuali-cuantitativa cubrió el primer objetivo específico planteado en la investigación, sin embargo ninguno de los componentes planteados cuenta con un porcentaje del 100% de potencial turístico, esto quiere decir que los bienes no son aprovechados adecuadamente y por ende los servicios que se ofrece en la localidad no se desarrollan debidamente para el impulso de productos turísticos.

Lo siguiente que se realizó en base a la evaluación del potencial turístico fue realizar una matriz DAFO en la cual se identifica más detalladamente sus puntos débiles y fuerte, es decir sus fortalezas que aunque se encuentren en esa posición deben mejorarse y amplificarse para tener resultados positivos, sus oportunidades este punto es muy importante pues se debe aprovechar y potenciar estas oportunidades para que la ciudad prospere en el ámbito turístico, las debilidades que posee la ciudad de San Gabriel de acuerdo al potencial turístico del patrimonio arquitectónico es cuantioso aunque no se lo evidencia notoriamente, este aspecto debe ser analizado y buscar soluciones para que lo que en estos momentos es una amenaza con el tiempo y una buena gestión turística se convierta en oportunidades para fortalecer el turismo en la localidad, y por ultimo las amenazas en este punto se evidencia que existen lugares turísticos que son más reconocidos a nivel provincial, regional, nacional e internacional y para dar solución a este aspecto se debe trabajar en conjunto entre pobladores de la ciudad, instituciones públicas y privadas y asociaciones para promocionar a la ciudad como lugar turístico mas no como una ciudad de paso de la cual se puede dirigir a atractivos turísticos de la provincia.

Para cumplir con el segundo objetivo de la investigación se aplicó encuestas a la ciudadanía y recolección de información sobre los bienes inmuebles sobre su antigüedad e historia que posee. Las encuestas aplicadas permitieron diagnosticar la situación actual de los bienes patrimoniales es arquitectónicos de la ciudad de San Gabriel y el interés de los habitantes por potenciar a la ciudad como un referente de productos turísticos basados en el patrimonio antes mencionado. Es así que al aplicar las encuestas a los habitantes entre hombres y mujeres con un rango de edad entre los 40 a 54 años de edad manifestaron que a pesar que conocen que su ciudad es un pueblo mágico, no tienen conocimiento sobre su patrimonio arquitectónico, puesto que mayormente las instituciones públicas y privadas han hecho énfasis en promocionar y comercializar los atractivos naturales dejando de lado medianamente el patrimonio. Los ciudadanos mencionaron que los atractivos de estudio hacen parte de su identidad pero hace falta de un plan de conservación que permita que los bienes inmuebles se encuentren en buen estado y funcionalidad para la llegada de visitantes, los habitantes afirman que realizan mingas para dar apoyo a la institución pública en la limpieza o adorno de la ciudad ya que no cuenta con un presupuesto óptimo. La ciudadanía está dispuesta a formar parte de los productos

turísticos del patrimonio arquitectónico de la ciudad de San Gabriel pues podrán ofrecer a los visitantes sus productos o servicios en cuanto a hospedaje, restauración, actividades recreativas, emprendimientos y todo lo que se refiere a una buena atención al cliente.

Por consiguiente para cumplir con el tercer objetivo se empleó una encuesta a los directivos del departamento de turismo de la ciudad de Montufar quienes aportaron con información valiosa basándose principalmente en el ámbito interno y a técnicos en turismo quienes dieron su opinión de forma externa, las personas entrevistadas son profesionales en el área de estudio. Ambas partes coincidieron en que la ciudad de San Gabriel posee atractivos muy valiosos que deberían estar dentro de productos turísticos que lamentablemente no se han desarrollado, pues la entidad pública manifiesta que se está desarrollando un producto turístico natural mas no o que embarque los dos aspectos, es por eso que esta investigación ha abierto la posibilidad de plantear y desarrollar una idea de producto turístico que integre a los atractivos, la oferta y se proyecte a una demanda nacional.

Para cumplir con el cuarto objetivo se llega a la realización de estrategias por medio de la matriz FODA, estas estrategias indican puntos clave para el desarrollo de productos, pues deben tener como objetivo impulsar el patrimonio arquitectónico de la ciudad de San Gabriel, sus características principales es a que publico es dirigido, su tipo, nivel y estructura.

Por último se reúne toda la información recolectada y se llega a la conclusión de que la ciudad de San Gabriel se encuentra en un nivel óptimo para recibir a los visitantes, sin embargo no existen profesionales en el área que guíen a las personas que llegan al lugar y explique su valor histórico de cada una de los bienes inmuebles que se han planteado en esta investigación, se debe realizar capacitaciones a los dueños de los negocios para el servicios al cliente, se necesita más promoción en medios digitales como televisión, radio, revistas, comercio, redes sociales y ferias que incentiven a la visita de las personas a la ciudad. Los productos turísticos que se desarrollen en cuanto al patrimonio arquitectónico debe ser novedosa para para que los consumidores se sientan que este tipo de productos de turismo arquitectónico son interesante y no monótonos, pues encierra la historia de un pueblo y en sus inmuebles aún se inmortaliza esta historia.

V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

Al finalizar la presente investigación sobre la Evaluación del potencial turístico de la ciudad de San Gabriel, cantón Montufar, provincia del Carchi, se ha podido determinar las siguientes conclusiones:

- La evaluación de la ciudad de San Gabriel y su valoración dentro de la escala de Likert permitió identificar que el territorio tiene un 70% de potencialidad turística lo cual permite desarrollar productos turísticos para mejorar la calidad de vida de los habitantes y la economía local. La ciudad de San Gabriel posee gran potencialidad turística de los cuales el patrimonio arquitectónico tiene un porcentaje de 77% lo que representa un nivel alto, y la promoción y comercialización nivel provincial con un 80% dentro de la escala de Likert, lo que manifiesta que la ciudad tiene atractivos interesantes y relevantes para la visita de personas.
- La ciudad presenta atractivos patrimoniales es arquitectónicos diversos, los mismo que necesitan ser desarrollados de mejor manera mediante la implementación de infraestructura y servicios para la elaboración de productos turísticos. Los servidores de la oferta turística necesitan de capacitaciones en atención al cliente para que puedan mejorar su servicio y ser más competentes en el mercado que por consecuencia genere plazas de trabajo.
- Mediante la evaluación del potencial turístico de la ciudad de San Gabriel se pretende involucrar de manera directa a la población y servidores turísticos en el desarrollo de productos, el cual tendrá una visión integral para el desarrollo turístico del patrimonio arquitectónico, el mismo que se orientara a resalta los atractivos del patrimonio inmueble la sustentabilidad social, económica y ambiental de la misma.

5.2. RECOMENDACIONES

- Se recomienda poseer una base de datos en función al catastro turístico que se utilice como sustentáculo y destreza fundamental para conocer con claridad la totalidad y calidad de la planta turística existente para monitorear y evaluar la eficacia de los servicios turísticos.
- Se recomienda desarrollar un plan de marketing que tenga por objetivo la publicidad en medios locales y nacionales que den a conocer a la ciudad de San Gabriel como un destino turístico que posee belleza histórica y conserva bienes inmuebles con su fachada refaccionada pero sin perder su estilo original para desarrollar productos turísticos que tenga por objetivo potenciar el patrimonio arquitectónico de la ciudad de San Gabriel
- Se recomienda que el GAD municipal de Montufar otorgue permisos a los dueños de las casas patrimoniales para que puedan pintar y refaccionar la fachada de las mismas y así sea atrayente a la vista de los visitantes.

VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Amparo Sancho, Dimitrios Buhalis Javier Gallego Jaume Mata Susana Navarro Estefanía Osorio Aurora Pedro Sergio Ramos Paz Ruiz, D. (2018). *Introducción al Turismo OMT Organización Mundial del Turismo*. <https://www.entornoturistico.com/wp-content/uploads/2018/02/Introducción-al-turismo-de-la-OMT.pdf>
- Belén Quintana Navarro, A., & Del Mercado, A. (n.d.). *Dirección de Marketing*. Retrieved June 7, 2021, from www.laformacion.com-www.libroelectronico.net
- Cajal A. (2021, January 1). *Infraestructura turística: ¿qué es y cómo está conformada?* <https://www.lifeder.com/infraestructura-turistica/>
- Chaparro, M. C. (2018). *Patrimonio cultural tangible Retos y estrategias de gestión*. <https://www.ub.edu/cultural/wp-content/uploads/2018/03/Chaparro-Camila.-Patrimonio-cultural-tangible.pdf>
- Chuman M. (2020). planta turistica | Turismo | Energía solar. In *Planta Turística* . <https://es.scribd.com/doc/57604500/planta-turistica>
- Constantino Tancara. (1993). *LA INVESTIGACION DOCUMENTAL*.
- Covarrubias R. (2015). *Evaluación del potencial en municipios turísticos a través de metodologías participativas/ Libros Eumed.net*. <https://www.eumed.net/libros-gratis/2015/1433/index.htm>
- Entorno Turístico Staff. (2016, September 30). *¿Qué son los recursos turísticos y cómo se clasifican?-EntornoTurístico*.<https://www.entornoturistico.com/los-recursos-turisticos-se-clasifican/>
- Escobar Nieves, A., Beltrán Vargas, M., & Bonza Quesada, E. (2017). El potencial de los activos culturales asociados con la actividad turística como factor de desarrollo local en el barrio Getsemaní, Cartagena de Indias. *Turismo y Sociedad*, 21, 107–143. <https://doi.org/10.18601/01207555.n21.06>
- Escobedo C. (2018, March 28). *La importancia de las tendencias en el turismo - Entorno Turístico*. <https://www.entornoturistico.com/la-importancia-de-las-tendencias-en-el-turismo/>

- Escrito Por:, C. R., & Socatelli, M. A. (n.d.). *Extracto del Libro: Mercadeo Aplicado al Turismo. La Comercialización de Servicios-Productos y Destinos Turísticos Sostenibles-Pag. 1 Extracto del Libro: Mercadeo Aplicado al Turismo. La Comercialización de Servicios-Productos y Destinos Turísticos Sosten.*
- Fidias G Arias. (2012). *El Proyecto de Investigación, Introducción a la metodología científica* (Sexta). Episteme.
- GAD Montufar. (2015). Componente Económico Productivo. In *Plan de Ordenamiento Territorial Cantón Montufar* (pp. 162–261). http://www.gadmoutufar.gob.ec/documents/PDOTMONTUFAR2015_2031.pdf
- Gandara, J., Fumi Chim-Miki, A., Domareski Ruiz, T., Augusto Biz, A., Gonçalves Gândara, J., & Biz, A. (2013). La competitividad turística de Foz do Iguaçu según los determinantes del «Integrative Model» de Dwyer & Kim: analizando la estrategia de construcción del futuro. *Cuadernos de Turismo*, 31(31), 105–128. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39825633005>
- Godines, D. (n.d.). *SUPERESTRUCTURA TURISTICA*. Retrieved June 2, 2021, from https://www.academia.edu/20365357/SUPERESTRUCTURA_TURISTICA
- Herrera, H. (2016). Guía Metodológica para proyectos y productos de Turismo Cultural Sustentable. *Revista Arquitectura* +, 1(2), 3–4. <https://doi.org/10.5377/arquitectura.v1i2.9199>
- Hisour. (2016). *HiSoUR Arte Cultura Historia*. Claroscuro. <https://www.hisour.com/es/heritage-tourism-39035/>
- ILAM. (2020). *Patrimonio Cultural*. <https://ilamdir.org/patrimonio/cultural>
- INEC. (2010). *ÁREAS TOTAL HOMBRES MUJERES*.
- INPC. (2012a). *Introducción al Patrimonio Cultural*. <http://www.amevirtual.gob.ec/wp-content/uploads/2017/04/libro-introduccion-al-patrimonio-cultural.compressed-ilovepdf-compressed.pdf>
- INPC. (2012b). *Plan de gestión centro histórico San Gabriel 2012-2016*. https://issuu.com/inpc/docs/plan_de_gestio_n_centro_histo_rico_

- Mamani W. (2016, November 24). *Demanda Turística – turismo*. <https://asesoresenturismoperu.wordpress.com/2016/11/24/demanda-turistica/>
- Mario, R. P. I., & Socatelli, P. (n.d.-a). *Desarrollo de Productos Turísticos*. Retrieved June 7, 2021, from https://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS14/MGTSV-09/semana2/Mercadeo_Turistico_-_LS2.3._Desarrollo_de_Productos_Turisticos.pdf
- Mario, R. P. I., & Socatelli, P. (n.d.-b). *La Competividad en Turismo*.
- Martínez Quintana, M. V., Sanagustín Fons, M. V., & Blanco Gregory, R. (2018). Paisajes culturales como imágenes de destino: percepción y valoración como producto turístico. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 16(4), 873–887. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2018.16.062>
- Matas, A. (2018). *Diseño del formato de escalas tipo Likert: un estado de la cuestión Likert-Type Scale Format Design: State of Art*. 20. <https://doi.org/10.24320/redie.2018.20.1.1347>
- Mendoza Ontiveros, M. M., Ramírez Reyes, J. de J., Ruiz Conde, M. V., Rodríguez Huerta, P., Figueroa Hernández, E., & Zapata Hernández, V. M. (2008). Potencial turístico del patrimonio cultural de la ciudad de Texcoco. *Teoría y Praxis*, 4(5), 389–402. <https://doi.org/10.22403/uqroomx/typ05/26>
- Navarro, D. (2015). Recursos turísticos y atractivos turísticos: conceptualización, clasificación y valoración. *Cuadernos de Turismo*, 35. <https://doi.org/10.6018/turismo.35.221641>
- Parfitt, C. M., Costa Oliveira, A. L., & Blank, D. M. P. (2015). Patrimônio arquitetônico cultural: o caso de Pinheiro Machado/RS. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 13(5), 1113–1127. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2015.13.076>
- Rus Enrique. (2020, December 10). *Investigación de campo - Qué es, definición y concepto / 2021 | Economipedia*. <https://economipedia.com/definiciones/investigacion-de-campo.html>
- Sampieri R. (2014). *Metodología de la Investigación* (Sexta). <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- SECTUR. (n.d.). *Conceptualización Del Potencial Turístico - Libro Gratis*. Retrieved June 2, 2021, from <https://www.eumed.net/libros-gratis/2015/1433/potencial-turistico.htm>

SERNATUR. (2016). *MANUAL DE DESTINOS Elementos para la gestión de Destinos Turísticos*. <https://www.sernatur.cl/wp-content/uploads/2018/11/Manual-de-Destinos-Elementos-para-la-gestión-de-destinos-turisticos-1.pdf>

Thompson Ivan. (2009, September). *DEFINICIÓN DE PRODUCTO*. <https://www.marketing-free.com/producto/definicion-producto.html>

Toselli, C. (2019). Turismo, patrimonio cultural y desarrollo local. Evaluación del potencial turístico de aldeas rurales en la provincia de Entre Ríos, Argentina. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 17(2), 343–361. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2019.17.024>

UNESCO. (2016). *Patrimonio*. <https://es.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/digital-library/cdis/Patrimonio.pdf>

UNESCO. (2020). *Patrimonio Cultural Inmaterial*. <https://es.unesco.org/themes/patrimonio-cultural-inmaterial>

VII. ANEXOS

Anexo 1. Certificado o Acta del Perfil de Investigación



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
FACULTAD DE INDUSTRIAS AGROPECUARIAS Y CIENCIAS AMBIENTALES
CARRERA DE TURISMO Y ECOTURISMO

ACTA

DE LA SUSTENTACIÓN DE PREDEFENSA DEL INFORME DE INVESTIGACIÓN DE:

NOMBRE: MULLO CALLATASIG MELANI VANESSA
NIVEL/PARALELO: 0

CÉDULA DE IDENTIDAD: 1725929507
PERIODO ACADÉMICO: 2021 A

TEMA DE INVESTIGACIÓN: EL POTENCIAL TURÍSTICO DEL PATRIMONIO ARQUITECTÓNICO DE LA CIUDAD DE SAN GABRIEL PARA EL DESARROLLO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS.

Tribunal designado por la dirección de esta Carrera, conformado por:

PRESIDENTE: MSc. GUEVARA GUEVARA ELIZABETH JOSEFINA
LECTOR: MSc. BOLAÑOS TOBAR DENNYS ANDRÉS
ASESOR: MSc. ITURRALDE VALLEJOS JAIME ALEJANDRO

De acuerdo al artículo 21: una vez entregados los requisitos para la realización de la pre-defensa el Director de Carrera integrará el Tribunal de Pre-defensa del informe de investigación, fijando lugar, fecha y hora para la realización de este acta:

EDIFICIO DE AULAS: Virtual **AULA:** Virtual
FECHA: Jueves, 08 de agosto de 2021
HORA: 10H00

Obteniendo las siguientes notas:

1) Sustentación de la predefensa:	4,79
2) Trabajo escrito	2,62
Nota final de PRE DEFENSA	7,41

Por lo tanto: **APRUEBA CON OBSERVACIONES** ; debiendo acatar el siguiente artículo:

Art. 24.- De los estudiantes que aprueban el Plan de Investigación con observaciones. - El estudiante tendrá el plazo de 10 días laborables para proceder a corregir su informe de investigación de conformidad a las observaciones y recomendaciones realizadas por los miembros Tribunal de sustentación de la pre-defensa.

Para constancia del presente, firman en la ciudad de Tulcán el **Jueves, 08 de agosto de 2021**

ELIZABETH JOSEFINA GUEVARA GUEVARA
Firmado digitalmente por ELIZABETH JOSEFINA GUEVARA GUEVARA
MSc. GUEVARA GUEVARA ELIZABETH JOSEFINA
PRESIDENTE

000114280
JAIME ALEJANDRO ITURRALDE VALLEJOS
Firmado digitalmente por 000114280 JAIME ALEJANDRO ITURRALDE VALLEJOS
MSc. ITURRALDE VALLEJOS JAIME ALEJANDRO
TUTOR


DENNYS ANDRÉS BOLAÑOS TOBAR
MSc. BOLAÑOS TOBAR DENNYS ANDRÉS
LECTOR

Adj.: Observaciones y recomendaciones

Anexo 2. Certificado del abstract por parte de idiomas



**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL
DEL CARCHI**

ABSTRACT- EVALUATION SHEET				
NAME: Melani Vanessa Mullo Callatasig		DATE: 18 de agosto de 2021		
TOPIC: "El potencial turístico del patrimonio arquitectónico de la ciudad de San Gabriel para el desarrollo de productos turísticos"				
REMARKS AWARDED	QUANTITATIVE AND QUALITATIVE			
VOCABULARY AND WORD USE	Use new learnt vocabulary and precise words related to the topic	Use a little new vocabulary and some appropriate words related to the topic	Use basic vocabulary and simplistic words related to the topic	Limited vocabulary and inadequate words related to the topic
	EXCELLENT: 2 <input checked="" type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
WRITING COHESION	Clear and logical progression of ideas and supporting paragraphs. <input checked="" type="checkbox"/>	Adequate progression of ideas and supporting paragraphs. <input type="checkbox"/>	Some progression of ideas and supporting paragraphs. <input type="checkbox"/>	Inadequate ideas and supporting paragraphs. <input type="checkbox"/>
	EXCELLENT: 2 <input checked="" type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
ARGUMENT	The message has been communicated very well and identify the type of text <input checked="" type="checkbox"/>	The message has been communicated appropriately and identify the type of text <input type="checkbox"/>	Some of the message has been communicated and the type of text is little confusing <input type="checkbox"/>	The message hasn't been communicated and the type of text is inadequate <input type="checkbox"/>
	EXCELLENT: 2 <input checked="" type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
CREATIVITY	Outstanding flow of ideas and events <input type="checkbox"/>	Good flow of ideas and events <input checked="" type="checkbox"/>	Average flow of ideas and events <input type="checkbox"/>	Poor flow of ideas and events <input type="checkbox"/>
	EXCELLENT: 2 <input type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input checked="" type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
SCIENTIFIC SUSTAINABILITY	Reasonable, specific and supportable opinion or thesis statement <input checked="" type="checkbox"/>	Minor errors when supporting the thesis statement <input checked="" type="checkbox"/>	Some errors when supporting the thesis statement <input type="checkbox"/>	Lots of errors when supporting the thesis statement <input type="checkbox"/>
	EXCELLENT: 2 <input checked="" type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input checked="" type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
TOTAL/AVERAGE	9 - 10: EXCELLENT 7 - 8,9: GOOD 5 - 6,9: AVERAGE 0 - 4,9: LIMITED			
	TOTAL 9			



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI

Informe sobre el Abstract de Artículo Científico o Investigación.

Autor: Melani Vanessa Mullo Callatasig

Fecha de recepción del abstract: 18 de agosto de 2021

Fecha de entrega del informe: 18 de agosto de 2021

El presente informe validará la traducción del idioma español al inglés si alcanza un porcentaje de: 9 – 10 Excelente.

Si la traducción no está dentro de los parámetros de 9 – 10, el autor deberá realizar las observaciones presentadas en el ABSTRACT, para su posterior presentación y aprobación.

Observaciones:

Después de realizar la revisión del presente abstract, éste presenta una apropiada traducción sobre el tema planteado en el idioma inglés. Según los rubrics de evaluación de la traducción en inglés, ésta alcanza un valor de 9, por lo cual se valida dicho trabajo.

Atentamente



EDISON BOMBERGER
PEÑAFIEL ARCOS

Ing. Edison Peñafiel Arcos MSc
Coordinador del CIDEN

Anexo 3. Encuesta aplicada a la población

Proyecto de titulación denominado “El potencial turístico del patrimonio arquitectónico de la Ciudad de San Gabriel para el desarrollo de productos turísticos”

Cód. Instrumento 001

ENCUESTA

Dirigida a los habitantes de la Ciudad de San Gabriel.

Objetivo: Diagnosticar la situación actual de los bienes patrimoniales arquitectónicos más destacados de la ciudad de San Gabriel para su evaluación mediante la aplicación de instrumentos de investigación.

Cuestionario:

1. **Sexo:** Femenino _____ Masculino _____

2. Edad _____

3. ¿Considera usted que la ciudad de San Gabriel posee una arquitectura relevante, histórica y estéticamente favorable?

SI	
NO	

4. ¿Qué nivel de importancia le daría a los recursos patrimoniales arquitectónicos dentro del turismo?

Recursos Patrimoniales	Muy importante	Bastante importante	Algo importante	Poco importante	Nada importante	No responde
Parque Gonzales Suarez						
Cementerio de San Gabriel						
Teatro Pio XII						
Iglesia Matriz de San Gabriel						
Casa Cuasmal						
Casa de las Siete Puertas						
Casona Municipal						
Casa Museo						

5. ¿De los siguientes bienes inmuebles que posee la ciudad de San Gabriel cual tiene mayor relevancia dentro de su identidad?

Recursos Patrimoniales	X
Parque Gonzales Suarez	
Cementerio de San Gabriel	
Teatro Pio XII	
Iglesia Matriz de San Gabriel	
Casa Cuasmal	
Casa de las Siete Puertas	
Casona Municipal	
Casa Museo	

6. ¿Qué necesidades se deberían cumplir con mayor énfasis según su perspectiva para incentivar la actividad turística?

Necesidades Para Incentivo Actividad Turística	X
Obra de hoteles y restaurantes	
Optimizar los lugares recreativos	
Reparar infraestructura	
Arreglo y limpieza de edificaciones patrimoniales	
Mejorar los servicios de atención al cliente	
Más apoyo gubernativo	
Inversionistas	
Producto turísticos que contenga el Patrimonio de la ciudad de San Gabriel	

7. Marque la casilla que considere según su criterio sobre la evaluación de servicios

Servicio	Muy bueno	Bueno	Regular	Malo	Muy malo
Servicio					
Señalización					
Vialidad (transporte)					
Seguridad					
Estacionamiento					
Servicios básicos					
Mantenimiento y conservación					
Hospitalidad de la gente					
Clima					
Costos					

8. ¿Los atractivos antes mencionados contienen información necesaria para que usted pueda interpretar su valor patrimonial?

Recursos Patrimoniales	SI	NO	Ns/ Nc
Parque Gonzales Suarez			
Cementerio de San Gabriel			
Teatro Pio XII			
Iglesia Matriz de San Gabriel			
Casa Cuasmal			
Casa de las Siete Puertas			
Casona Municipal			
Casa Museo			

9. En qué medida está de acuerdo con los siguientes enunciados en relación con el Patrimonio Arquitectónico de su lugar de residencia.

Siendo 1= nada de acuerdo y 4= totalmente de acuerdo

- c) Creo que la preocupación por este tipo de patrimonio es un indicador del nivel y la calidad de vida de la sociedad en la que vivo.

Opción de respuesta	X
Nada de acuerdo	
Poco de acuerdo	
De acuerdo	
Totalmente de acuerdo	

- d) La participación activa de los habitantes dentro del patrimonio arquitectónico como visitas a museos, casas patrimoniales, iglesias, parques y teatro es muy importante.

Opción de respuesta	X
Nada de acuerdo	
Poco de acuerdo	
De acuerdo	
Totalmente de acuerdo	

10. ¿Por qué considera usted que el turismo arquitectónico no se ha desarrollado de una manera más amplia?

Opción de respuesta	X
El patrimonio importa muy poco a la sociedad	
Tenemos un escaso nivel de conocimiento de nuestro Patrimonio Arquitectónico	
Consideramos que es responsabilidad única de las Administraciones Públicas	
No existe productos turísticos impulsados por las Administraciones Publicas	

Anexo 4. Entrevista a Funcionarios y/o técnicos en Turismo

Proyecto de titulación denominado “El potencial turístico del patrimonio arquitectónico de la Ciudad de San Gabriel para el desarrollo de productos turísticos”

Cód. Instrumento 002

ENTREVISTA

Dirigida a los funcionarios de los departamentos de Turismo, Patrimonio y Cultura del GAD municipal de Montufar.

Objetivo: Determinar los factores que inciden en el desarrollo de productos turísticos del patrimonio arquitectónico para el aprovechamiento del potencial turístico.

Datos del Entrevistado

Nombre: _____



Cargo: _____

Título Profesional / Cargo: _____

Cuestionario:

1. ¿Cuál es la importancia actual que se le da al turismo en la provincia del Carchi, específicamente en la ciudad de San Gabriel?
2. ¿Según su opinión la población de San Gabriel esta sensibilizada en torno al turismo patrimonial arquitectónico?
3. ¿Cómo cree usted que la población pueda aportar al desarrollo de productos turísticos?
4. ¿Qué atributos debería tener un producto turístico?
5. ¿Considera usted que los productos turísticos relacionados al patrimonio arquitectónico de la Ciudad de San Gabriel tendría acogida a nivel provincial y nacional?
6. ¿De qué manera se trabajaría de una manera sustentable con los productos turísticos?
7. ¿Qué gestión debería realizar los organismos públicos y privados para facilitar la venta de servicios que componen el producto turístico?
8. ¿Qué tipo de demanda adquirirán un producto turístico basado en el patrimonio arquitectónico?
9. ¿Qué tipo de estrategias se aplicarían para que la Ciudad de San Gabriel se convierta en competencia turística?
10. ¿Qué resultados se esperaría de la creación de producto turístico en la Ciudad de San Gabriel?

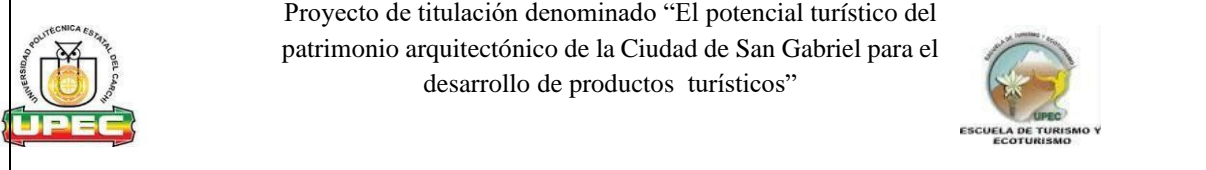
Anexo 5. Ficha de Observación cuali-cuantitativas componente Patrimonio Arquitectónico

	Proyecto de titulación denominado “El potencial turístico del patrimonio arquitectónico de la Ciudad de San Gabriel para el desarrollo de productos turísticos”	
---	---	---

FICHAS DE OBSERVACIÓN COMPONENTE PATRIMONIO ARQUITECTÓNICO			
CÓDIGO: C.P.A.			
Ficha de observación N°:			
Atractivo:			
Indicadores	Criterios	Evaluación	Valor
Ambiente limpio	No existe evidencia de residuos en un radio de hectárea dentro del atractivo.	Máxima	3
	Se encuentra al menos cinco desechos en un radio de la hectárea baja dentro del atractivo.	Media	2
	Se encuentra más de cinco residuos dentro del radio de la hectárea del atractivo.	Baja	1
Participación de la comunidad en el mantenimiento del lugar	La comunidad asiste a más de cuatro mingas al año	Máxima	3
	La comunidad asiste de una a tres mingas a año	Media	2
	La comunidad no asiste a ninguna minga al año	Baja	1
Accesibilidad a todo tipo de personas	Accesibilidad universal	Máxima	3
	Accesibilidad restringida	Media	2
	Accesibilidad dificultosa	Baja	1
Guías	Guías permanentes	Máxima	3
	Guías casuales	Media	2
	No hay guías	Baja	1
Conectividad	Existe conectividad en todo el lugar	Máxima	3
	La conectividad fija y de celular es óptima	Media	2
	No existe conectividad	Baja	1
información del atractivo por internet	Existe mínimo quince enlaces directos sobre información del atractivo	Máxima	3
	Existe menos de diez a cinco enlaces directos sobre información del atractivo	Media	2
	Existe de cuatro a cero enlaces directos sobre información del atractivo.	Baja	1
Asociación con otros atractivos	Se comprueba la existencia de más de cinco atractivos naturales y culturales ubicados a 1 km a la redonda del territorio en estudio.	Máxima	3
	Se comprueba la existencia de cuatro a tres atractivos naturales y culturales ubicados a 1km a la redonda del territorio en estudio.	Media	2
	Se comprueba la existencia de dos a ningún atractivo naturales y culturales ubicados a 1km a la redonda del territorio en estudio.	Baja	1
Seguridad	Se cuenta con un guardia de seguridad, botiquín y persona capacitada en primeros auxilios	Máxima	3
	Existe por lo menos un guardia de seguridad y un botiquín	Media	2
	Existe solo un guardia de seguridad	Baja	1
Infraestructura de apoyo	El lugar cuenta con toda la infraestructura de apoyo antes mencionada	Máxima	3
	El lugar cuenta con la mitad de la infraestructura de apoyo antes mencionada	Media	2



		El lugar cuenta no cuenta con ninguna infraestructura de apoyo antes mencionada	Baja	1
Servicio de transporte y parqueadero	de y	Ingresa todo tipo de vehículo, y existe parqueadero para todo tipo de vehículo	Máxima	3
		Solo puede ingresar vehículos 4 x 4, camiones y camionetas, existe parqueadero solo para vehículos pequeños	Media	2
		Solo se puede ingresar a pie y no existe parqueadero.	Baja	1
Servicio alojamiento	de	En la ciudad de San Gabriel se encuentran más de cinco alojamientos.	Máxima	3
		En la ciudad de San Gabriel se encuentra de cuatro a dos alojamientos.	Media	2
		En la ciudad de San Gabriel se encuentra de unos a cero alojamientos.	Baja	1
Servicio restauración	de	La ciudad de San Gabriel cuenta con más de cinco restaurantes	Máxima	3
		La ciudad de San Gabriel cuenta con menos de cinco restaurantes	Media	2
		La ciudad de San Gabriel cuenta con uno o ningún restaurante	Baja	1
TOTAL				
OBSERVACIONES:				

Anexo 6. Ficha de Observación cuali-cuantitativas componente Gastronómico

			
Proyecto de titulación denominado “El potencial turístico del patrimonio arquitectónico de la Ciudad de San Gabriel para el desarrollo de productos turísticos”			
FICHAS DE OBSERVACIÓN COMPONENTE GASTRONÓMICO			
CÓDIGO: C.G.			
Ficha de observación N°:			
Platillo gastronómico:			
Indicadores	Criterios	Evaluación	Valor
Contenido gastronómico	Solo se lo oferta en el lugar de estudio	Máxima	3
	Es un platillo regional	Media	2
	Se lo oferta en todo lugar	Baja	1
Promoción gastronómica	Se lo oferta permanentemente	Máxima	3
	Se lo oferta ocasionalmente	Media	2
	Es muy difícil encontrar el platillo	Baja	1
Accesibilidad a todo tipo de personas	Accesibilidad universal	Máxima	3
	Accesibilidad restringida	Media	2
	Accesibilidad dificultosa	Baja	1
Conectividad	Existe conectividad en todo el lugar	Máxima	3
	La conectividad fija y de celular es óptima	Media	2
	No existe conectividad	Baja	1
Información por internet	Existe mínimo quince enlaces directos sobre información	Máxima	3
	Existe menos de diez a cinco enlaces directos sobre información	Media	2
	Existe de cuatro a cero enlaces directos sobre información	Baja	1
Asociación con otros atractivos	Se comprueba la existencia de más de cinco atractivos naturales y culturales ubicados a 1km a la redonda del territorio en estudio.	Máxima	3
	Se comprueba la existencia de cuatro a tres atractivos naturales y culturales ubicados a 1km a la redonda del territorio en estudio.	Media	2
	Se comprueba la existencia de dos a ningún atractivo natural y cultural ubicado a 1 km a la redonda del territorio en estudio.	Baja	1
Seguridad	Se cuenta con un guardia de seguridad, botiquín y persona capacitada en primeros auxilios	Máxima	3
	Existe por lo menos un guardia de seguridad y un botiquín	Media	2
	Existe solo un guardia de seguridad	Baja	1
Señalética y movilidad	Si cuenta con señalización interna y externa	Máxima	3
	Cuenta solo con señalización interna	Media	2
	No cuenta con señalización	Baja	1
	El lugar cuenta con toda la infraestructura de apoyo antes mencionada	Máxima	3



Infraestructura de apoyo		El lugar cuenta con la mitad de la infraestructura de apoyo antes mencionada	Media	2
		El lugar cuenta no cuenta con ninguna infraestructura de apoyo antes mencionada	Baja	1
Servicio de transporte y parqueadero		Ingresa todo tipo de vehículo, y existe parqueadero para todo tipo de vehículo	Máxima	3
		Solo puede ingresar vehículos 4 x 4, camiones y camionetas, existe parqueadero solo para vehículos pequeños	Media	2
		Solo se puede ingresar a pie y no existe parqueadero.	Baja	1
Servicio de alojamiento		En la ciudad de San Gabriel se encuentran más de cinco alojamientos.	Máxima	3
		En la ciudad de San Gabriel se encuentra de cuatro a dos alojamientos.	Media	2
		En la ciudad de San Gabriel se encuentra de unos a cero alojamientos.	Baja	1
TOTAL				
OBSERVACIONES:				

Anexo 7. Ficha de Observación cuali-cuantitativas componente Festividades y Eventos

 <p style="text-align: center;">Proyecto de titulación denominado “El potencial turístico del patrimonio arquitectónico de la Ciudad de San Gabriel para el desarrollo de productos turísticos”</p> 			
FICHAS DE OBSERVACIÓN COMPONENTE FESTIVIDADES Y EVENTOS			
CÓDIGO: C.F.E.			
Ficha de observación N°:			
Festividad o evento:			
Indicadores	Criterios	Evaluación	Valor
Alcance de festividades y eventos	Visitantes internacionales	Máxima	3
	Visitantes nacionales	Media	2
	Visitantes locales	Baja	1
Promoción gastronómica	Se lo oferta permanentemente	Máxima	3
	Se lo oferta ocasionalmente	Media	2
	Es muy difícil encontrar el platillo	Baja	1
Accesibilidad a todo tipo de personas	Accesibilidad universal	Máxima	3
	Accesibilidad restringida	Media	2
	Accesibilidad dificultosa	Baja	1
Conectividad	Existe conectividad en todo el lugar	Máxima	3
	La conectividad fija y de celular es óptima	Media	2
	No existe conectividad	Baja	1
Información por internet	Existe mínimo quince enlaces directos sobre información	Máxima	3
	Existe menos de diez a cinco enlaces directos sobre información	Media	2
	Existe de cuatro a cero enlaces directos sobre información	Baja	1
Asociación con otros atractivos	Se comprueba la existencia de más de cinco atractivos naturales y culturales ubicados a 1km a la redonda del territorio en estudio.	Máxima	3
	Se comprueba la existencia de cuatro a tres atractivos naturales y culturales ubicados a 1km a la redonda del territorio en estudio.	Media	2
	Se comprueba la existencia de dos a ningún atractivo natural y cultural ubicado a 1 km a la redonda del territorio en estudio.	Baja	1
Seguridad	Se cuenta con un guardia de seguridad, botiquín y persona capacitada en primeros auxilios	Máxima	3
	Existe por lo menos un guardia de seguridad y un botiquín	Media	2
	Existe solo un guardia de seguridad	Baja	1
Señalética y movilidad	Si cuenta con señalización interna y externa	Máxima	3
	Cuenta solo con señalización interna	Media	2
	No cuenta con señalización	Baja	1
	El lugar cuenta con toda la infraestructura de apoyo antes mencionada	Máxima	3

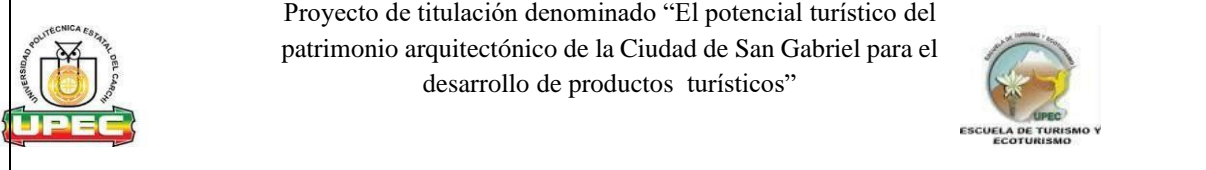
Infraestructura de apoyo	de	El lugar cuenta con la mitad de la infraestructura de apoyo antes mencionada	Media	2
		El lugar cuenta no cuenta con ninguna infraestructura de apoyo antes mencionada	Baja	1
Servicio de transporte y parqueadero	de y	Ingresa todo tipo de vehículo, y existe parqueadero para todo tipo de vehículo	Máxima	3
		Solo puede ingresar vehículos 4 x 4, camiones y camionetas, existe parqueadero solo para vehículos pequeños	Media	2
		Solo se puede ingresar a pie y no existe parqueadero.	Baja	1
Servicio de alojamiento	de	En la ciudad de San Gabriel se encuentran más de cinco alojamientos.	Máxima	3
		En la ciudad de San Gabriel se encuentra de cuatro a dos alojamientos.	Media	2
		En la ciudad de San Gabriel se encuentra de unos a cero alojamientos.	Baja	1
TOTAL				
OBSERVACIONES:				

Anexo 8. Ficha de Observación cuali-cuantitativas componente Actividades Recreacionales

 Proyecto de titulación denominado “El potencial turístico del patrimonio arquitectónico de la Ciudad de San Gabriel para el desarrollo de productos turísticos” 			
FICHAS DE OBSERVACIÓN COMPONENTE ACTIVIDADES RECREACIONALES			
CÓDIGO: C.A.R.			
Ficha de observación N°:			
Actividad:			
Indicadores	Cráterios	Evaluación	Valor
Alcance de festividades y eventos	Visitantes internacionales	Máxima	3
	Visitantes nacionales	Media	2
	Visitantes locales	Baja	1
Ambiente limpio	No existe evidencia de residuos en un radio de hectárea	Máxima	3
	Se encuentra al menos cinco desechos en un radio de la hectárea	Media	2
	Se encuentra más de cinco residuos dentro del radio de la hectárea	Baja	1
Participación de la comunidad en el mantenimiento del lugar	La comunidad asiste a más de cuatro mingas al año	Máxima	3
	La comunidad asiste de una a tres mingas a año	Media	2
	La comunidad no asiste a ninguna minga al año	Baja	1
Accesibilidad a todo tipo de personas	Accesibilidad universal	Máxima	3
	Accesibilidad restringida	Media	2
	Accesibilidad dificultosa	Baja	1
Guías	Guías permanentes	Máxima	3
	Guías casuales	Media	2
	No hay guías	Baja	1
Conectividad	Existe conectividad en todo el lugar	Máxima	3
	La conectividad fija y de celular es óptima	Media	2
	No existe conectividad	Baja	1
Información del atractivo por internet	Existe mínimo quince enlaces directos sobre información del atractivo	Máxima	3
	Existe menos de diez a cinco enlaces directos sobre información del atractivo	Media	2
	Existe de cuatro a cero enlaces directos sobre información del atractivo.	Baja	1
Asociación con otros atractivos	Se comprueba la existencia de más de cinco atractivos naturales y culturales ubicados a 1km a la redonda del territorio en estudio.	Máxima	3
	Se comprueba la existencia de cuatro a tres atractivos naturales y culturales ubicados a 1km a la redonda del territorio en estudio.	Media	2
	Se comprueba la existencia de dos a ningún atractivo naturales y culturales ubicados a 1km a la redonda del territorio en estudio.	Baja	1
	Se cuenta con un guardia de seguridad, botiquín y persona capacitada en primeros auxilios	Máxima	3

Seguridad	Existe por lo menos un guardia de seguridad y un botiquín	Media	2
	Existe solo un guardia de seguridad	Baja	1
Señalética y movilidad	Si cuenta con señalización interna y externa	Máxima	3
	Cuenta solo con señalización interna	Media	2
	No cuenta con señalización	Baja	1
Infraestructura de apoyo	El lugar cuenta con toda la infraestructura de apoyo antes mencionada	Máxima	3
	El lugar cuenta con la mitad de la infraestructura de apoyo antes mencionada	Media	2
	El lugar cuenta no cuenta con ninguna infraestructura de apoyo antes mencionada	Baja	1
Servicio de transporte y parqueadero	Ingresa todo tipo de vehículo, y existe parqueadero para todo tipo de vehículo	Máxima	3
	Solo puede ingresar vehículos 4 x 4, camiones y camionetas, existe parqueadero solo para vehículos pequeños	Media	2
	Solo se puede ingresar a pie y no existe parqueadero.	Baja	1
Servicio de alojamiento	En la ciudad de San Gabriel se encuentran más de cinco alojamientos.	Máxima	3
	En la ciudad de San Gabriel se encuentra de cuatro a dos alojamientos.	Media	2
	En la ciudad de San Gabriel se encuentra de unos a cero alojamientos.	Baja	1
Servicio de restauración	La ciudad de San Gabriel cuenta con más de cinco restaurantes	Máxima	3
	La ciudad de San Gabriel cuenta con menos de cinco restaurantes	Media	2
	La ciudad de San Gabriel cuenta con uno o ningún restaurante	Baja	1
TOTAL			
OBSERVACIONES:			

Anexo 9. Ficha de Observación cuali-cuantitativas componente Vías de Acceso

			
Proyecto de titulación denominado “El potencial turístico del patrimonio arquitectónico de la Ciudad de San Gabriel para el desarrollo de productos turísticos”			
FICHAS DE OBSERVACIÓN COMPONENTE VÍAS DE ACCESO			
CÓDIGO: C.V.A.			
Ficha de observación N°:			
Vía:			
Indicadores	Criterios	Evaluación	Valor
Tipo de vías que se encuentran en la ciudad de San Gabriel	Contiene vías arteriales y de primer orden	Máxima	3
	Contiene vías intermunicipales o de segundo orden	Media	2
	Contiene vías de tercer orden	Baja	1
Condiciones generales de las vías	Las vías no presentan congestión, son seguras, tienen señalización, tienen mantenimiento y cuenta con paraderos.	Máxima	3
	Las vías cuentan con al menos tres características mencionadas	Media	2
	Las vías cuentan con dos o ninguna de las características mencionadas.	Baja	1
Tipo de transporte	Ingresa transporte público y privado	Máxima	3
	Ingresa solo un tipo de transporte: público o privado	Media	2
	No ingresa ningún tipo de transporte	Baja	1
Zonas de cruzamientos	Cuenta con 4 zonas: aceras, paso cebra, semáforos y puente peatonal	Máxima	3
	Cuenta con 2 a 3 zonas: aceras, paso cebra, semáforos y puente peatonal	Media	2
	Cuenta con 1 zona: aceras, paso cebra, semáforos y puente peatonal	Baja	1
Conectividad con vías arteriales	Se conecta a más de tres vías de primer orden	Máxima	3
	Se conecta con dos vías de primer orden	Media	2
	No tiene ninguna conexión	Baja	1
Seguridad vial	La carretera cuenta con un sistema de atención de emergencias	Máxima	3
	La carretera tiene conectividad para llamar a emergencias	Media	2
	No tiene ninguna conectividad	Baja	1
Puntos de descanso	Se encuentra puntos de descanso: baterías sanitarias, cafeterías y tiendas	Máxima	3
	Se encuentra al menos dos puntos de descanso	Media	2
	Cuenta con uno o ningún puntos de descanso	Baja	1
Conectividad	Existe conectividad en todo el lugar	Máxima	3
	La conectividad fija y de celular es óptima	Media	2
	No existe conectividad	Baja	1
Señalética y movilidad	Si cuenta con señalización interna y externa	Máxima	3
	Cuenta solo con señalización interna	Media	2
	No cuenta con señalización	Baja	1
	El lugar cuenta con toda la infraestructura de apoyo antes mencionada	Máxima	3

Infraestructura de apoyo	El lugar cuenta con la mitad de la infraestructura de apoyo antes mencionada	Media	2
	El lugar cuenta no cuenta con ninguna infraestructura de apoyo antes mencionada	Baja	1
TOTAL			
OBSERVACIONES:			



Anexo 10. Ficha de Observación cuali-cuantitativas componente Seguridad

	Proyecto de titulación denominado “El potencial turístico del patrimonio arquitectónico de la Ciudad de San Gabriel para el desarrollo de productos turísticos”		
FICHAS DE OBSERVACIÓN COMPONENTE SEGURIDAD			
CÓDIGO: CC.S.S.SB.MD.			
Ficha de observación N°:			
Indicadores	Criterios	Evaluación	Valor
Vigilancia permanente	Cuenta con UPC	Máxima	3
	El circuito de vigilancia se encuentra en otra parroquia	Media	2
	No tiene un sistema de seguridad	Baja	1
Conectividad	Existe conectividad en todo el lugar al UPC	Máxima	3
	La conectividad fija y de celular es óptima al UPC	Media	2
	No existe conectividad al UPC	Baja	1
Señalética y movilidad	Si cuenta con señalización interna y externa de ubicación al UPC	Máxima	3
	Cuenta solo con señalización interna a la ubicación del UPC	Media	2
	No cuenta con señalización la ubicación del UPC	Baja	1
Seguridad	Se cuenta con un guardia de seguridad, botiquín y persona capacitada en primeros auxilios	Máxima	3
	Existe por lo menos un guardia de seguridad y un botiquín	Media	2
	Existe solo un guardia de seguridad	Baja	1
Servicio de transporte y parqueadero	Ingresa todo tipo de vehículo, y existe parqueadero para todo tipo de vehículo	Máxima	3
	Solo puede ingresar vehículos 4 x 4, camiones y camionetas, existe parqueadero solo para vehículos pequeños	Media	2
	Solo se puede ingresar a pie y no existe parqueadero.	Baja	1
TOTAL			
OBSERVACIONES:			



Anexo 11. Ficha de Observación cuali-cuantitativas componente Salud

Indicadores		Criterios	Evaluación	Valor
Servicio de salud pública		Cuenta con un hospital	Máxima	3
		Cuenta con un centro de salud	Media	2
		No cuenta con ningún servicio de salud pública	Baja	1
Centros médicos privados		Cuenta con más de cinco centros médicos en la ciudad de San Gabriel	Máxima	3
		Cuenta con menos de centros consultorios médicos en la ciudad de San Gabriel	Media	2
		No existe centros médicos en la ciudad de San Gabriel	Baja	1
Señalética y movilidad		Si cuenta con señalización interna y externa de ubicación a los centros o consultorios médicos	Máxima	3
		Cuenta solo con señalización interna a la a los centros o consultorios médicos	Media	2
		No cuenta con señalización la ubicación a los centros o consultorios médicos	Baja	1
Seguridad		Se cuenta con un guardia de seguridad, botiquín y persona capacitada en primeros auxilios	Máxima	3
		Existe por lo menos un guardia de seguridad y un botiquín	Media	2
		Existe solo un guardia de seguridad	Baja	1
Servicio de transporte y parqueadero		Ingresa todo tipo de vehículo, y existe parqueadero para todo tipo de vehículo	Máxima	3
		Solo puede ingresar vehículos 4 x 4, camiones y camionetas, existe parqueadero solo para vehículos pequeños	Media	2
		Solo se puede ingresar a pie y no existe parqueadero.	Baja	1
			TOTAL	
OBSERVACIONES:				



Anexo 12. Ficha de Observación cuali-cuantitativas componente Servicios Básicos

	Proyecto de titulación denominado “El potencial turístico del patrimonio arquitectónico de la Ciudad de San Gabriel para el desarrollo de productos turísticos”		
FICHAS DE OBSERVACIÓN COMPONENTE SERVICIOS BÁSICOS			
CÓDIGO: CC.S.S.SB.MD.			
Ficha de observación N°:			
Indicadores	Criterios	Evaluación	Valor
Servicios básicos	Cuenta con agua, luz, alcantarillado y telecomunicación entre el 80 al 100 % de la población	Máxima	3
	Cuenta con agua, luz, alcantarillado y telecomunicación entre el 50 al 79 % de la población	Media	2
	Cuenta con agua, luz, alcantarillado y telecomunicación menos del 50% de la población	Baja	1
Señalética y movilidad	Si cuenta con señalización interna y externa de ubicación de servicios básicos	Máxima	3
	Cuenta solo con señalización interna a la a los servicios básicos	Media	2
	No cuenta con señalización la ubicación a los servicios básicos	Baja	1
Conectividad	Existe conectividad en todo el lugar con los proveedores de servicio básico	Máxima	3
	La conectividad fija y de celular es óptima con los proveedores de servicio básico	Media	2
	No existe conectividad con los proveedores de servicio básico	Baja	1
TOTAL			
OBSERVACIONES:;			



Anexo 13. Ficha de Observación cuali-cuantitativas componente Recolección de Desechos

		Proyecto de titulación denominado “El potencial turístico del patrimonio arquitectónico de la Ciudad de San Gabriel para el desarrollo de productos turísticos”			
FICHAS DE OBSERVACIÓN COMPONENTE RECOLECCIÓN DE DESECHOS					
CÓDIGO: CC.S.S.SB.MD.					
Ficha de observación N°:					
Indicadores	de	Criterios	Evaluación	Valor	
Recolección desechos	de	El recolector de basura pasa tres veces a la semana	Máxima	3	
		El recolector de basura pasa dos veces a la semana	Media	2	
		El recolector de basura pasa una vez a la semana	Baja	1	
Señalética movilidad	y	Si cuenta con señalización interna y externa sobre el manejo de desperdicios	Máxima	3	
		Cuenta solo con señalización interna a sobre el manejo de desperdicios	Media	2	
		No cuenta con señalización sobre el manejo de desperdicios	Baja	1	
Conectividad		Existe conectividad en todo el lugar con el personal que realiza el servicio	Máxima	3	
		La conectividad fija y de celular es óptima con el personal que realiza el servicio	Media	2	
		No existe conectividad con el personal que realiza el servicio	Baja	1	
TOTAL					
OBSERVACIONES:					

Anexo 14. Ficha de Observación cuali-cuantitativas componente Alojamiento

		Proyecto de titulación denominado “El potencial turístico del patrimonio arquitectónico de la Ciudad de San Gabriel para el desarrollo de productos turísticos”			
FICHAS DE OBSERVACIÓN COMPONENTE ALOJAMIENTO					
CÓDIGO: C.S.T.					
Ficha de observación N°:					
Alojamiento:					
Indicadores		Criterios		Evaluación	Valor
Servicio de alojamiento		En la ciudad de San Gabriel se encuentran más de cinco alojamientos.		Máxima	3
		En la ciudad de San Gabriel se encuentra de cuatro a dos alojamientos.		Media	2
		En la ciudad de San Gabriel se encuentra de unos a cero alojamientos.		Baja	1
Servicio de transporte y parqueadero		Ingresa todo tipo de vehículo, y existe parqueadero para todo tipo de vehículo		Máxima	3
		Solo puede ingresar vehículos 4 x 4, camiones y camionetas, existe parqueadero solo para vehículos pequeños		Media	2
		Solo se puede ingresar a pie y no existe parqueadero.		Baja	1
Plazas de empleo		Cuenta con más del 80% de empleo local		Máxima	3
		Cuenta con más del 50% de empleo local		Media	2
		Cuenta con menos del 49% de empleo local		Baja	1
Conectividad		Existe conectividad en todo el lugar		Máxima	3
		La conectividad fija y de celular es óptima		Media	2
		No existe conectividad		Baja	1
Señalética y movilidad		Si cuenta con señalización interna y externa		Máxima	3
		Cuenta solo con señalización interna		Media	2
		No cuenta con señalización		Baja	1
Seguridad		Se cuenta con un guardia de seguridad, botiquín y persona capacitada en primeros auxilios		Máxima	3
		Existe por lo menos un guardia de seguridad y un botiquín		Media	2
		Existe solo un guardia de seguridad		Baja	1
TOTAL					
OBSERVACIONES:					



Anexo 15. Ficha de Observación cuali-cuantitativas componente Restauración

		Proyecto de titulación denominado “El potencial turístico del patrimonio arquitectónico de la Ciudad de San Gabriel para el desarrollo de productos turísticos”			
FICHAS DE OBSERVACIÓN COMPONENTE RESTAURACIÓN					
CÓDIGO: C.S.T.					
Ficha de observación N°:					
Restaurante:					
Indicadores		Criterios		Evaluación	Valor
Servicio de restauración	de	La ciudad de San Gabriel cuenta con más de cinco restaurantes		Máxima	3
		La ciudad de San Gabriel cuenta con menos de cinco restaurantes		Media	2
		La ciudad de San Gabriel cuenta con uno o ningún restaurante		Baja	1
Servicio de transporte y parqueadero	de	Ingresa todo tipo de vehículo, y existe parqueadero para todo tipo de vehículo		Máxima	3
	y	Solo puede ingresar vehículos 4 x 4, camiones y camionetas, existe parqueadero solo para vehículos pequeños		Media	2
		Solo se puede ingresar a pie y no existe parqueadero.		Baja	1
Plazas de empleo		Cuenta con más del 80% de empleo local		Máxima	3
		Cuenta con más del 50% de empleo local		Media	2
		Cuenta con menos del 49% de empleo local		Baja	1
Conectividad		Existe conectividad en todo el lugar		Máxima	3
		La conectividad fija y de celular es óptima		Media	2
		No existe conectividad		Baja	1
Señalética y movilidad		Si cuenta con señalización interna y externa		Máxima	3
		Cuenta solo con señalización interna		Media	2
		No cuenta con señalización		Baja	1
Seguridad		Se cuenta con un guardia de seguridad, botiquín y persona capacitada en primeros auxilios		Máxima	3
		Existe por lo menos un guardia de seguridad y un botiquín		Media	2
		Existe solo un guardia de seguridad		Baja	1
TOTAL					
OBSERVACIONES:					

Anexo 16. Ficha de Observación cuali-cuantitativas componente Consumidor

 <p style="text-align: center;">Proyecto de titulación denominado “El potencial turístico del patrimonio arquitectónico de la Ciudad de San Gabriel para el desarrollo de productos turísticos”</p> 			
FICHAS DE OBSERVACIÓN COMPONENTE CONSUMIDOR			
CÓDIGO: C.CONS.			
Ficha de observación N°:			
Agencia o asociación de turismo:			
Indicadores	Criterios	Evaluación	Valor
Tipo de operación turística	Existen agencias de viajes y asociaciones que contribuyan al turismo.	Máxima	3
	Existen uno de los tipos de operación turística: agencias de viajes o asociaciones que contribuyan al turismo.	Media	2
	No existe ningún tipo de operación turística por parte de agencias de viajes o asociaciones turísticas.	Baja	1
Conformación del grupo de visitantes	Llegan en grupo, pareja e individual	Máxima	3
	Llegan solo de forma grupal y en pareja	Media	2
	Llegan solo de forma individual	Baja	1
Según su género	50% mujeres 50% hombres	Máxima	3
	75% mujeres y 24% hombres	Media	2
	25% mujeres y 75% hombres	Baja	1
Según el rango de edad	Según el rango de edad apto para todo grupo de edad	Máxima	3
	Exclusivo para niños, jóvenes y adultos	Media	2
	Exclusivo para adultos y jóvenes	Baja	1
Frecuencia de visita al territorio	Visitan los atractivos más de cinco veces al año	Máxima	3
	Visitan los atractivos de cuatro a tres veces al año.	Media	2
	Visitan los atractivos de dos a una vez al año.	Baja	1
Procedencia del visitante	Existe la presencia de visitantes locales, nacionales e internacionales	Máxima	3
	Existe la presencia solo de visitantes nacionales	Media	2
	Existe la presencia solo de visitantes locales	Baja	1
TOTAL			
OBSERVACIONES:			

Anexo17.Ficha de Observación cuali-cuantitativa Promoción y Comercialización

		Proyecto de titulación denominado “El potencial turístico del patrimonio arquitectónico de la Ciudad de San Gabriel para el desarrollo de productos turísticos”			
FICHAS DE OBSERVACIÓN COMPONENTE PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN					
CÓDIGO: C.P.C.					
Ficha de observación N°:					
Tipo de promoción:					
Indicadores		Criterios	Evaluación	Valor	
Entidades que promueven el turismo en el territorio	El GAD y asociaciones turísticas son las que promueven el turismo.		Máxima	3	
	Solo uno de los dos entes son quienes promueven el turismo		Media	2	
	No existe ningún ente que promueva el turismo.		Baja	1	
Tipo de operación turística	Existen agencias de viajes y asociaciones que contribuyan al turismo.		Máxima	3	
	Existen uno de los tipos de operación turística: agencias de viajes o asociaciones que contribuyan al turismo.		Media	2	
	No existe ningún tipo de operación turística por parte de agencias de viajes o asociaciones turísticas.		Baja	1	
Medios de difusión del territorio	Radios, televisión, revistas, redes sociales		Máxima	3	
	Llega por medio de dos de los medios antes mencionados		Media	2	
	No llega información por ningún medio		Baja	1	
Nivel de promoción y comercialización de la zona	Existe promoción a nivel local, nacional e internacional		Máxima	3	
	Existe promoción a nivel internacional		Media	2	
	Existe promoción solo local y nacional		Baja	1	
Procedencia del visitante	Existe la presencia de visitantes locales, nacionales e internacionales		Máxima	3	
	Existe la presencia solo de visitantes nacionales		Media	2	
	Existe la presencia solo de visitantes locales		Baja	1	
TOTAL					
OBSERVACIONES:					

Anexo 18.Ficha de Observación cuali-cuantitativa Políticas e Instituciones Administrativas

		Proyecto de titulación denominado “El potencial turístico del patrimonio arquitectónico de la Ciudad de San Gabriel para el desarrollo de productos turísticos”			
FICHAS DE OBSERVACIÓN COMPONENTE POLÍTICAS E INTITUCIONES ADMINISTRATIVAS					
CÓDIGO: C.P.A – C.I.A					
Ficha de observación N°:					
Indicadores	Criterios	Evaluación	Valor		
(PDOT) Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial	Tiene un PDOT vigente	Máxima	3		
	Tiene un PDOT desactualizado	Media	2		
	No tiene un PDOT	Baja	1		
Estrategias relacionadas al turismo dentro del PDOT	Se menciona directamente al turismo dentro del PDOT	Máxima	3		
	Se menciona indirectamente al turismo dentro del PDOT	Media	2		
	No se menciona al turismo dentro del PDOT	Baja	1		
Funcionarios en la dirección de turismo	La dirección de turismo posee tres funcionarios	Máxima	3		
	La dirección de turismo posee de uno a dos funcionarios	Media	2		
	No posee ningún funcionario	Baja	1		
Entidades que promueven el turismo en el territorio	El GAD y asociaciones turísticas son las que promueven el turismo.	Máxima	3		
	Solo uno de los dos entes son quienes promueven el turismo	Media	2		
	No existe ningún ente que promueva el turismo.	Baja	1		
			TOTAL		
OBSERVACIONES:					