



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
CARRERA DE GESTIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO**

**TEMA:**

**PERFIL DEL VISITANTE COMO HERRAMIENTA PARA  
PROYECTAR LA OFERTA TURÍSTICA EN LA PARROQUIA  
ANCONCITO, CANTÓN SALINAS, PROVINCIA DE SANTA  
ELENA, 2023.**

**TRABAJO DE TITULACIÓN**

**Previo a la obtención del título de:**

**LICENCIADA EN GESTIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO**

**AUTORA:**

**EMILY MAILY DELGADO GONZÁLEZ**

**DOCENTE GUÍA:**

**ING. JHONY ERNESTO YUMISACA TUQUINGA. MSc.**

**LA LIBERTAD – ECUADOR**

**2024**

## **APROBACIÓN DEL PROFESOR TUTOR**

Es mi calidad de Profesor Tutor de trabajo de titulación, **“PERFIL DEL VISITANTE COMO HERRAMIENTA PARA PROYECTAR LA OFERTA TURÍSTICA EN LA PARROQUIA ANCONCITO, CANTÓN SALINAS, PROVINCIA DE SANTA ELENA, 2023”**. elaborado por la Srta. Emily Maily Delgado González, egresada de la Carrera de Gestión y Desarrollo Turístico, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, Previo a la obtención del título de Licenciada en Gestión y Desarrollo Turístico, declaro que luego de haber asesorado científica y técnicamente su desarrollo y estructura final del trabajo, éste cumple y se ajusta a los estándares académicos y científicos, razón por la cual la apruebo en todas sus partes.

**Atentamente**



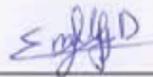
---

**Ing. Jhony Ernesto Yumisaca Tuquina. MSc.  
PROFESOR GUÍA**

## AUTORÍA DEL TRABAJO

El presente Trabajo de Titulación denominado "**PERFIL DEL VISITANTE COMO HERRAMIENTA PARA PROYECTAR LA OFERTA TURÍSTICA EN LA PARROQUIA ANCONCITO, CANTÓN SALINAS, PROVINCIA DE SANTA ELENA, 2023**", constituye un requisito previo a la obtención del título de Licenciada en Gestión y Desarrollo Turístico de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

Yo, **Emily Maily Delgado González** con cédula de Identidad número **2450279365** declaro que la investigación es Absolutamente original, autentica y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad, el patrimonio auténtico del mismo pertenece a la Universidad Estatal Península de Santa Elena.



---

**Emily Maily Delgado González**  
**C.I. 2450279365**

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a la Universidad Estatal Península de Santa Elena y a la carrera de Gestión y Desarrollo Turístico por permitirme contar con una formación académica de excelencia mediante los conocimientos impartidos de tan ilustres docentes. De igual forma extiendo un sincero agradecimiento a mi tutor por el acompañamiento y direccionamiento durante la elaboración de este trabajo. Finalmente, llevo en mi mente y corazón el apoyo incondicional de mis padres, mi hija y toda mi familia, quienes forman un pilar fundamental en cada etapa de mi vida.

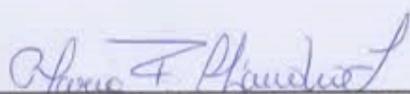
**Emily Maily Delgado González**

## **DEDICATORIA**

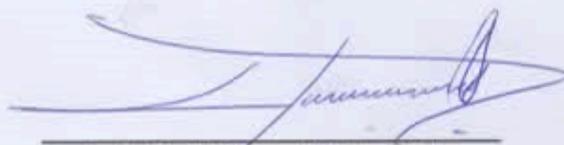
*En primer lugar, dedico este trabajo a Dios por darme la vida, brindarme las fuerzas para persistir con mis objetivos y permitir la compañía de mis seres queridos durante mis procesos personales y académicos. Dedico el resultado de este trabajo a toda mi familia, en especial a mi amada hija, quien llena mis días de paz, amor, felicidad y a mi querido abuelo materno que, aunque ya no está en este mundo fue luz y apoyo para cumplir este sueño. Por último y no menos importante, le dedico este trabajo a mi pareja, quien sigue estando en mis momentos felices y es mi sustento en mis instantes más difíciles, lo cual ha sido significativo para cumplir con este propósito.*

**Emily Maily Delgado González**

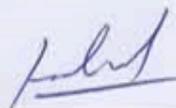
## TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN



Lcda. María F. Alejandro Lindao, MBA.  
**DECANA DE LA FACULTAD  
DE CIENCIAS  
ADMINISTRATIVAS**



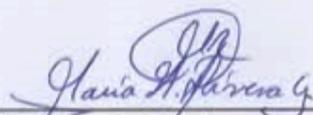
Lcdo. José X. Tomalá Uribe, MSc.  
**DIRECTOR (E) DE LA CARRERA  
DE GESTIÓN Y  
DESARROLLO TURÍSTICO**



Ing. Jhony E. Yumisaca Tuquinga, MSc.  
**PROFESOR TUTOR**



Lcda. Esther Del C. Mullo Romero, PhD.  
**PROFESORA ESPECIALISTA**



Abg. María M. Rivera González, Mgs.  
**SECRETARIA GENERAL**

## ÍNDICE GENERAL

APROBACIÓN DEL PROFESOR TUTOR .....	I
AUTORÍA DEL TRABAJO .....	II
AGRADECIMIENTO.....	III
DEDICATORIA .....	IV
TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN .....	V
ÍNDICE GENERAL.....	VI
ÍNDICE DE TABLAS .....	VIII
ÍNDICE DE FIGURAS.....	X
RESUMEN.....	XII
ABSTRACT .....	XIII
INTRODUCCIÓN .....	1-4
CAPITULO I.....	5
MARCO REFERENCIAL .....	5
1.1. REVISIÓN DE LA LITERATURA .....	6-10
1.2. DESARROLLO DE TEORÍAS Y CONCEPTOS.....	11-28
CAPITULO II .....	29
METODOLOGÍA .....	29
2.1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	29
2.2. MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN .....	29
2.3. ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN .....	30

2.4. NATURALEZA DE LOS DATOS .....	31
2.5. POBLACIÓN Y MUESTRA .....	31-36
CAPITULO III .....	38
RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	38
3.1. PERFIL DEL VISITANTE DE LA PARROQUIA ANCONCITO.....	38-61
3.2. ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE LA PARROQUIA ANCONCITO ....	63-65
3.3. PROPUESTAS DE PRODUCTOS TURÍSTICOS PARA LA PARROQUIA ANCONCITO.....	67-72
3.4. DISCUSIÓN.....	74
3.5. LIMITACIONES.....	75-75
CONCLUSIONES .....	77
RECOMENDACIONES .....	78
BIBLIOGRAFÍA.....	79-85
APÉNDICE .....	87
Tablas de Resultados de Encuestas aplicadas a los visitantes.....	87-93
Fichas de Jerarquización de Atractivos Turísticos de laparroquia Anconcito .....	95-143
Operacionalización de la Variable Independiente .....	145
Matriz de Consistencia .....	147
Ficha de Jerarquización de Atractivos Turísticos del Ministerio de Turismo .....	148-153
Modelo de Encuesta .....	155
Evidencia Fotográfica.....	157

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1</b> Clasificación del turismo.....	12
<b>Tabla 2</b> Población.....	31
<b>Tabla 3</b> Método de Muestreo: Probabilístico Aleatorio Simple.....	32
<b>Tabla 4</b> Perfil del Turista (Anconcito). ....	38
<b>Tabla 5</b> Atractivos Turísticos: Categorías y Jerarquías.....	64
<b>Tabla 6</b> Resultados de Evaluación Técnica Playa Las Conchas. ....	64
<b>Tabla 7</b> Resultado de Evaluación Técnica Playa de Los Acantilados.....	65
<b>Tabla 8</b> Resultado de Evaluación Técnica Iglesia San Miguel de Arcángel.....	66
<b>Tabla 9</b> Resultado de Evaluación Técnica El Faro del Barrio Paraíso.....	65
<b>Tabla 10</b> Resultado de Evaluación Técnica Mirador Turístico.....	67
<b>Tabla 11</b> Resultado de Evaluación Técnica de la Gastronomía.....	66
<b>Tabla 12</b> Género.....	87
<b>Tabla 13</b> Edad (grupo en años) .....	87
<b>Tabla 14</b> Estado Civil.....	87
<b>Tabla 15</b> Nivel de Estudios. ....	88
<b>Tabla 16</b> Procedencia .....	88
<b>Tabla 17</b> ¿Con qué frecuencia, visita la parroquia Anconcito?.....	89
<b>Tabla 18</b> ¿Qué le motivó visitar la parroquia Anconcito? .....	89
<b>Tabla 19</b> La modalidad de su viaje la realiza .....	89
<b>Tabla 20</b> ¿Por qué medio realizó la planificación de su viaje? .....	90
<b>Tabla 21</b> La información del destino la obtuvo de:.....	90
<b>Tabla 22</b> ¿Qué red social utiliza con mayor frecuencia? .....	90

<b>Tabla 23</b> Según la red social seleccionada ¿ha visto algún tipo de publicidad Anconcito? .....	91
<b>Tabla 24</b> ¿Qué actividades turísticas realiza en Anconcito? .....	91
<b>Tabla 25</b> ¿Cuánto es el valor de gasto diario que realiza en Anconcito? .....	91
<b>Tabla 26</b> ¿Según su experiencia en la parroquia Anconcito que otras actividades le gustaría que oferte el Destino? .....	92
<b>Tabla 27</b> ¿Si se llegara a implementar el servicio de alojamiento ¿Qué tipo de establecimiento preferiría para hospedarse? .....	92
<b>Tabla 28</b> Servicio y atención al cliente (incluye información) .....	92
<b>Tabla 29</b> Conectividad (servicio telefónico, wifi, internet, señal de telecomunicaciones) .....	93
<b>Tabla 30</b> Precios de los productos y servicios. ....	93
<b>Tabla 31</b> Salud y Seguridad. ....	93
<b>Tabla 32</b> Infraestructura (accesibilidad. Señalización, transporte público, aeropuerto, etc).....	94
<b>Tabla 33</b> Equipamiento turístico (alojamiento, restaurante, bares y discotecas, muelles, miradores, malecón, estacionamiento, etc) .....	94
<b>Tabla 34</b> Imagen (higiene, limpieza, entorno, hospitalidad, ruido, etc).....	94
<b>Tabla 35. Playa Las Conchas</b> .....	95
<b>Tabla 36. Playa La Punta de los Acanilados</b> .....	104
<b>Tabla 37. Iglesia San Miguel de Arcángel</b> .....	112
<b>Tabla 38. El Faro del Barrio Paraíso.</b> .....	120
<b>Tabla 39. Mirador Turístico Anconcito.</b> .....	128
<b>Tabla 40. La Gastronomía</b> .....	136

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1</b> Tipos de Turistas. ....	13
<b>Figura 2</b> Clasificación del turista desde el entorno psicográfico. ....	13
<b>Figura 3</b> Género del visitante. ....	39
<b>Figura 4</b> Edad (grupo en años). ....	41
<b>Figura 5</b> Estado Civil. ....	42
<b>Figura 6</b> Nivel de Estudios. ....	43
<b>Figura 7</b> Procedencia. ....	44
<b>Figura 8</b> ¿Con qué frecuencia, visita la parroquia Anconcito? ....	45
<b>Figura 9</b> ¿Qué le motivó visitar la parroquia Anconcito? ....	46
<b>Figura 10</b> La modalidad de su viaje la realiza ....	47
<b>Figura 11</b> ¿Por qué medio realizó la planificación de su viaje? ....	48
<b>Figura 12</b> La información del destino la obtuvo de: ....	49
<b>Figura 13</b> ¿Qué red social utiliza con mayor frecuencia? ....	50
<b>Figura 14</b> Según la red social seleccionada ¿ha visto algún tipo de publicidad Anconcito? ....	51
<b>Figura 15</b> ¿Qué actividades turísticas realiza en Anconcito? ....	52
<b>Figura 16</b> ¿Cuánto es el valor de gasto diario que realiza en Anconcito? ....	53
<b>Figura 17</b> ¿Según su experiencia en la parroquia Anconcito que otras actividades le gustaría que oferte el Destino? ....	54
<b>Figura 18</b> Si se llegara a implementar el servicio de alojamiento ¿Qué tipo de establecimiento preferiría para hospedarse? ....	55
<b>Figura 19</b> Servicio y atención al cliente (incluye información) ....	56

<b>Figura 20</b> Conectividad (servicio telefónico, wifi, internet, señal de telecomunicaciones).....	57
<b>Figura 21</b> Precios de los productos y servicios .....	58
<b>Figura 22</b> Salud y Seguridad.....	59
<b>Figura 23</b> Infraestructura (accesibilidad. Señalización, transporte público, etc) .....	60
<b>Figura 24</b> Equipamiento turístico (alojamiento, restaurante, bares y discotecas, muelles, miradores, malecón, estacionamiento, etc).....	61
<b>Figura 25</b> Imagen (higiene, limpieza, entorno, hospitalidad, ruido, etc.) .....	62
<b>Figura 26</b> Mapa del recorrido (ida; Guayaquil - Salinas - Anconcito) .....	70
<b>Figura 27</b> Mapa de las actividades turísticas en Anconcito.....	70
<b>Figura 28</b> Mapa del recorrido (ida; Guayaquil - Salinas - Anconcito) .....	73
<b>Figura 29</b> Mapa de las actividades turísticas en Anconcito .....	74
<b>Figura 30</b> Encuesta a visitantes en Anconcito .....	157
<b>Figura 31</b> Encuesta a visitantes en Playa Punta de los Acantilados.....	157
<b>Figura 32</b> Faro del Barrio Paraíso .....	158
<b>Figura 33</b> Mirador Anconcito .....	158
<b>Figura 34</b> Playa Punta de los Acantilados.....	159
<b>Figura 35</b> Iglesia San Miguel de Arcángel.....	159



**PERFIL DEL VISITANTE COMO HERRAMIENTA PARA PROYECTAR  
LA OFERTA TURÍSTICA EN LA PARROQUIA ANCONCITO, CANTÓN  
SALINAS, PROVINCIA DE SANTA ELENA, 2023.**

**AUTORA:**  
**Emily Maily Delgado González**

**TUTOR:**  
**Ing. Jhony Ernesto Yumisaca Tuquinga. MSc.**

**RESUMEN**

La comprensión detallada del perfil del visitante se ha vuelto una pieza fundamental en la configuración estratégica del turismo en destinos turísticos. En el contexto de la parroquia Anconcito, situada en el cantón Salinas de la provincia de Santa Elena, el análisis del perfil de quienes eligen este destino turístico se convierte en un elemento esencial para proyectar una oferta turística acorde a las preferencias y expectativas de los visitantes. El presente trabajo plantea como objetivo fortalecer la oferta para el visitante de la parroquia Anconcito en relación con el perfil del visitante que llega a Anconcito. El tipo de investigación aplicada fue la básica, mientras que el método fue no experimental de tipo transeccional asimismo se utilizó el método deductivo, por otro lado, el alcance utilizado fue la descriptiva y la naturaleza de los datos cuantitativa, en cuanto la población fueron los visitantes de la parroquia Anconcito y la recolección de los datos se realizó mediante una encuesta y la ficha de jerarquización de atractivos turísticos del Ministerio de Turismo. Los resultados obtenidos identifican el perfil del visitante, conociendo sus preferencias, motivos de viajes, expectativas y nivel de satisfacción, estos datos junto a los atractivos identificados aportaron a la propuesta de nuevos productos turísticos dentro de la parroquia.

***Palabras Claves:*** *Perfil del visitante, Atractivos turísticos, Productos turísticos, Oferta y Demanda*



**VISITOR PROFILE AS A TOOL TO PROJECT THE TOURIST OFFER IN  
THE ANCONCITO PARISH, SALINAS CANTON, SANTA ELENA  
PROVINCE, 2023.**

**AUTHOR:**  
**Emily Maily Delgado González**

**ADVISOR:**  
**Ing. Jhony Ernesto Yumisaca Tuquinga. MSc.**

**ABSTRACT**

A detailed understanding of the visitor's profile has become a fundamental piece in the strategic configuration of tourism in tourist destinations. In the context of the Anconcito parish, located in the Salinas Canton of the Province of Santa Elena, the analysis of the profile of those who choose this tourist destination becomes an essential element to project a tourist offer according to the preferences and expectations of their visitors. The objective of this work is to strengthen the offer for the visitor of the Anconcito parish in relation to the profile of the tourist who visits Anconcito. The type of research applied was basic, while the method was non-experimental of transactional type and the deductive method was used, on the other hand, the scope employed was descriptive, and the nature of the data quantitative, as the population was the visitors of the Anconcito parish and the data collection was carried out through a survey and the prioritization form of tourist attractions provided by the Ministry of Tourism. The results obtained identify the visitor's profile, knowing their preferences, reasons for travel, expectations, and level of satisfaction. These data, together with the identified attractions, contributed to the proposal of new tourism products within the parish.

***Keywords:*** *Visitor profile, Tourist attractions, Tourist products, Supply and Demand.*

## INTRODUCCIÓN

En el mundo actual, el turismo ha emergido como un elemento económico de gran relevancia a nivel global. Además de su impacto económico, se reconoce como un fenómeno de índole social y cultural que implica el desplazamiento voluntario de individuo y el consiguiente gasto asociado. De esta manera, el turismo se convierte en una fuente de ingresos significativa para un destino en específico, siempre y cuando éste presente características distintivas que estén arraigadas en la percepción del consumidor. El propósito fundamental radica en establecer una presencia diferenciada en el mercado turístico a través de una oferta que destaque de otros destinos.

Según las estadísticas de la Organización Mundial del Turismo (OMT 2022), en 2021 a nivel global se registraron alrededor de 430 millones de llegadas de turistas internacionales, lo cual evidencia la importancia del sector turístico, debido a que esta actividad permite la creación de plazas de trabajo, aportación al PIB mundial debido a los beneficios que trae consigo esta actividad los destinos en la actualidad se sienten en la necesidad de innovar sus productos con el objetivo de acaparar una mayor demanda de turistas y brindarle una oferta personalizada. Por esto es importante tener claro las características de los turistas que llegan hasta el lugar, asimismo conocer los recursos con los que cuenta un destino son de importancia para poder desarrollar productos que vayan direccionados para cada segmento de la demanda.

La comprensión detallada del perfil del visitante se ha vuelto una pieza fundamental en la configuración estratégica del turismo en destinos específicos. En el contexto de la parroquia Anconcito, ubicada en el cantón Salinas de la provincia de Santa Elena, el análisis del perfil de quienes eligen este destino turístico se convierte en un elemento esencial para fortalecer una oferta turística acorde a las preferencias y expectativas de los visitantes. La identificación de los patrones de comportamiento, preferencias y características demográficas de quienes optan por este destino costero no solo brinda una visión clara de los gustos de los turistas, sino que también representan una herramienta estratégica para el desarrollo sostenible y la promoción efectiva del turismo en la provincia. Esta investigación se adentra en el análisis

detallado del perfil del visitante como una guía fundamental para moldear una oferta adaptada y atractiva en Anconcito.

Mediante esta investigación se responderá con certeza las siguientes interrogantes:

1. ¿Cuál es el perfil del visitante que llega a la parroquia Anconcito del cantón Salinas?
2. ¿Cuáles son los recursos turísticos que existen en la parroquia Anconcito del cantón Salinas?
3. ¿Qué productos turísticos se pueden desarrollar de acuerdo con el perfil del turista y los atractivos turísticos en Anconcito?

Fernández, G. y Narváez, N. (2011) plantean que cada destino turístico debe ser capaz de atender las necesidades y expectativas de los visitantes, proporcionándoles una gama variada de elementos distintivos que les permita sentirse satisfechos. Estos elementos podrían incluir vivencias y momentos excepcionales que se adapten a sus preferencias y a las nuevas tendencias de comportamiento que emergen en el mercado turístico. De lo contrario existe el riesgo de ser considerados como destinos poco atractivos y ser excluidos del ámbito competitivo de la industria turística.

### **Planteamiento del Problema**

La parroquia Anconcito, ubicada en el cantón Salinas, provincia de Santa Elena, se ha posicionado como un destino turístico emergente en la región costera de Ecuador. No obstante, el desarrollo turístico efectivo y sostenible en este lugar requiere una comprensión detallada del perfil de quienes lo visitan, así como de las preferencias, comportamientos y necesidades que estos turistas presentan, la ausencia de un análisis exhaustivo del perfil del visitante de Anconcito puede limitar la capacidad de los actores locales para diseñar y ofrecer las experiencias turísticas acordes a las demandas del mercado actual.

La carencia de información detallada y actualizada sobre el perfil del visitante en Anconcito representa una limitación significativa para el desarrollo estratégico y la promoción efectiva del turismo en el país. Sin un conocimiento profundo de las preferencias, motivaciones y patrones de comportamiento de los turistas que eligen este destino, dificulta la creación de ofertas turísticas que se alineen con las expectativas del mercado y las tendencias emergentes. Esta falta de alineación entre

la oferta y a necesidad de los visitantes afecta a la retención de turistas, así como a la consolidación de Anconcito como destino turístico competitivo.

### **Formulación del Problema**

¿Cómo el perfil del visitante que llega a la parroquia Anconcito se convierte en un elemento primordial para fortalecer la oferta turística?

### **Objetivo General:**

Fortalecer la oferta turística de la parroquia Anconcito con base al perfil del visitante y los atractivos turísticos locales para el diseño de productos que mejoren la experiencia turística.

### **Objetivos Específicos:**

- Determinar el perfil del visitante que llega a la parroquia Anconcito mediante la aplicación de encuestas a las personas que lleguen a la localidad para el análisis de sus características demográficas, intereses y comportamiento.
- Identificar los atractivos turísticos de la parroquia Anconcito a través de la ficha de jerarquización del Ministerio de Turismo para una correcta promoción turística de los recursos presentes en la localidad.
- Proponer productos turísticos a través de los resultados obtenidos del perfil del visitante y los atractivos turísticos para el fortalecimiento de la oferta turística.

### **Justificación**

Anconcito se presenta como un imperativo estratégico en el desarrollo y la promoción del turismo local. En el contexto actual, el conocimiento detallado de las preferencias, intereses y comportamientos de los turistas que eligen este destino costero es esencial para la formulación de estrategias efectivas de oferta turística. Este análisis proporcionará una comprensión profunda y actualizada de los segmentos de mercado y sus demandas, permitiendo el diseño de experiencias turísticas personalizadas que se alineen con las expectativas cambiantes de los visitantes.

Esta investigación permitirá a las autoridades locales, empresarios y actores involucrados en la industria turística enfocar sus esfuerzos en la creación de productos y servicios que respondan de manera más precisa a las necesidades y deseos de los turistas. Al obtener información sobre las motivaciones de viaje, preferencias de actividades, requerimientos de servicios y expectativas, se podrán diseñar estrategias de promoción y desarrollo turísticos que resalten los atributos distintivos de este enclave costero, potenciando su atractivo y competitividad en el mercado.

Además, esta investigación se convierte en un recurso valioso para la toma de decisiones estratégicas, orientando la asignación de recursos financieros y humanos hacia áreas específicas que requieran mejoras o innovación. Al identificar áreas de oportunidad y posibles brechas en la oferta actual, se facilita la implementación de acciones correctivas y la creación de nuevas experiencias turísticas que contribuyan al posicionamiento y crecimiento sostenible de la parroquia Anconcito como destino turístico de renombre en la provincia de Santa Elena.

### **Idea a defender**

El presente trabajo investigativo tiende a defender la idea de que el desarrollo de los productos turísticos en la parroquia Anconcito debe basarse en un profundo conocimiento del perfil del visitante y de los recursos turísticos disponibles en la zona. Solo de este modo, esta localidad podrá posicionarse como un destino competitivo y sostenible, alineado a la demanda turística y expectativas de los visitantes.

### **Mapeo**

La estructura del trabajo de investigación consta de una introducción donde se detalla el planteamiento y formulación del problema, objetivos, justificación e idea a defender del mismo. Así mismo, se encuentran 3 Capítulos organizados de la siguiente manera:

**Capítulo 1**, desarrolla el marco referencial, en el cual se presenta una base conceptual a partir de la revisión literaria de trabajos investigativos alineados al tema principal y el desarrollo de teorías y conceptos. Este capítulo también contiene los fundamentos legales que respaldan el estudio.

**Capítulo 2**, está enfocado en la metodología que resalta las herramientas y métodos utilizados tanto en el análisis como la recopilación de los datos. Este apartado se encuentra dividido con las siguientes temáticas: diseño, métodos y alcance de la investigación; naturaleza de los datos; población y muestra; y recolección de datos

**Capítulo 3**, titulado “Resultados y Discusión”, presenta los resultados del análisis del perfil del visitante, la identificación de los recursos turísticos de la parroquia Anconcito y las propuestas de productos turísticos. Finalmente, se exponen las conclusiones y recomendaciones.

# **CAPITULO I**

## **MARCO REFERENCIAL**

### **1.1.REVISIÓN DE LA LITERATURA**

Beltrán, M. y Parra, M. (2017) en su trabajo “Perfiles turísticos en función a las motivaciones para viajar a España” tuvieron como objetivo la obtención de clúster o perfiles turísticos en función a las motivaciones turísticas y como estas se relacionan con los deseos y necesidades del visitante. Para dicha investigación se siguió el modelo teórico de Crompton, L. (1979) misma que es útil para entender el comportamiento y las motivaciones de los turistas. En cuanto la metodología utilizada se aplicó una investigación de tipo exploratorio, para la recolección de información se realizó un trabajo de campo en el suroeste de España en la región de Murcia y las provincias de Alicante y Almería. Los resultados obtenidos en la investigación se pudo validar la teoría de Crompton y los resultados fueron favorables ya que por una parte se pudo evaluar la relevancia de cada una de las motivaciones examinadas y, por otro lado, obtener perfiles turísticos en base de ellas denominados: racionales, antropológicos, emocionales y hedonistas.

Pat, L. y Calderón, G. (2012) en su investigación titulada “Caracterización del perfil turístico en un destino emergente. Caso de estudio: Ciudad del Carmen México” tiene como objetivo generar información sobre el perfil turístico y la valoración de servicios que se oferta a los turistas que visitan la ciudad del Carmen. La metodología utilizada es de tipo exploratorio, la recolección de información se realizó mediante una visita de campo donde se tuvo un acercamiento personal con el objeto de estudio que en este caso son los turistas que visitan el destino, esto con el fin de recabar datos confiables para la investigación, en cuanto el muestreo se aplicó el aleatorio simple mismo que determinó un tamaño muestral de 393, es así que por medio de un cuestionario estructurado con preguntas abiertas y cerradas se encuestó a turistas que se encontraban en la ciudad del Carmen en el mes de julio del 2008. En cuanto los resultados se pueden afirmar que estos fueron positivos y alcanzaron su cometido ya que se logró hacer una clasificación de la valoración de los servicios turísticos que

oferta la ciudad. Además, los hallazgos muestran que el turismo presenta una relación estrecha con la actividad petrolera actividad económica principal de la ciudad y por esto necesario que se realicen estrategias turísticas que fomenten a impulsar el desarrollo turístico en el Carmen.

Robleda, M, et al (2017) en su proyecto titulado “Metodología propuesta para identificar el perfil y grado de satisfacción de los turistas en los principales destinos de Yucatán – México”, plantea como objetivo caracterizar a los turistas nacionales y extranjeros según sus atributos sociodemográficos y estructura de consumo de los servicios turístico y no turísticos en los destinos turísticos de: Mérida, Progreso, Izamal, Valladolid, Uxmal y Chichen Itzá pertenecientes al estado de Yucatán, además se busca evaluar el nivel de satisfacción del turista frente a los servicios consumidos durante su estadía en los destinos ya mencionados. En cuanto la metodología aplicada los autores se apoyaron en la propuesta por el Centro de Estudios Superiores en Turismo (CESTUR), la misma que se compone de tres apartados: El perfil del turista, los hábitos de viaje y la satisfacción del turista se complementó con el método SERVQUAL donde el índice de satisfacción se calcula mediante la diferencia entre la percepción y las expectativas que el cliente tiene antes de visitar casa destino. Para finalizar los resultados obtenidos en esta investigación cumplieron con los objetivos trazados ya que se pudo describir rasgos que identifican al perfil del turista que visita el destino, al respecto de la satisfacción del turista sobre los servicios recibidos de acuerdo con la metodología SEVQUAL los 40 ítems relacionados con esta medición tienen un Alfa Crombach con valor de 866 mismo que se considera satisfactorio.

Ming, W. (2017) en su investigación con título Perfil del turista extranjero en España, tiene como objetivo analizar varios perfiles de los turistas extranjeros que llegan hasta España teniendo en cuenta características relevantes como evolución de las llegadas, el gasto, número de pernoctaciones, motivaciones, los destinos más frecuentados y actividades turísticas con mayor demanda. Para esta investigación se consideró objeto de estudio los seis países principales con mayor volumen de llegadas a España en los últimos años: Reino Unido, Francia, Alemania, Italia y Países Bajos, las fuentes de información utilizadas fueron las fichas ejecutivas de cada uno de los países emisores de turistas publicadas en el portal de Tur España, mediante esos datos numéricos se efectuó un análisis grafico que permitió observar la evolución de las llegadas de turistas extranjeros a España durante el periodo entre 2008 y 2016, la

recolección de datos se realizó mediante una encuesta electrónica. En cuanto los resultados determinaron que el mayor volumen de turistas que recibe España es de Reino Unido, asimismo sé que estos turistas tienden a seguir el modelo el típico modelo de sol y playa misma que es la marca representativa de España.

Pérez, M. (2021) en su investigación titulada Análisis del perfil, la motivación y satisfacción de los turistas en las costas de Málaga en relación con la gastronomía, este estudio se basa en conocer más sobre el turismo, específicamente se centra en el turismo gastronómico en el contexto cultural, sin embargo, con esa premisa se desprenden varios objetivos que se desarrollan durante toda la investigación como analizar características del turismo gastronómico, determinar el perfil sociodemográfico del turista que visita la costa del Sol (Málaga), analizar sus motivaciones, nivel de satisfacción frente a los servicios recibidos. La metodología aplicada fue de tipo bibliográfica ya que el trabajo investigativo se apoya en literatura ya existente que sustenta al criterio de los autores, asimismo se realizó una encuesta a los turistas que visitan el destino costa de Sol de Málaga y deciden comer en algunos de sus locales de comida. Como resultados finales se determinó que el turista que llega a este destino es su mayoría son adultos con un alto nivel de educación, con ingresos medios-altos que proceden principalmente desde Reino Unido y en su mayoría viajan en familia.

Jácome, J. (2017) en su investigación titulado “El Perfil del visitante y su importancia para la diversificación de la oferta turística del cantón Tisaleo, provincia de Tungurahua”, plantea como objetivo identificar el perfil del turista que visita el cantón Tisaleo de esta forma conocer características del mismos y así utilizarlo como una herramienta para diversificar la oferta turística del destino. La metodología es de enfoque mixto cuali-cuantitativo, mientras que el tipo de investigación es descriptiva ya que se estudia cada una de las variables en el contexto social bajo el enfoque de las problemáticas turísticas y exploratoria debido a que profundiza la problemática social y sus implicaciones, como población de estudio son los visitantes que llegan al destino y se aplicó un muestreo no probabilístico intencional bajo el criterio del investigador lo que llevo a una muestra de 100 individuos. El instrumento para la recolección de datos fue la encuesta con preguntas de opción múltiple y para el procesamiento de datos se utilizó Excel. En cuanto los resultados se evidencio que el cantón no cuenta con gran diversidad de oferta turística a excepción de los artesanos que aprovechan

sus habilidades y venden guitarras, helados, turrone y gastronomía típica de la región, así mismo se constató la existencia de recursos naturales y culturales que pueden potencializarse y convertirse en atractivos que motiven al viajero a visitar el cantón.

Borbor, S. (2017) en su trabajo investigativo titulado “Identificación del Perfil del Turista como aporte al Desarrollo de la comuna San Pedro”, tiene como objetivo el identificar el perfil del visitante de la comuna de esta forma adaptar a sus necesidades los servicios y productos turísticos existentes en el destino; para alcanzar lo propuesto el diseño metodológico fue de enfoque cualitativo ya se destacó los aspectos fundamentales de la problemática a la vez se pudo determinar las variables identificando causa y efecto, el tipo de investigación fue descriptiva de esta forma se pudo conocer la situación actual de la comuna también conocer la preferencias y motivaciones de los turistas, los métodos aplicados fueron el deductivo y el método inductivo mientras que la población son los turistas que visitaron el destino, el tipo de muestreo aplicado fue por conveniencia del investigador donde se encuestaron a 148 turistas, los instrumentos aplicados fueron la encuesta y la entrevista. Los resultados que se obtuvieron fueron positivos ya que mediante las encuestas y entrevistas se pudo cumplir con el objetivo que fue la identificación del perfil del turista así mismo se respondió la idea a defender ya que mediante el conocer las características, motivaciones, necesidades y otras cualidades del turista que visita San Pedro se puede desarrollar el turismo dentro de la localidad.

Ramírez, J. (2019) su trabajo titulado “El Perfil del Turista que visita la comuna Dos Mangas, cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena”, plantea como objetivo principal el identificar el perfil de turista que visita la comuna Dos Mangas esto con el fin de conocer características, motivaciones, y el grado de satisfacción del visitante que elige este destino. En cuanto la metodología aplicada fue de enfoque cuantitativo de alcance exploratorio, el método aplicado fue el deductivo mientras que, el muestro utilizado fue por conveniencia del investigador mientras que la población de estudio se dividió en segmentos: Turistas, Servidores Turísticos, Guías y Autoridades, de los cuales se tomó una muestra de cada segmento. Mientras que los instrumentos de recolección de información se utilizaron la encuesta y entrevista. Como resultados de esta investigación se determinó que el perfil del turista que visita la comuna oscila en una edad de 25 a 35 años, en su mayoría son visitantes locales con un nivel de estudio bachillerato culminado, los encuestados manifestaron que era su

primera vez visitando la comuna y afirmaron que según su criterio Dos Mangas cuenta con los recursos necesarios para potencializar de manera oportuna el turismo.

Padilla, A., et al (2019) Este estudio tiene como objetivo principal examinar el perfil y las motivaciones de los turistas que visitan el balneario de Salinas de la provincia de Santa Elena. En lo que respecta al tipo de investigación, se encontró que los visitantes que llegan al balneario en su mayoría son mujeres que vienen de las provincias más pobladas del país, como Guayas y Pichincha, con alto nivel académico y profesional, y prefieren quedarse en un hotel durante los fines de semana. La playa, particularmente por el avistamiento de ballenas y la amplia variedad de opciones gastronómicas son las principales razones para visitar el balneario. Esto implica que se deben diseñar y desarrollar planes para aumentar el turismo en Salinas que promuevan las actividades de sol, la playa y la gastronomía como las principales atracciones turísticas de la ciudad. La creación de rutas culinarias, por ejemplo, puede ser una alternativa a la implementación de estrategias dirigidas al desarrollo social y economía local.

Yumisaca, J. et al (2017) El perfil sociodemográfico de los visitantes que visitan la provincia de Santa Elena en Ecuador. Referencias para nuevas propuestas de desarrollo, la investigación tiene como objetivo el estudio del perfil del turista, lo que implica ahondar en las características del turista, sus demandas y el nivel de satisfacción de los atractivos del destino. En cuanto la metodología inicio con una visita de campo donde se visitó Salinas, San Pablo, Ayangue, Montañita y Olón sitios representativos en turismo dentro de la provincia de Santa Elena y posteriormente en una segunda etapa de la investigación se describen las características de los visitantes y se describen sus perfiles, para la recolección de datos se aplicó un cuestionario estructurado con preguntas cerradas y abiertas; el tamaño de la muestra fue de 384, que se obtuvo mediante muestreo estratificado con afijación proporcional y luego aleatorio; para definir el perfil del turista, se realizó un análisis estadístico descriptivo e inferencial. Los hallazgos llevaron a la conclusión de que se requiere un cambio en la proyección de los productos, en la forma en que los vendedores manejan su negocio y enfocan sus esfuerzos en satisfacer las necesidades de los turistas.

Los trabajos ya mencionados sirven de apoyo para la presente investigación como una guía para la elaboración de este documento, como se puede evidenciar en la

revisión bibliográfica los diez trabajos citados plantean como objetivo principal de sus investigaciones el identificar el perfil del turista que visita un determinado destino, guardando una similitud con el presente trabajo ya que se busca determinar características de las personas que visitan la parroquia Anconcito con el propósito de proyectar la oferta turística de una forma oportuna.

El mayor aporte de los trabajos anteriores es la metodología ya que la misma permite conocer que herramientas debe utilizar el investigador para alcanzar su cometido, para esto es necesario tener un acercamiento con el objeto de estudio por esto la investigación de campo es útil para recolectar datos de fuentes primarias, así mismo la investigación de tipo exploratoria es una opción a tomar en cuenta ya que la misma permite estudiar fenómenos desconocidos o poco estudiados en el caso del trabajo investigativo “Perfil del visitante como herramienta para proyectar la oferta turística en la parroquia Anconcito” carece de investigaciones actualizadas.

Por otro lado, los instrumentos para recolectar datos relevantes para la investigación se evidencian que los autores de los trabajos ya mencionados utilizaron fue la encuesta misma que se aplicada a los turistas que visitaban el destino en un periodo determinado de tiempo, también aplicaron entrevista a las autoridades encargados de regular la actividad turística, asimismo a empresas públicas y privadas que se encuentran desarrollando alguna actividad que aporte al desarrollo del turismo donde se aplica la investigación.

Cabe resaltar que los resultados que obtuvieron los investigadores de cada uno de los trabajos mencionados en este documento fueron positivos, ya que todos alcanzaron sus objetivos trazados, por eso se infiere que de utilizar estos documentos como guías para desarrollar esta investigación se puede cumplir con el cometido de identificar características que apoyen a determinar el Perfil del visitante que llega a la parroquia Anconcito, otro aspecto a destacar es que conocer las motivaciones, niveles de satisfacción, actividades recreativas preferidas y datos sociodemográficos del turista son de gran aporte elaborar estrategias que fomenten a una mejor proyección de la oferta turística hacia el turista nacional e internacional.

## 1.2.DESARROLLO DE TEORÍAS Y CONCEPTOS

### 1.2.1. Turismo

Sancho, A. (2018) menciona que el turismo es un fenómeno social, cultural y económico que implica el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o comerciales. El turismo incluye actividades, algunas de las cuales implican gastos turísticos

Hunziker, W. y Krafp, K. (2018) alude que es el conjunto de relaciones y fenómenos que resultan del desplazamiento y permanencia de personas fuera de su hogar, aunque dichos desplazamientos y permanencias no tienen una motivación clara por alguna actividad lucrativa, sin embargo, esta conceptualización es muy amplia y poco esclarecedora ya que deja abiertos términos muy ambiguos como fenómenos.

### 1.2.2. Tipos de Turismo

La Organización Mundial del Turismo. (s.f.) menciona que existen tres formas básicas de turismo:

**Interior:** Incluye turismo interno y receptivo, es decir, personas que viajan dentro del país donde se compilan las cuentas independientemente de su lugar de residencia.

**Nacional:** Hace referencia al turismo interno más el agresivo, es decir. Los residentes del país en que se realiza la compilación, sin importar el destino de su viaje.

**Internacional:** Incluye tanto el turismo de origen extranjero como el que viaja al extranjero.

Mientras que El Centro de Estudios Sociales y de Opinión Publica (2006) enlista al tipo de turismo en cinco grupos:

**Interno o Doméstico:** Se refiere a aquellos que residen en el país donde se realiza las cuentas y que viajan a algún lugar al interno de ese mismo país.

**Receptivo o Ingresado:** Personas que no residen en el país en el que se registra las cuentas.

**Egresivo o de Salida:** Los residentes del país que emigran o abandonan el país se conocen como emigrados.

**Interior:** Comprende el turismo interno y las personas que viajan dentro del país donde se compilan las cuentas; sin importar su lugar de residencia.

**Nacional:** Abarca tanto el turismo interno como el turismo egresivo, es decir, aquellos que residen en el país en el que se realiza el viaje, sin importar el destino de viaje.

**Internacional:** Abarca al turismo egresivo y al turismo receptivo.

### 1.2.3. Modalidades del Turismo

Según Morillo, M. (2011) clasifica al turismo en dos segmentos el turismo convencional y el turismo alternativo. El primero incluye productos propios de la sociedad urbana e industrial, con actividades turísticas para grandes masas en cuanto a demanda y oferta turística y con deterioros y amenazas socioculturales y ambientales, mientras que en el turismo alternativo abarca nuevas prácticas para descansar en contacto con la naturaleza intacta y conservada, cuyo principal atractivo es el entorno natural y un precio razonable.

Cardona, M. (2019) clasifica al turismo en dos grupos el turismo convencional y el turismo alternativo menciona que estas formas de turismo transitan entre lo moderno y lo posmoderno; esos sistemas se diferencian por la forma de ejercerlo en el pasado y en el presente, y gran parte de las aplicaciones del turismo masivo, es decir, tradicional, la empresa competitiva hoy sigue vigente.

**Tabla 1**

*Clasificación del turismo.*

<b>Turismo Convencional</b>	<b>Turismo Alternativo</b>
➤ Turismo de sol y playa	➤ Turismo de Aventura
➤ Turismo cultural	➤ Turismo Rural
➤ Turismo de negocios	➤ Ecoturismo
➤ Turismo de Salud	➤ Agroturismo

*Elaborado por: Delgado, E. (2023)*

### 1.2.4. Turistas

Organización Mundial del Turismo (2018) menciona que es cualquier que se muda a un lugar diferente de su entorno habitual, ya sea dentro o fuera de su país natal, y que tiene una estancia mínima de 24 horas y máximo de 365 días en dicho lugar, las motivaciones de esta persona pueden ser por ocio o negocios.

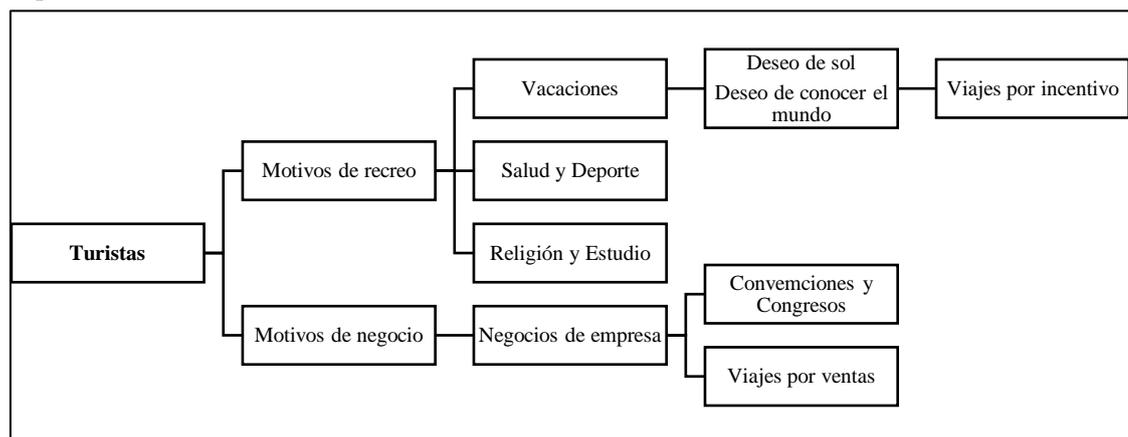
Francesch, A. (2004) menciona que un turista es una persona que tiene tiempo libre en un momento determinado y lo utiliza para visitar voluntariamente algún lugar alejado de su lugar de residencia con el fin de cambiar el ambiente, entonces bajo la

perspectiva del autor existe una persona que alteraría su naturaleza turística dependiendo de si está trabajando o no.

### 1.2.5. Tipos de Turistas

Gómez, B. y López, F. (2002) La mayoría de las estadísticas de turismo utilizan alguna tipología normalizada de turistas, que contempla el motivo del viaje como principal segmentador. Un desglose característico de segmentos según ese criterio es el siguiente:

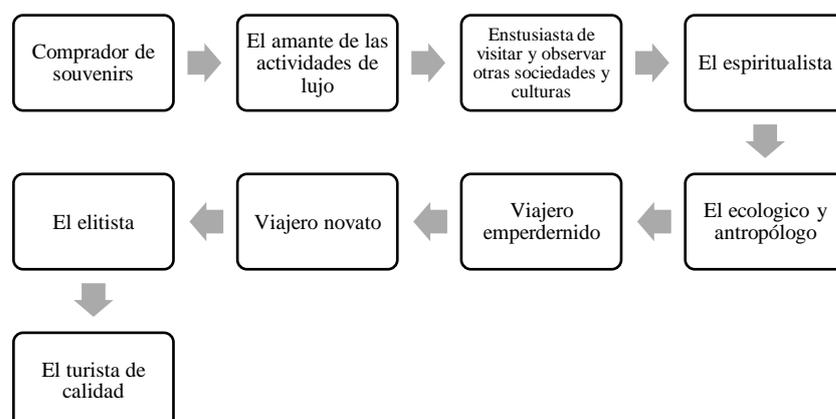
**Figura 1**  
*Tipos de turistas*



Fuente: Gómez, B. y López, F. (2002)  
Elaborado por: Delgado, E. (2023)

Pearce, P. (1982) Mientras que clasifica al turista desde el entorno psicográfico esta es de utilidad sobre todo para su uso en el marketing para considerar los estilos de vida y los motivos. Por lo general se analizan las variables psicológicas.

**Figura 2**  
*Clasificación del turista desde el entorno psicográfico*



Fuente: Pearce, P. (1982)  
Elaborado por: Delgado, E. (2023)

### **1.2.6. Excursionistas**

Talaya, E. et al (2011) describe que excursionista es aquel que se muda a un lugar diferente a su entorno habitual por un periodo menor de doce meses y cuyo objetivo principal no es realizar actividad económica en el lugar que visita.

Pérez, J. y Gardey, A. (2020) Se considera que un excursionista es un visitante del día. Es decir, una persona que llega a un lugar para concretar alguna actividad y luego regresa a su punto de origen o se marcha a otro diferente. Según esta definición el excursionista no pernocta en el sitio.

### **1.2.7. Visitante**

Secretaria de Turismo de México (2008) toda persona que viaja a un lugar diferente a su lugar de residencia por menos de doce meses y cuyo objetivo principal del viaje no es el de ejercer una actividad que remunere en el lugar o país visitado, según corresponda a un visitante interno o un visitante internacional.

Entorno Turístico (2022) Personas que viajan a un destino principal diferente a su lugar de residencia por menos de un año con cualquier motivo, excepto para trabajar para una organización establecida en ese lugar o país. Puede ser turistas internacionales cuando viajan fuera de su país de origen o turistas nacionales cuando viajan dentro de un mismo país.

### **1.2.8. Perfil del Visitantes**

Para Guano. J (2017) define el perfil del visitante como la investigación directa que abarca para la definición de gustos y preferencias, rasgos culturales, sociales y demográficos que forman parte del turista a diferencia a los visitantes de los clientes de una empresa o consumidor de una prestación de servicios turísticos.

Pat, L. y Calderón, G. (2012) mencionan el término perfil turístico se refiere a la descripción de un destino turístico. Las características socioeconómicas y demográficas de los visitantes suelen ser la base para la caracterización. El perfil permite conocer los gustos, preferencias, expectativas y necesidades de los turistas a efecto de mejorar la gestión de las empresas y los destinos turísticos, entonces para la identificación del perfil de un turista o visitante es necesario analizar varias dimensiones e indicadores que se detallan a continuación:

Aventureros-montañeros: interesados en espacios de montaña que ofrezcan ciertos retos y donde se pueda practicar actividades deportivas más intensas.

Naturalistas y admiradores de la naturaleza: buscan contactar con la naturaleza, admirar la flora, la fauna, el paisaje y, generalmente, se documentan sobre los lugares que van a visitar. Suelen realizar viajes a espacios protegidos y aprender de ellos.

Campistas: abarcan un amplio espectro de comportamientos, buscando pasar tiempo en la naturaleza para sentir la tranquilidad y las oportunidades de ocio que ofrece.

Turistas de naturaleza ocasionales: son considerados como los visitantes que pasan por un espacio natural debido a su prestigio o porque se encuentran en sus proximidades. Buscan espacios espectaculares y muy conocidos, pero disponen de escasa información sobre el lugar visitado.

Colectivos de estudiantes y gente mayor: viajes organizados con diferentes objetivos según los colectivos. En el caso de los estudiantes, buscan el conocimiento y la percepción de los espacios naturales, mientras que en el caso de los mayores se trata de disfrutar del paisaje y de la belleza natural.

Según Osorio (2017), conocer el perfil del turista permite entender mejor las razones por la cual se realiza la visita, las necesidades que tienen los visitantes y el uso que se le va a dar al lugar. En general, se han realizado muchas investigaciones con el objetivo de entender el perfil del visitante, uno de ellos es la de Mehmetoglu (2018) que se centra en analizar el comportamiento y las actitudes del turista con el objetivo de poder identificar cuantas características de los visitantes existen y comparándolas entre sí.

#### **1.2.8.1. Característica del perfil:**

Rojas, M, (2018) Un instrumento llamado perfil sociodemográfico se utiliza para determinar las características de la población trabajadora en una organización.

El Diccionario de la Real Academia Española (2001) conceptualiza el término demografía como el estudio estadístico de una colectividad humana, haciendo referencia a un determinado momento a su evolución, mientras que el portal web Marketing Directo de España (1999) refiere que los indicadores sociodemográficos y socioeconómicos permite segmentar una población que comparten intereses y así

definir el público objetivo a quien dirigir una publicidad, los tipos de indicadores para esta variable son:

- **Género**

Lamas, M. (2012) es el conjunto de creencias, prescripciones y atribuciones que se construyen socialmente tomando a la diferencia sexual como base.

Larrañaga, I., y Arregui, B. (2003) menciona que los hombres y las mujeres tienen y desarrollan diferentes funciones, roles y espacios debido a la tradición, la imposición social y la reproducción ideológica o solo por supervivencia. Entonces podemos decir que el género divide a un mercado tomando como referencia el sexo de la persona, ya que en su mayoría estos se comportan de formas distintas y tienen preferencias diferentes al adquirir un bien o servicio.

- **Edad**

Montalvo, J. (1997) se refiere a la edad como las capacidades adaptativas del individuo, si bien es cierto se puede adaptar a las demandas del ambiente cambiante.

Osorio, P. (2010) La edad es uno de los principios universales de la organización social y un aspecto de la organización de toda vida humana. La estratificación por edad es un elemento importante para comprender el funcionamiento y las dinámicas de los individuos en sociedad, entonces la variable edad permite dividir el mercado en grupos que se pueden clasificar como niños, jóvenes, adultos y adultos mayores.

- **Estado Civil**

Según el sitio web Conceptos Jurídicos (2023) el estado civil es el conjunto de condiciones de una persona física, que determinan su situación jurídica y le otorgan un conjunto de derechos y obligaciones.

Enciclopedia Jurídica (2020) Es la situación en la que se encuentra una persona de acuerdo con sus circunstancias y la legislación y a la que el ordenamiento de un país le concede varios efectos jurídicos. Existen distintos criterios para clasificar un estado civil: Casado, soltero, viudo o divorciado, entonces esta variable posibilita segmentar a la población de estudios en subgrupos de acuerdo con el estado civil.

- **Nacionalidad**

Conceptos Jurídicos (2023) se refiere al vínculo jurídico de la persona con el estado, puede ser adquirida de diferentes formas.

Lepoutre, S., y Riva, A. (1998) menciona que la nacionalidad es el derecho que tiene todo ser humano fundamental y que establece el vínculo jurídico esencial entre el individuo y el Estado, en virtud del cual una persona pertenece a la comunidad política que un estado constituye de acuerdo con el Derecho Interno y el Derecho Internacional, de acuerdo con la nacionalidad está marcada por el lugar en el que ha nacido una persona: país, región, ciudad.

- **Lugar de Origen**

A diferencia de la nacionalidad el lugar de origen hace referencia al lugar donde habita una persona, pero no siempre este será el sitio donde nació, si bien la actividad turística implica el desplazamiento de una persona desde su lugar de origen hasta otro es de suma importancia conocer de que lugares estos se trasladan como lo afirma según Perini, A. (2020) conocer el lugar de origen de los turistas y el destino elegido por ellos permite clasificar el tipo de turismo que se recibe mismos que pueden clasificar en seis segmentos: Turismo Domestico, Receptivo, Emisor, Interior, Nacional e Internacional.

Según la Organización Internacional para las Migraciones (2006) estas denominaciones tan comunes en materia migratoria hacen referencia, en el primer caso al lugar donde se ha nacido y en segundo, al lugar al que se quiere emigrar, o al país donde ya reside un oriundo de otro país.

**1.2.8.2. Socioeconómicas:**

Instituto Nacional de Salud (2020) menciona que es la descripción de la situación de una persona según la educación, los ingresos y el tipo de trabajo que tiene. El nivel socioeconómico por lo general se define como bajo, medio o alto.

Guillamón, N. (2003) El nivel socioeconómico es una media multidimensional que se basa en la ocupación y educación del padre y de la madre y que hace referencia al estatus o la posición de prestigio que una persona ocupa en la sociedad, esto se define a partir de la obtención de otros datos como el nivel de educación alcanzado y la ocupación, la información que proporciona esta variable ayuda a entender el comportamiento económico de los turistas y sirve de base para la toma de decisiones en los productos y servicios que se le oferte.

### - **Nivel de Instrucción**

Departamento de Justicia, Empleo y Seguridad Social, (2002) menciona que el nivel de estudio de una persona es el grado más elevado de estudios realizados esto no siempre implica que se hayan terminado o estén provisionalmente incompletos, las modalidades frecuentemente utilizadas son: Primarios, Secundarios y Superior, como ya se mencionó anteriormente conocer el nivel de estudios de una persona ayuda a identificar el estatus que este tiene dentro de la sociedad, de esta forma se puede ofertarle productos y servicios de acuerdo a su economía.

Según el Instituto Vasco de Estadísticas (2023) El nivel de instrucción de una persona es el grado más elevado de estudios realizados o en cursos, sin tener en cuenta si se han terminado o están provisional o definitivamente incompletos.

### - **Nivel de Ingresos**

Sabino, C. (1991) Conjunto de ganancias que son recibidas por una entidad, ya sea pública o privada, como resultado de su actividad económica. Por tanto, los ingresos son resultado de una transacción económica, como lo es una compra, entonces el nivel de ingresos se determina de acuerdo con la cantidad de dinero que obtiene una persona por transacciones económicas que esta realice, es así que en el turismo conocer el nivel de ingresos de los turistas será una base para ofertar productos y servicios personalizados según el dinero que cada uno de estos disponga.

Para el Grupo Tinsa Digital Insights (2023) El nivel de ingresos es una variable que resulta fundamental para establecer la capacidad adquisitiva de la demanda potencial, así como determinar desequilibrios de mercado o indicadores de esfuerzos financiero necesario para asumir el teórico coste de un préstamo hipotecario.

### - **Situación Laboral**

Dakduck, S., et al (2008) Describen a la situación laboral como la característica del trabajo en el que se ve envuelto una persona y los clasifica en empleo formal (las personas establecen un contrato que supone conjunto de deberes y derechos que le garantiza seguridad social, salud y un salario fijo) empleo informal (personas ocupadas que reciben un ingreso insuficiente y variable por actividades de baja productividad) y empleo alternativo (personas que poseen un empleo formal remunerado pero a su vez se dedican a otras actividades que le generan algún tipo de ingreso económico).

Mata, A. (2022) es la situación activa de una persona económicamente activa con relación a su empleo actual (o anterior si está desempleada) sea este empleador, trabajador independiente, empleado, trabajador familiar no remunerado o miembro de una cooperativa de producción. No debe confundirse con posición profesional.

#### - **Ocupación**

Instituto Nacional de Estadística de España (2023) La clase o tipo de trabajo desarrollado, con especificación del puesto de trabajo desempeñado.

Fingerman, H. (2013) Este término hace referencia a lo que una persona se dedica; su trabajo, empleo, actividad o profesión, lo que demanda cierto tiempo y por ello se habla de ocupación de tiempo parcial o completo, por lo tanto, la ocupación del turista es un indicador clave para determinar el tipo de producto y en que época del año se le va a ofertar porque las personas tienen limitado tiempo para el descanso.

### **1.2.9. Necesidades y Motivaciones**

Para Maslow, A. (1991) las necesidades es el impulso humano o motivación dirigido a satisfacer una carencia y se pueden clasificar en cinco grupos:

- Fisiológicas: sed, hambre, aliviar un dolor, el cansancio, el desequilibrio fisiológico, la necesidad de dormir y de sexo.
- Seguridad: Preocupación por ahorrar, comprar bienes y seguros, obtener una vida ordenada, cierta, y un futuro predecible.
- Amor y Pertenencia: Voluntad de reconocer y ser reconocido por los semejantes.
- Estima: Asociadas a la constitución psicológica se dividen en las que se refieren al amor propio y las que relacionan al respeto de otros.
- Autorealización y Metanecesidades:

En cuanto las motivaciones la Organización mundial del Turismo citado por Entorno Turístico (2016) menciona que es la acción que mueve al ser humano a realizar la actividad turística así mismo la clasifica en tres grupos

#### - **Personales**

En términos turísticos el ser humano presenta dos tipos de motivaciones a nivel personal la primera es de tener un contacto con la naturaleza para tener un equilibrio entre cuerpo, mente y espíritu por lo que no hay nada mejor que desplazarse a un sitio natural. En segundo lugar, las necesidades de conocimientos en cada viaje que realiza el turista siempre adquieren conocimientos nuevos que jamás encontrara en libros o

en la escuela; esta actividad aporta valor en todos los aspectos puesto que permite estar en contacto con la realidad del mundo.

- **Familiares**

La necesidad de convivir en familia es una actividad que en la actualidad se vuelve complicado debido a todas las ocupaciones que tienen las personas por lo que viajar en familia es una buena opción para compartir tiempo de calidad y establecer relaciones más fuertes. El objetivo será el crear experiencias que fortalezcan los lazos familiares mientras están apartados de la rutina.

- **Sociales**

Las personas en su mayoría viajan desde su lugar de origen a otro porque le es importante encajar en la sociedad y estar a la altura de los demás, por esto se puede decir que una de las motivaciones sociales es repetir un patrón por moda en consecuencia realizan un viaje por imitar a otro viajero a esto se lo denomina Motivación por Imitación.

#### **1.2.10. Percepción del Destino**

Castro, J., Palacios, J. y Plazarte, L. (2020) se refiere que la imagen de un destino es un todo. Los componentes conformados por atributos individuales y holísticos contienen características tangibles e intangibles que cambian de acuerdo a características comunes o más especiales que el individuo asocia con el lugar. Entonces la percepción del destino es una construcción mental de representaciones, creencias, sentimientos, ideas e impresiones globales que se hace cada persona de acuerdo a la información que tiene acerca de un destino.

Millet, O. (2011) se refiere a la totalidad de impresiones, creencias, ideas, expectativas y sentimientos hacia un lugar acumulados a lo largo del tiempo.

#### **1.2.11. Promoción Turística**

Chuquizala, T. y Jaramillo, B. (2017) menciona que la promoción turística es la difusión de un sitio como destino turístico, y esta toma mayor relevancia ya que incentiva a la llegada de visitantes, los cuales generan ingresos económicos y como consecuencia mejora la calidad de vida de la población, entonces la promoción que se le realice a un destino influye en la percepción que tendrá el turista del destino antes de visitarlo.

Castillo, M. y Castaño, V. (2014) menciona que la promoción turística es proporcionar a los consumidores el conocimiento de los atractivos y de la infraestructura existente diferenciando el destino de la competencia, inspirando

confianza y credibilidad además de influir en la elección del destino y en el proceso de compra. La cual se refiere a comunicar a los posibles turistas sobre una oferta turística.

#### **1.2.12. Calidad de servicio**

Para Berri, L. et (1993) la calidad del servicio es la amplitud de la discrepancia que existe entre la expectativa o deseos de los clientes y sus percepciones en función de la tangibilidad, confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía. Entonces podemos conceptualizar que la calidad de servicio consiste en cumplir con las expectativas que tiene el cliente sobre que tanto satisface un servicio sus necesidades y está siempre será subjetiva ya que depende de la opinión de cada turista.

Duque, E. (2005) define calidad como la propiedad o conjunto de propiedades inherentes a algo, que permiten juzgar su valor. Esta definición establece dos elementos importantes en su estudio. Primero, la referencia a características o propiedades y, segundo, su bondad para valorar “algo” a través de ella.

#### **1.2.13. Satisfacción**

Carvache, M. et al (2018) La satisfacción se la define como la evaluación general del cliente sobre el servicio recibido en comparación con el servicio esperado, esta es subjetiva ya que la misma se da de acuerdo con la perspectiva que tiene el turista y esta no siempre será igual en cada persona por esto la importancia de medir el grado de satisfacción de los visitantes para tener las bases en que se puede mejorar para ofrecer un mejor servicio.

Ramírez, E., et al (2020) La satisfacción se atribuye a los sentimientos de felicidad del cliente cuando el proveedor del servicio satisface sus expectativas como tal. Entonces se puede mencionar que la satisfacción del cliente es la contestación del cliente que califica el servicio prestado.

#### **1.2.14. Oferta Turística**

Boullón, R. (2006) Señala que la oferta turística está integrada por los servicios que suministran los elementos de la planta turística y por algunos servicios no turísticos, que se comercializan a través del sistema turístico, porque en última instancia el sistema productivo es el que califica la clase de un bien, no el tipo de consumidor bajo la teoría de este autor a continuación se detallan las siguientes dimensiones e indicadores:

Socateli, M (2013) Se refiere al conjunto de bienes y servicios relacionados con un espacio geográfico y sociocultural específico, que tienen como objetivo facilitar, el aprovechamiento de los atractivos turísticos de ese lugar, y cuyos proveedores o vendedores desean y pueden vender en el mercado a un precio y a un periodo de tiempo determinado para que los turistas los usen o consuman.

#### **1.2.14.1. Planta Turística**

Boullón, R. (2006) conceptualiza a la planta turística como un subsistema que integrados por el equipamiento turístico y las instalaciones turísticas mismo que se encarga de elaborar los servicios que se oferta a los turistas, por lo tanto estos servicios tanto básicos como complementarios deben satisfacer los requerimientos del visitante, bajo estándares de calidad, regulado por organismos nacionales e internacionales que supervisan el cumplimiento y mejoramiento de la oferta brindada, de acuerdo al giro comercial ofrecido se mantiene la prestación de servicios como alojamiento, alimentación, transportación y apoyos adicionales o secundarios.

Sistema Nacional de Inversión Pública de Perú (2015) son las instalaciones físicas necesarias para el desarrollo de los servicios turísticos privados: Hoteles, restaurantes, agencias de viajes, etc.

#### **1.2.14.2. Alojamiento**

Ministerio de Turismo del Ecuador. (2016) Es una actividad turística que puede desarrollarse por personas naturales o jurídicas, la misma consiste en la prestación remunerada del servicio de hospedaje no permanente a un huésped nacional o internacional para lo cual deben considerarse los requisitos correspondientes a la categorización mismo que se da por estrellas y clasificación que en Ecuador estos se clasifican: Hoteles, Hostales, Hosterías, Hacienda Turística, Lodge, Resort, Refugios, Campamentos Turísticos y Casa de Huésped.

Torres, J. y Solórzano, M. (2017) Alojamiento turístico se pueden definir a las empresas que se dedican de manera profesional y habitual a proporcionar hospedaje o residencia, mediante precio, a las personas que lo demanden, con o sin prestación de otros servicios complementarios a los turistas que acuden a un sitio de interés por motivos personales, familiares o sociales.

#### **1.2.14.3. Alimentación**

Linares, M. (2016) Este servicio forma parte de la variedad de servicios turísticos que se ofertan para satisfacer las necesidades y deseos de los turistas en general. Este servicio es proporcionado al turista mediante una diversidad de establecimientos, mismos que varían en cuantas instalaciones, operación y precio.

Portal Jurídico de Cataluña (1994) Menciona que son establecimientos al público que tienen como actividad principal suministrar de manera habitual y mediante precio comidas y bebidas para que sean consumidos, dentro de sus instalaciones, pero también ofrece el servicio de venta de comidas para llevar.

#### **1.2.14.4. Esparcimiento**

Según Boullón, R. (2006) Estos establecimientos no están diseñados exclusivamente para los turistas, sino que ofertan sus servicios para los lugareños por esto se puede decir que esta forma parte de una oferta compartida además según el autor estos se clasifican: Nigth Club, Discotecas, Bares, Casinos, Cines, Teatros, Clubes Deportivos y Parques temáticos.

Cortes de Castilla - La Mancha (1999) son establecimientos que, mediante precio, actividades y servicios para el esparcimiento y recreo de sus clientes, de tipo deportivo, medioambiental, cultural, recreativas o de salud y que reglamentariamente se clasifiquen como tales.

#### **1.2.14.5. Atractivos Turísticos**

Navarro, D. (2015) Aquellos elementos naturales, culturales o realizados por la mano del ser humano que combinados con los recursos turísticos son capaces de generar un desplazamiento a un determinado destino turístico, mientras que Boullón, R. (2006) señala que los atractivos turísticos son la materia prima que permite el funcionamiento de la planta turística.

Carvajal, G. y Lemoine, F. (2018) Define a atractivo turístico como un conjunto de elementos materiales y/o inmateriales que son susceptibles de ser transformados en un producto turístico que tenga capacidad para incidir sobre el proceso de decisión del turista provocando su visita a través de flujo de desplazamientos desde su lugar de residencia habitual hacia un determinado territorio.

#### **1.2.14.6. Sitios Naturales**

Según el Ministerio de Turismo del Ecuador (2017) los sitios naturales es una parte de territorio de la tierra que no se encuentra modificado por la mano del ser

humano, y tienen varios tipos como son: Montañas, planicies, desiertos, ambientes lacustres, ríos, bosques, aguas subterráneas, fenómenos espeleológicos, fenómenos geológicos, costas o litorales, ambientes marinos y tierras insulares.

Andrés, J. y Encabo, M. (2008) Mencionan que los sitios naturales son espacios de interrelaciones dinámico, un ecosistema donde existen conjuntos de atractivos interrelacionados en diferentes escalas, y donde cada escala de análisis podría ser considerada en sí misma como un atractivo a conservar para las generaciones futuras.

#### **1.2.14.7. Museos y Manifestaciones culturales históricas**

El portal web Identidad y Desarrollo el valor de ser. (2021) menciona que la manifestación cultural es una expresión de los valores, tradiciones, símbolos, creencias, edificaciones, objetos y modos de vida de una sociedad, estos se crean consciente e inconscientemente para identificarse, por otro lado, el Ministerio de Turismo del Ecuador (2017) agrupa a las manifestaciones culturales en tres grupos: Folklore Realizaciones técnicas científicas o artísticas contemporáneas y Acontecimientos programados.

Gobierno de México (2022) Una manifestación cultural es la manera en que se expresa la cultura, por ejemplo, la música la danza, la literatura, la pintura, las artesanías. Es todo lo que realiza una sociedad que forma parte de sus características y su contexto social y cultural, esto, a su vez, valorará la diversidad con la que cuenta un país o varios países juntos.

#### **1.2.14.8. Infraestructura**

Es el conjunto de obras o servicios que permiten el desarrollo socioeconómico de un país y que el turismo utiliza para impulsar su actividad, según Boullón, R. (2006) la infraestructura se clasifica en externa porque la misma sirve a todos los sectores sin embargo por diferentes circunstancias puede beneficiar más a unos que a otros, por otro lado, la infraestructura interna que se divide en la dotación que se le da a sí mismo a un sector para operar en una localización precisa mientras que la urbana resume a todas las que prestan servicios indistintamente a las diferentes actividades de una ciudad.

Rozas, P. y Sánchez, R. (2004) La infraestructura como el conjunto de estructuras de ingeniería e instalaciones por lo general, de larga vida útil, que constituye la base sobre la cual se produce la prestación de servicios considerados necesarios para el desarrollo de fines productivos, políticos, sociales y personales.

#### **1.2.14.9. Transporte.**

Molina, W. y Arias, A. (2016) Este servicio forma parte de la infraestructura ya que según la conceptualización antes mencionada su funcionamiento no está direccionada solo al turista, sino que brinda sus servicios a todos los sectores comerciales, sin embargo los visitantes de un destino lo utilizan para trasladarse de un lugar a otro, incluyendo equipajes y mercancías en cuanto su clasificación estos se dividen en tres grupos: Terrestres, Aéreos y Marítimos.

Ministerio de Turismo del Ecuador (2014) El transporte terrestre turístico se refiere a la movilización de las personas que tengan la condición de turistas o excursionistas en vehículo de compañías debidamente homologadas y habilitadas por la Agencia Nacional de Tránsito para dirigirse a establecimientos o sitios de interés turísticos, mediante un pago acordado libremente entre las partes y se clasifican: Terrestre turístico nacional, turístico fronterizo y turístico internacional.

#### **1.2.14.10. Comunicaciones.**

Mata, D. (2017) En la actualidad el mundo se encuentra marcado por las tecnologías donde el sector turístico cuenta con ventajas gracias a los múltiples avances de las tecnologías como son la conexión a internet, la nube, la geolocalización, la señalización inteligente y diversos métodos publicitarios mismos que aportan a tener una mejor experiencia al viajar ya que le ahorran gran carga de trabajo y tiempo al momento de decidir dónde alojarse, alimentarse o que lugares visitar.

Ortega, E. y Rodríguez, B. (2007) En lugares turísticos, la comunicación puede ocurrir por medios personales o impersonales. Los primeros incluyen principalmente la comunicación en oficinas de turismo, agencias de viajes, hoteles y otros lugares de alojamiento. La televisión local, los diarios locales, la prensa gratuita, los folletos, los guías de atracciones y espectáculos, los libros turísticos, los videos o películas, el teletexto e internet son ejemplos de medios impersonales.

#### **1.2.14.11. Servicios Básicos**

Contar con servicios básicos como agua potable, luz eléctrica y alcantarillado sanitario es un derecho que tiene toda persona para tener una buena calidad de vida, estos servicios también son de gran envergadura para el desarrollo del turismo ya que estos van a cubrir las necesidades básicas que tiene el turista cuando llega a un destino, además Boullón, R. (2006) le suma a estos servicios de salud, sanidad, gasolineras, gas, entidades bancarias, recolección de basura, entre otros servicios que son de utilidad para toda la ciudadanía.

Gallegos, J. y Gallegos, M. (2017) Servicios básicos o públicos, es todo aquello que se encuentra vinculado a la comunidad y que, por lo tanto, suele ser gestionado por el Estado. Se denomina servicio público, a la actividad que desarrolla un organismo estatal o una entidad privada bajo la regulación del Estado para satisfacer cierta necesidad de la población.

#### **1.2.15. Fortalecimiento de la oferta turística**

El fortalecimiento de la oferta turística es esencial para el desarrollo sostenible de destinos y la generación de ingresos económicos, lo cual implica mejorar la infraestructura turística, diversificar productos y experiencias, así como de garantizar calidad y profesionalización en los servicios. De hecho, Morillo, M. (2011) indica que el turismo, como fenómeno social, comprende actividades para satisfacer necesidades humanas y recreativas en el ocio, en donde la oferta turística abarca variedad de experiencias en tiempo libre.

En este contexto, Naranjo, M y Martínez, M. (2022) Señalan que la oferta turística ofrece servicios y productos al turista para su viaje, buscando una experiencia única y satisfactoria, en donde su objetivo es brindar una estancia memorable y placentera al cliente. Además, al promover estrategias de marketing efectivas, priorizar la sostenibilidad ambiental y cultural, aprovechar la innovación y tecnología, y realizar análisis de mercado para adaptar la oferta a las tendencias y preferencias de los turistas, se tienen un mayor impulso en turismo responsable y beneficioso para todas las partes involucradas.

### **1.3. FUNDAMENTOS LEGALES**

La investigación no puede ignorar la fundamentación legal como pilar primordial de sustento y orientación en el accionar investigativo. Este acápite analiza los principales aspectos legales que sustenten este estudio.

Según La Asamblea Nacional del Ecuador (2008) en la Constitución de la República del Ecuador en su artículo **389 GARANTIZA el derecho de las personas y las colectividades al tiempo libre**, se reconoce el derecho de las personas y grupos a disfrutar de su tiempo libre, así como la mejora de las condiciones físicas, sociales y ambientales para su disfrute, y se fomenta la promoción de actividades destinadas al esparcimiento, descanso y desarrollo de la personalidad.

**El Art. 275.-** se presenta enfatizando el desarrollo sostenible, basándolos en los pilares fundamentales que pueden determinar un buen porvenir a los sitios que lo establezcan adecuadamente, puesto que indica que este es el conjunto organizado, sostenible, dinámico de los sistemas económicos, políticos, socio-culturales y ambientales que garantizan la realización del buen vivir, a su vez, el estado planificará el desarrollo del país y esta planificación propiciará una equidad social y territorial.

Por otro lado, El Concejo Nacional de Planificación (2024) en el Plan Nacional de Desarrollo, enmarca la Sostenibilidad para el desarrollo del país de manera que este permita establecer nuevas reformas en diversas matrices productivas.

**En el Objetivo 5.** Prevalece la anexión del conocimiento, el accionar planificado de manera ordenado, para plantear un sistema económico, y la transformación en las estructuras productivas que promuevan la sostenibilidad y el progreso en lo social, económico y ambiental. Indica la fomentación sustentable de producción mejorando los niveles de productividad de tal manera que enuncia políticas, y dentro de ellas hace hincapié en el turismo, tal y como se detalla a continuación:

**Política 5.4.** Buscar un posicionamiento al destino Ecuador nacional e internacionalmente acorde de un desarrollo equitativo de la oferta turística, generando alianzas estratégicas y gestión integral dentro del territorio. Dentro de esta política se mencionan estrategias para el turismo en las cuales menciona la importancia de incrementar y diversificar la oferta de los servicios turísticos, competitividad y la calidad alineados a la demanda local e internacional.

La Ley de Turismo (2022), específicamente en el Capítulo II, “De las Actividades Turísticas y de quienes la ejercen”, plantea lo siguiente:

**Art. 5.-** Establece que las actividades turísticas son aquellas realizadas por personas naturales o jurídicas que se dedican de manera habitual a la presentación remunerada de una o más de las siguientes actividades:

- a) Alojamiento;
- b) Servicio de alimentos y bebidas;
- c) Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive al transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y alquiler de vehículos para este propósito;
- d) Operación; cuando las agencias de viajes proporcionen su propio transporte, esa actividad se considerará parte de la agencia de viajes;
- e) Intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones; y,
- f) Casinos, salas de juego (bingo-mecánicos) hipódromos y parques de atracciones estables.

El presente trabajo investigativo, se encuentra respaldado por los principios y leyes antes mencionados, lo cual complementa a la validación de este. El sustento legal previamente detallado contempla leyes vigentes del sector turístico a nivel nacional, mismas que permiten ampliar la visión de este trabajo para el cumplimiento de los objetivos planteados.

## **CAPITULO II**

### **METODOLOGÍA**

#### **2.1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN**

##### **Tipo de Investigación: Básica**

Según Escudero, C. y Cortez, L. (2017) la investigación básica también conocida como investigación pura o teórica, se caracteriza porque se enmarca únicamente en los fundamentos teóricos, sin tomar en cuenta los fines prácticos, su propósito es formular nuevos conocimientos o modificar principios teóricos ya existentes, asimismo está orientada a descubrir leyes o principios básicos, así como en profundizar los conceptos de una ciencia, considerándola como el punto de partida para el estudio de los fenómenos o hechos.

Para la investigación “Perfil del visitante como herramienta para proyectar la oferta turística en la parroquia Anconcito, cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena” fue necesario aplicar un tipo de investigación básica también conocida como teórica. Entonces el propósito de la presente investigación parte desde un marco teórico y se centra en indagar trabajos similares donde se identifica el perfil de un visitante de un destino específico, y comprobar el aporte de dicha información en el fortalecimiento de la oferta turística de la parroquia Anconcito.

#### **2.2. MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN**

##### **No experimental de tipo Transeccional**

Según Escamilla, M. (2004) Es un tipo de investigación en la que la variable no se manipula deliberadamente. Se basa principalmente en observar los fenómenos en su contexto natural y luego analizarlos. Este tipo de investigación se basa en categorías, variables, sucesos, comunidades y contextos se dan sin la intervención directa del investigador. El termino transeccional hace referencia a que la investigación se centra en analizar el nivel o estado de una o diversas variables en un determinado tiempo. En este diseño de investigación los datos se recolectan en un solo momento.

En la presente investigación este tipo de estudios se evidencia ya que para identificar el perfil del visitante en la parroquia Anconcito no se manipulo

deliberadamente la variable, solo se observó el fenómeno de estudio tal y como se da en su contexto natural, que luego de un análisis de los datos recolectados se determinó el perfil del visitante, el levantamiento de información se realizó en julio y agosto del presente año, ya que en este tiempo existe demanda de turistas en el cantón Salinas provenientes de la sierra ecuatoriana.

### **Deductivo**

Según Bernal, C. (2010) Para obtener explicaciones particulares, este método de razonamiento consiste en llegar a conclusiones generales. El método comienza con el análisis de postulados, teoremas, leyes, principios, etc., que son universales y han sido comprobados para aplicarlos a soluciones o hechos específicos.

Fue necesario desarrollar este método para indagar problemáticas, la investigación partió de conocer conceptos del objeto de estudio para luego ir al campo a recolectar datos y estructurar el perfil del visitante de la parroquia Anconcito, además de identificar la oferta turística existente en el destino, de esta forma se cumple con la teoría del autor citado partiendo de lo general a lo particular.

## **2.3. ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN**

### **Descriptiva**

Hernández, et al (2010), Estos estudios tienen como objetivo determinar las características, propiedades y perfiles de las personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier fenómeno que sea objeto de análisis. En otras palabras, su único objetivo es medir o recopilar información sobre los conceptos o variables a los que se refieren de manera independiente o colaborativa, su mayor objetivo no es indicar como se relacionan estas.

Como menciona el autor esta investigación aporta a la construcción del perfil de las personas, es así como fue la indicada para identificar el perfil del visitante que llega a la parroquia Anconcito ya que fue necesario levantar información de los visitantes en un determinado periodo de tiempo, para identificar cualidades como datos sociodemográficos, motivaciones, intereses y actividades preferidas para luego elaborar el perfil del visitante.

## 2.4. NATURALEZA DE LOS DATOS

### Metodología Cuantitativa

Hernández, et al (2010) indica que este enfoque utiliza la recolección de datos para probar hipótesis basadas en mediciones y análisis estadísticos, establecer patrones de comportamiento y probar teorías.

Para la investigación “Perfil del visitante como herramienta para proyectar la oferta turística en la parroquia Anconcito, cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena” fue necesario aplicar un diseño metodológico con enfoque cuantitativo ya que fue necesario aplicar análisis estadísticos de los datos recolectados y así establecer el respectivo perfil del visitante de la localidad, mismo que servirá como herramienta para fortalecer la oferta turística del destino

## 2.5. POBLACIÓN Y MUESTRA.

### Población

Todo proceso de investigación requiere del análisis de objeto de estudios, también conocido como el universo o población, este grupo conforman el conglomerado total del contexto de la investigación. Para el estudio “Perfil del visitante como herramienta para proyectar la oferta turística en la parroquia Anconcito” se tomó en cuenta datos proporcionados por parte de la Asociación Dorado Amanecer del Puerto Pesquero Artesanal de Anconcito, misma que menciona que llegan aproximadamente 2000 visitantes al mes a la localidad.

### Tabla 2

*Población.*

<b>Turistas que visitan la parroquia Anconcito</b>	
<b>Descripción</b>	<b>Visitantes</b>
<b>No. Visitantes</b>	2000

*Fuente: Asociación Dorado Amanecer (2023)*

*Elaborado por: Delgado, E. (2023)*

### Método de Muestreo: Probabilístico aleatorio Simple

Según Tamayo, M. (1999), es posible determinar la probabilidad que tiene cada sujeto de estudio de la población a ser escogido en la muestra. Es decir, mediante este método se pueden realizar afirmaciones probabilísticas ya que de las 2000 personas que visitan la parroquia Anconcito existe la probabilidad que cualquiera de ellos sea escogido para formar parte de la muestra.

**Tabla 3**

*Método de Muestreo: Probabilístico Aleatorio Simple.*

<b>N</b>	Tamaño de la Población	2000
<b>N</b>	Tamaño de la muestra	<b>323</b>
<b>Z</b>	Parámetro estadístico que depende del Nivel de Confianza (NC)	95%=1.96
<b>P</b>	Probabilidad de que ocurra el evento (éxito)	0.50
<b>Q</b>	(1-p)= probabilidad de que no ocurra el evento estudiado	0.50
<b>E</b>	Error de estimación máximo aceptado	0.05

*Elaborado por: Delgado, E. (2023)*

### Cálculo del Tamaño de la Muestra

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

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

## **Muestra**

Hernández, et al (2010) menciona que la muestra es el subgrupo de la población que se utilizará para recopilar los datos y debe definirse con precisión para que sea representativa de la población. El objetivo principal del investigador es que los hallazgos de la muestra puedan generalizarse o extrapolarse a la población en general.

Después de aplicar la fórmula de muestreo con un 95% de nivel de confianza y con 0,05% de margen de error el número de la muestra fue de 323, lo que representa al número de visitantes que se encuentren en la parroquia Anconcito quienes serán encuestados con el objetivo de obtener información relevante que aporten a la construcción del perfil del visitante.

## **2.6. RECOLECCIÓN DE DATOS**

### **2.6.1. Instrumentos de recolección de datos**

#### **Cuestionario**

Según Bernal, C. (2010), este tipo instrumento de recolección se utiliza frecuentemente en estudios exploratorios ya que ahorra tiempo y dinero, consiste en un conjunto de preguntas en su mayoría cerradas con respecto de una o más variables, donde el participante puede seleccionar más de una opción o categoría.

En este estudio se elaboró un cuestionario con preguntas objetivas para realizar su aplicación de una forma más sencilla y en corto tiempo, con el objetivo de no quitarle mucho tiempo al encuestado, este cuestionario fue aplicado a los visitantes que llegan a la parroquia Anconcito, esto con el objetivo de identificar características que tienen en común los encuestados y de esta forma construir el perfil.

#### **Ficha de jerarquización de atractivos turísticos del Ministerio de Turismo**

Ministerio de Turismo del Ecuador (2017) El inventario de atractivos turísticos es un registro valorado de todos los lugares que forman parte del patrimonio nacional por sus características naturales, culturales y oportunidades de operación. Es un recurso dinámico de información integrada que ayuda a la gestión al proporcionar datos consistentes para la planificación, ejecución y evaluación del territorio, lo que facilita la toma de decisiones sobre el desarrollo turístico.

Para inventariar los atractivos turísticos de la parroquia Anconcito se utilizó la ficha de jerarquización de atractivos del Ministerio de Turismo en este inventario se analiza variables como la accesibilidad, conectividad, planta turística y complementaria, estado de conservación e integración del entorno, higiene y seguridad turística, políticas y regulaciones, actividades que se practican en el atractivo, difusión, medios de promoción y comercialización del atractivo, registro de visitantes y recurso humano.

## **2.6.2. Técnicas de recolección de datos**

### **Encuesta**

La encuesta Montes, G (2010) menciona que es un sistema de preguntas para recopilar información para una investigación. Para usar esta estrategia, es necesario haber tenido contacto directo con el lugar, las autoridades y la población (conocer su problema). Después de eso, es posible determinar el número y, sobre todo, el tipo de preguntas que pueden conducir a la verificación de la hipótesis.

Esta técnica se evidencia en la investigación ya que después de desarrollar el cuestionario de preguntas objetivas con variables sociodemográficas, socioeconómicas, motivaciones, expectativas, fue aplicado a 323 visitantes que se encontraban en la parroquia Anconcito en los meses de julio y agosto, con el objetivo de estructurar el perfil del visitante.

### **Observación Directa**

Esta técnica de recolección según Bernal, C (2010) Cada día cobra más credibilidad y su uso tiende a generalizarse debido a que permite obtener información directa y confiable, siempre y cuando se haga mediante un procedimiento sistematizado y muy controlado. Por lo cual hoy se utilizan medios audiovisuales muy completos, especialmente en estudios del comportamiento humano.

Para identificar la oferta turística existente en la parroquia Anconcito es necesario que el investigador se traslade hasta el campo y tener un acercamiento directo con el objeto de estudio, por esto mediante una ficha de jerarquización del Ministerio de Turismo se pudo levantar los principales atractivos turísticos de la localidad y así cumplir con éxito el segundo objetivo de la investigación y además de poder plasmar dicha información mediante fotografías.

## **Procesamiento de Datos**

Microsoft Excel como la herramienta principal para tabular los resultados de la encuesta recopilada. En una primera etapa, se importó los datos brutos en formatos CSV a una hoja de cálculo de Excel, organizando las respuestas en columnas y asignando etiquetas claras a cada variable. A continuación, se empleó funciones como filtros y ordenamientos para depurar y organizar la información, eliminando repuestas duplicadas o inconsistentes. Además, se aprovechó las capacidades de las fórmulas en Excel para calcular estadísticas descriptivas, como promedios y porcentajes, facilitando así la interpretación de los resultados y la identificación de patrones relevantes para la investigación.

Una vez que los datos estuvieron organizados, se utilizó gráficos y tabla dinámicas en Excel para visualizar de manera efectiva las tendencias y patrones emergentes en las respuestas de las encuestas. Este enfoque no solo simplifico la comunicación de los hallazgos, sino que también proporciono una base sólida para el análisis cualitativo posterior. En resumen, Excel se revelo como una herramienta invaluable en la tabulación y análisis de datos de la encuesta permitiendo al investigador obtener conclusiones significativas para el presente trabajo.

En cuanto la elaboración del inventario de atractivos turísticos es un proceso sistemático que comprende 5 etapas fundamentales independientes y que en varios casos se retroalimentan para ajustar la información que es detallada en la ficha de investigación de atractivos turísticos específicamente diseñada para este propósito, las etapas se detallan a continuación:

Etapa I: Listado preliminar. – El proceso comienza con la identificación de sitios, monumentos o fenómenos naturales y socioculturales que actualmente son considerados o tienen el potencial de convertirse en atractivos turísticos. Para lograrlo es necesario examinar literatura que aborde características físicas, la flora, la fauna, la historia, las costumbres, las festividades entre otros aspectos, relacionados con el sitio de interés.

A partir de la información recopilada, se genera una primera lista de atractivos turísticos, la cual puede ser enriquecida durante el desarrollo del trabajo. Esta lista

inicial se organiza considerando categorías, tipos y, en la medida de lo posible, subtipos. Esta primera clasificación será objeto de revisión y ajuste conforme se avance en los pasos posteriores del proceso, incorporando nueva información obtenida en esta etapa.

Etapa II: Recopilación de Información escrita. – Tomando en consideración las características particulares del atractivo y su clasificación inicial, se procede a obtener información que detalle aspectos relevantes que le den intereses turísticos. Para llevar a cabo este proceso, se puede hacer uso de diversas entidades tanto públicas como privadas. Adicionalmente, se recopila información relacionada con la infraestructura (carreteras, servicios básicos y comunicación), transporte, y la planta turística (alojamiento, alimentación, etc). También se busca obtener datos complementarios acerca del sitio en cuestión y de los centros poblados más cercanos al atractivo. Es fundamental realizar toda recopilación de datos siguiendo la metodología establecida.

Etapa III: Verificación de Campo. – Después de identificar los atractivos y describir características claves, es esencial verificar la precisión de la información recopilada a través de fuentes secundarias. Este proceso implica visitar cada uno de los atractivos para evaluar la actualidad y confiabilidad de la información existente, complementándola o actualizándola según sea necesario. En esta fase se recomienda planificar rutas de verificación que permita cubrir varios atractivos en un solo viaje para optimizar el tiempo de trabajo. La información sobre carreteras y servicios de transporte resulta valiosa para este propósito.

Etapa IV: Elaboración de ficha de inventario. – Con toda la información disponible se procede al llenado de la Ficha de Inventario considerando las directrices establecidas en los apartados siguientes; la información de los elementos relevantes que le otorgan interés turístico al atractivo debe ser descritos en la ficha de investigación. En esta etapa se debe revisar la clasificación inicial otorgada al atractivo para su registro definitivo.

Etapa V: Jerarquización y registro final de la información. – Finalizada la elaboración de la ficha de inventario, se procede a realizar la clasificación jerárquica de cada uno de los atractivos previamente inventariados. Es esencial que la evaluación de la calidad y potencial turístico sea realizada por un equipo interdisciplinario que, además de revisar y la ficha de inventario, tenga conocimiento directo del atractivo en cuestión.

Para concluir este proceso, se realiza el registro definitivo de la información y su posterior almacenamiento, organizándola de acuerdo con la categoría, tipo y subtipo de cada atractivo. Además, se sugiere crear un listado de atractivos ordenados según su jerarquía por categoría y, en cada caso, por orden alfabético.

En cuanto la ponderación se basa en los criterios de potencial, atraktividad, singularidad, complementariedad y sostenibilidad, que son los índices de competitividad turística establecidos por la Organización Mundial de Turismo. Cada criterio tiene un peso diferente, y dentro de cada criterio, cada variable también tiene un peso diferente.

La jerarquización se obtiene sumando los puntajes ponderados de todas las variables de la ficha, y comparando los resultados con los rangos establecidos en el manual de ponderación. Los rangos se detallan a continuación:

- Atractivos turísticos de Jerarquía IV: más de 81 puntos
- Atractivos turísticos de Jerarquía III: entre 61 y 80 puntos
- Atractivos turísticos de Jerarquía II: entre 36 y 60 puntos.
- Atractivos turísticos de Jerarquía I: entre 11 y 35 puntos
- Recursos turísticos: entre 0 y 10 puntos.

## CAPITULO III

### RESULTADOS Y DISCUSIÓN

#### 3.1. PERFIL DEL VISITANTE DE LA PARROQUIA ANCONCITO

**Tabla 4**  
*Perfil del visitante (Anconcito).*

<b>Perfil del visitante (Anconcito)</b>	
<b>Datos Demográficos</b>	<b>Rango Promedio</b>
<b>Géneros</b>	Hombres y Mujeres.
<b>Edad</b>	Entre 18 a 55 años.
<b>Estado Civil</b>	Casados
<b>Nivel de Estudios</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Primaria.</li><li>• Secundaria.</li></ul>
<b>Procedencia de Visita</b>	La región Sierra Ecuatoriana.
<b>Frecuencia de Visita</b>	Periodo de vacaciones de la Sierra y feriado del 10 de agosto.
<b>Nivel de Ingresos</b>	Entre \$51 a \$100 diarios.
<b>Motivación de Visita</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Atractivos Naturales.</li><li>• Sol y Playa.</li><li>• Deportes Acuáticos.</li><li>• Paseos guiados</li></ul>
<b>Necesidad de Visita</b>	
<b>Modalidad de Visita</b>	La realizan en compañía de familiares y amigos.
<b>Medio de Planificación de Viaje</b>	La realizan de forma Independiente.
<b>Promoción Turística</b>	Son por medio de recomendaciones de amigos y familiares y por las redes sociales de Tik Tok e Instagram.
<b>Percepción del Turista</b>	Entre bueno y regular.

Según datos recolectados a través de la encuesta anteriormente realizada en los meses de julio y agosto, en cuanto los datos demográficos existen una equilibrada representación entre hombre y mujeres, en cuanto la edad predomina turistas con un rango de 18 a 45 años, mientras que su estado civil la mayoría de los visitantes están casados o en unión libre, respecto al nivel educativo existe una mayor presencia en niveles de primaria y secundaria aunque también existió un porcentaje significativo en tercer nivel.

En los meses que se realizó la encuesta encabeza la lista los visitantes que provienen de la región Sierra Ecuatoriana sobre todo de las provincias de Pichincha, Azuay y Chimborazo, lo que significa que, en estas fechas debido al periodo de vacaciones de la sierra y el feriado de 10 de agosto, corrobora una vez más que el movimiento creciente del turismo denominado como interno o nacional, que para este caso aplica en época de verano. En cuando el gasto que realizan los visitantes en Anconcito son entre \$51 y \$100 diarios, pero hay diversidad en los niveles de gastos, lo que indica diferentes perfiles de turistas con distintos presupuestos.

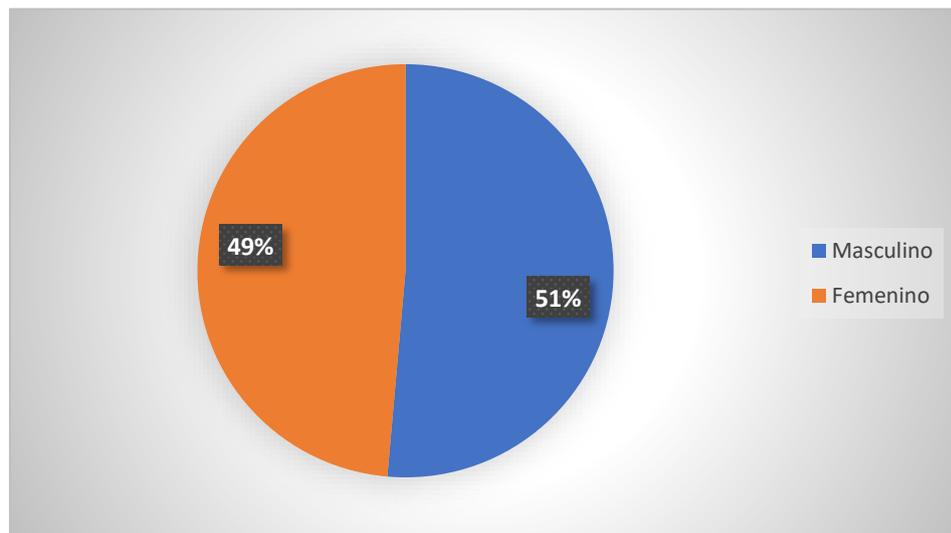
Adicional la mayoría de los turistas son atraídos por los atractivos naturales, lo que destaca la importancia de la belleza natural del lugar para los visitantes. La gastronomía y festividades locales no parecen ser factores motivadores según los datos. En cuanto las actividades más populares son sol y playa, seguidas de deportes acuáticos. Sin embargo, también existe un interés por actividades culturales y otras experiencias más allá de la playa.

Por otro lado, las tendencias en cuanto la modalidad de su viaje la realizan en compañía de familiares y amigos, mientras que la planificación la hacen de forma independiente, lo que resalta la importancia de estrategias de promoción accesibles y efectivas en línea de atraer a los turistas. La información que ellos adquieren proviene principalmente de recomendaciones de amigos y familiares, seguida de recursos en líneas. Esto resalta la relevancia del tipo de publicidad denominado “boca a boca” y la presencia en internet para la promoción del destino. Si bien, las redes sociales más utilizadas son tik tok e Instagram, aunque la mayoría de encuestados manifestaron que no han visto publicidad de Anconcito en estas plataformas.

Finalmente, el grado de percepción del turista en cuanto los servicios en general que recibieron durante su estancia califican como bueno y regular, sin embargo, la calificación asignada corresponde a todo aquello que los visitantes consumieron en el destino, la gastronomía y que bajo su criterio suma la experiencia y supere sus expectativas; todo esto permite entender que aún faltan muchos aspectos que mejorar para que la perspectiva del turista sea superada y que ellos califiquen al destino como excelente.

**Figura 3**

*Género del visitante*



*Fuente: Encuesta dirigida a visitantes de la parroquia Anconcito (2023)*

*Elaborado por: Delgado, E. (2023)*

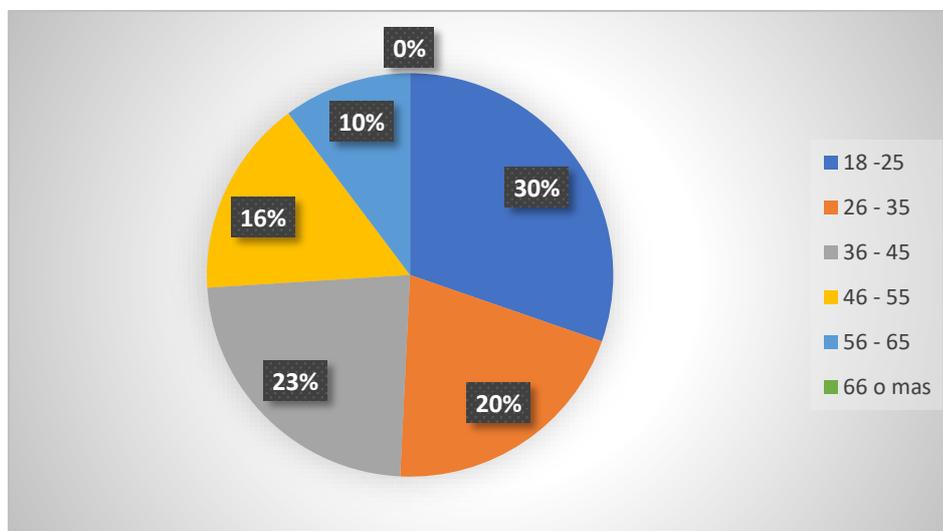
La muestra está relativamente equilibrada en términos de género, con 166 personas que representan el 51% de individuos identificados como masculinos y 157 encuestados quienes representan los 49% de la muestra identificados como género femenino. La diferencia es mínima, lo que indica una distribución bastante pareja, entonces se puede observar que existe un equilibrio cercano al 50-50 entre géneros esto puede ser considerado representativo y útil para análisis más detallados.

Los datos sugieren que tanto hombres como mujeres visitan la parroquia de Anconcito en proporciones casi iguales. La paridad en la distribución de género puede indicar una atracción turística que no está sesgada hacia un género en particular.

Esto podría ser un punto positivo en la promoción de la parroquia como un destino turístico inclusivo y atractivo para diversos grupos.

**Figura 4**

*Edad (grupo en años).*



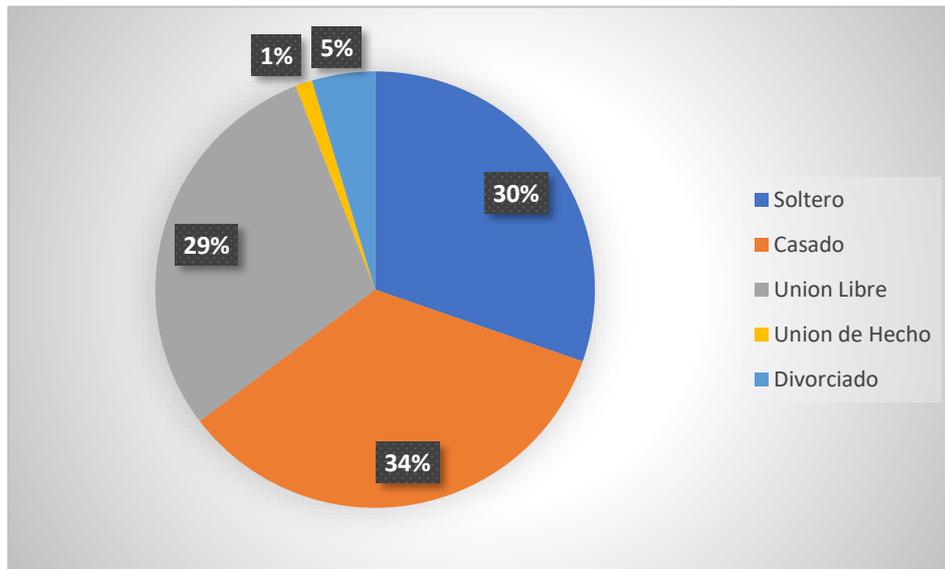
*Fuente: Encuesta dirigida a turistas de la parroquia Anconcito (2023)*

*Elaborado por: Delgado, E. (2023)*

La mayoría de los turistas pertenecen a los grupos de 18 a 45 años, representando el 73% del total de visitantes encuestados. Estos grupos (18-25, 26-35, y 36-45 años) abarcan la mayor parte de la muestra. A medida que la edad aumenta, la cantidad de turistas en cada grupo disminuye. Los grupos de 46 a 65 años representan el 42% (16% + 10% + 16%) del total de turistas, con una disminución progresiva en el número de visitantes a medida que se avanza en estos grupos de edad. En esta muestra, no hay turistas registrados mayores de 65 años.

Los datos sugieren una concentración notable en turistas más jóvenes y de mediana edad que visitan Anconcito, esto da una pauta para segmentar el público a quien se pretenda promocionar el destino y quienes dirigir los productos turísticos que se desarrollen dentro de la parroquia.

**Figura 5**  
*Estado Civil.*



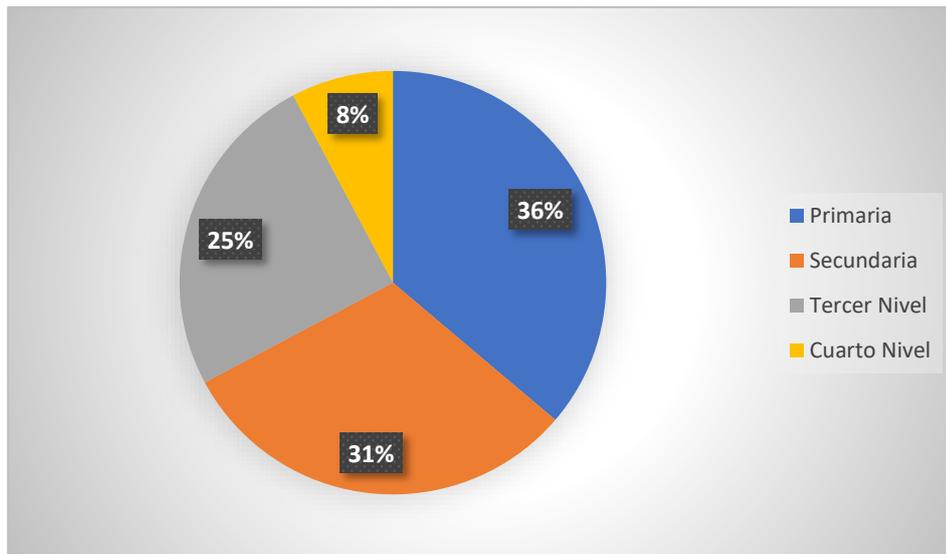
*Fuente: Encuesta dirigida a turistas de la parroquia Anconcito (2023)*  
*Elaborado por: Delgado, E. (2023)*

El estado civil más común entre los turistas que visitan Anconcito es el casado, representando el 34% del total de la muestra, mientras que el grupo de turistas solteros constituye el 30% del total, seguido de cerca por los que están en unión libre con un 29%, mientras que los turistas divorciados representan el 5% y aquellos en unión de hecho son el grupo menos numeroso, con solo el 1%.

Entonces los datos evidencian que la mayoría de los turistas son personas casadas o en uniones libres, lo que puede sugerir que Anconcito es atractivo para parejas y familias, asimismo la presencia significativa de turistas solteros también podría indicar una oferta turística que atrae a personas que viajan individualmente o en grupos más pequeños. Los datos demuestran que se puede ajustar la oferta turística para adaptarse a las necesidades y preferencias de los distintos grupos. Por ejemplo, promocionar actividades familiares para atraer a parejas casadas y grupos familiares, así como ofrecer opciones de entretenimiento para turistas solteros.

**Figura 6**

*Nivel de Estudios.*

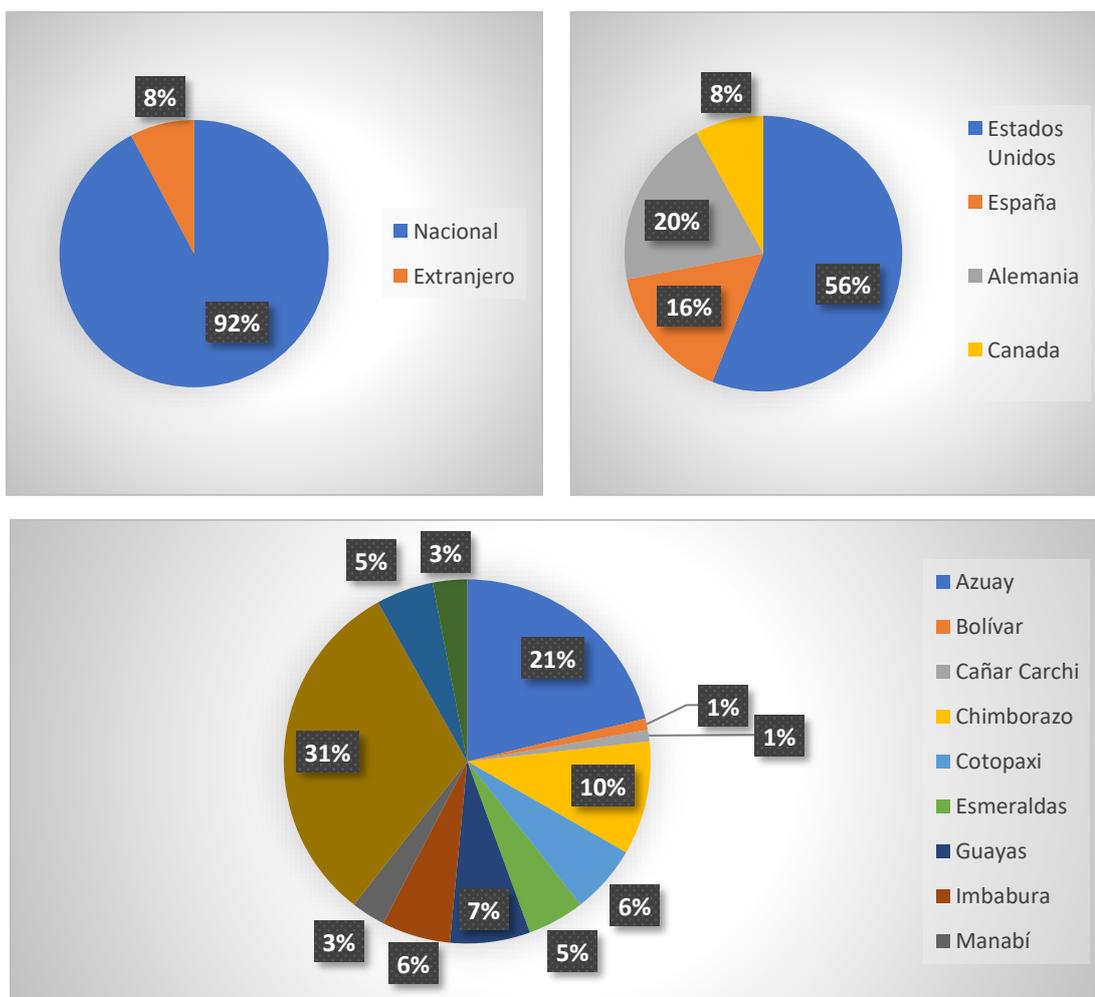


*Fuente: Encuesta dirigida a turistas de la parroquia Anconcito (2023)  
Elaborado por: Delgado, E. (2023)*

El grupo más grande está compuesto por turistas con educación primaria, representando el 36% del total de la muestra. El segundo grupo más numeroso es el de turistas con educación secundaria, con el 31% del total de la muestra. En tercer lugar, se encuentran los turistas con educación de tercer nivel (técnica o universidad) conformando el 25%. Los turistas con educación de cuarto nivel (postgrado, maestría, doctorado) son el grupo menos numerosos, representando el 8%.

La mayoría de los turistas tienen niveles educativos básicos: primaria y secundaria, lo que puede indicar un mercado que valora a actividades o tours más accesibles y menos académicos. A pesar de que los turistas con educación de tercer nivel son significativos, podrían existir oportunidades para ofrecer actividades más especializadas o académicos para este grupo, ya que representan una cuarta parte de los visitantes. Se podrían diseñar actividades educativas o informativas adaptadas a los diferentes niveles educativos. Por ejemplo, ofrecer tours históricos más detallados para aquellos con educación más avanzada y opciones más lúdicas para quienes tienen educación básica.

**Figura 7**  
*Procedencia.*



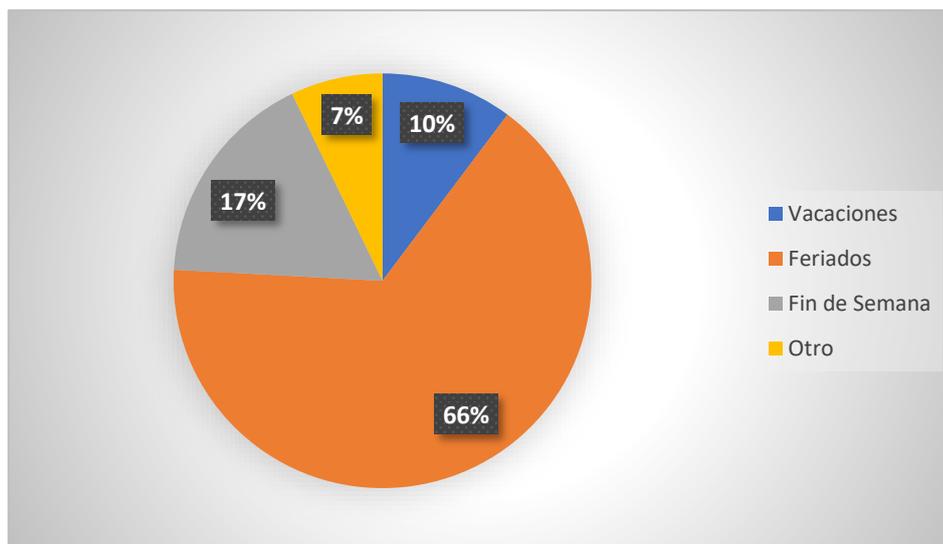
*Fuente: Encuesta dirigida a turistas de la parroquia Anconcito (2023)  
Elaborado por: Delgado, E. (2023)*

La información recolectada evidencia que del total de la muestra el 92% son turistas nacionales, mientras que solo un 8% manifestaron ser extranjero. De los turistas nacionales se constató que las provincias que encabezan este listado son Pichincha, Azuay y Chimborazo, mientras que los turistas extranjeros el 56% provienen de Estados Unidos.

Se confirma que los meses de julio a agosto existe una demanda de turistas que provienen de la sierra ecuatoriana, ya que coincide con los meses de vacaciones escolares en esta región, además que existe un índice bajo de turistas de la costa.

**Figura 8**

*¿Con qué frecuencia, visita la parroquia Anconcito?*



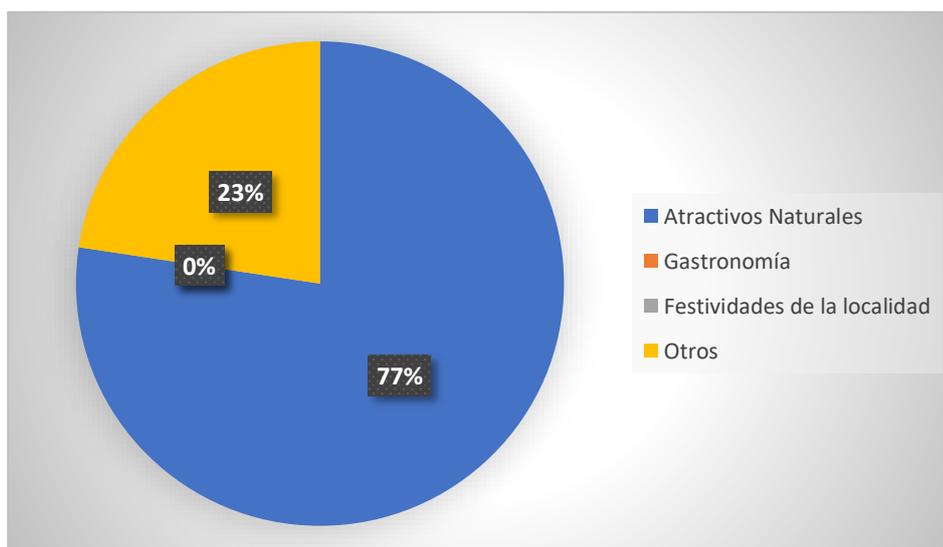
*Fuente: Encuesta dirigida a turistas de la parroquia Anconcito (2023)  
Elaborado por: Delgado, E. (2023)*

La mayoría de los turistas visitan Anconcito durante feriados, representando el 66% del total de la muestra. El segundo periodo más común para la visita es durante los fines de semana, con el 17% del total de la muestra. Los turistas que visitan durante vacaciones constituyen el 10%. Un pequeño porcentaje, el 7% visita en otros momentos no especificados.

La mayoría afluencia durante feriados pueden indicar una oportunidad para promover actividades o eventos especiales durante estos periodos para atraer más visitantes. Por ejemplo, la planificación de la promoción de eventos o actividades especiales para los feriados, creando paquetes turísticos atractivos para estas fechas.

**Figura 9**

*¿Qué le motivó visitar la parroquia Anconcito?*



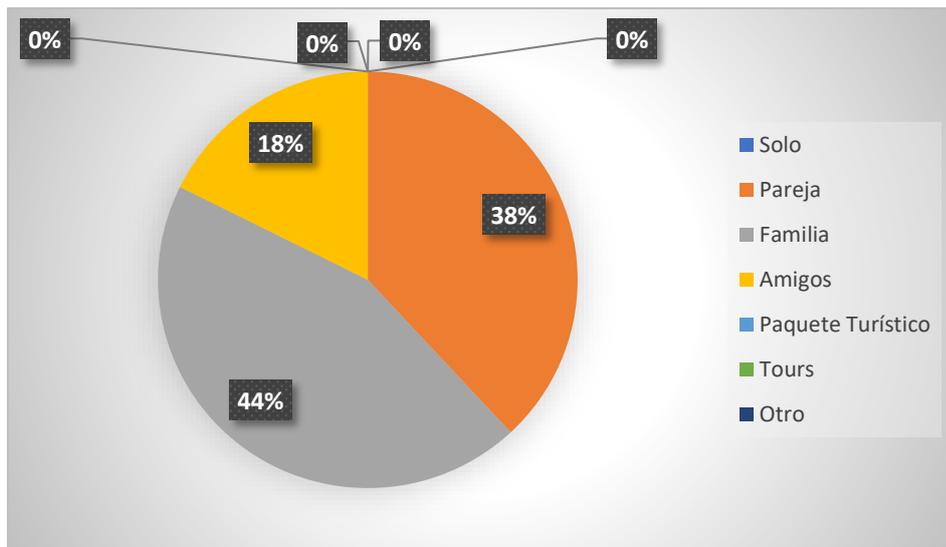
*Fuente: Encuesta dirigida a turistas de la parroquia Anconcito (2023)  
Elaborado por: Delgado, E. (2023)*

La mayoría de las personas que visitaron la parroquia Anconcito lo hicieron motivadas por sus atractivos naturales, representando un abrumador 77% del total de la muestra. Esto sugiere que la belleza natural, paisajes, playas u otros elementos relacionados con la naturaleza podrían haber sido un gran atractivo para los visitantes. El hecho que en un 23% mencionara “Otros” como motivo para visitar la parroquia indica una diversidad de razones menos específicas. Podrían incluir aspectos como la cultura local, la hospitalidad de la gente, actividades recreativas específicas, o incluso recomendaciones personales. Por otro lado, es interesante notar que ni la gastronomía, ni las festividades de la localidad fueron mencionadas como motivos para visitar. Esto podría sugerir oportunidades para desarrollar y promover más la oferta gastronómica local o para destacar las festividades locales como un atractivo turístico potencial.

En resumen, los datos sugieren que la naturaleza es el principal atractivo para los visitantes de la parroquia de Anconcito, aunque hay una diversidad de otros motivos que también influyen en la elección de visitar este lugar.

**Figura 10**

*La modalidad de su viaje la realiza*



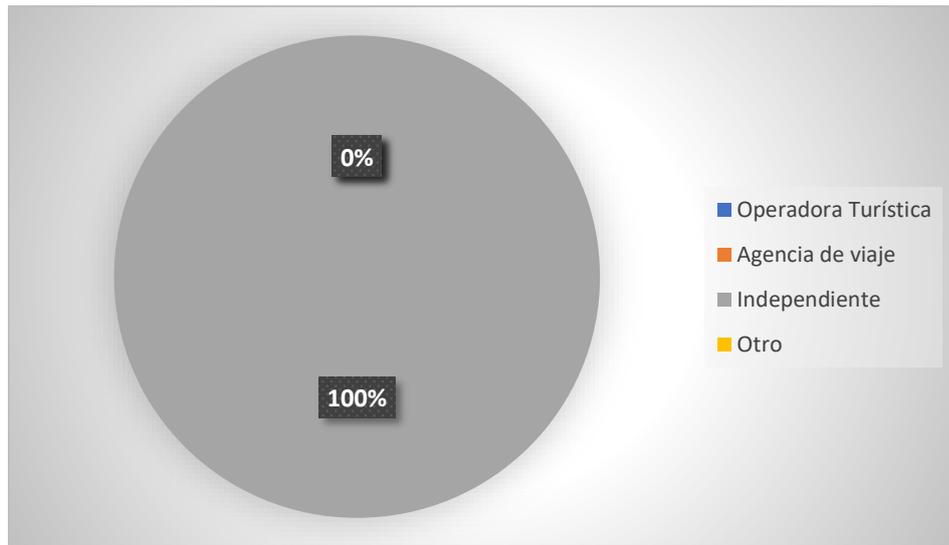
*Fuente: Encuesta dirigida a turistas de la parroquia Anconcito (2023)  
Elaborado por: Delgado, E. (2023)*

La mayoría de las personas que visitaron la parroquia de Anconcito prefieren viajar en términos de compañía. El 38% en parejas y el 44% en familia, estas dos categorías combinadas, representan la mayoría de los turistas. Esto sugiere que Anconcito atrae tanto parejas como a familias, lo que podría indicar que la zona es vista como un destino adecuado para escapadas románticas y también como un lugar familiar para disfrutar juntos. El 18% de la muestra pertenece a viajar con amigos, aunque es el porcentaje más bajo, pero significativo. Esto sugiere que un segmento considerable de visitantes prefiere viajar con amigos. Esto podría indicar que hay oportunidades para actividades o servicios dirigidos a grupos de amigos que visitan la parroquia Anconcito. Por último, ninguno de los encuestados mencionó las modalidades de viaje como: Solos, paquetes turísticos, tours y otros.

Los datos sugieren que la mayoría de los visitantes de Anconcito son parejas y familias, lo que apunta que la parroquia tiene un atractivo particular para estos grupos. Aunque los viajes de amigos también son relevantes, las modalidades de viajes en solitario, paquetes turísticos organizados y tours no parecen ser preferencias entre los encuestados.

**Figura 11**

*¿Por qué medio realizó la planificación de su viaje?*



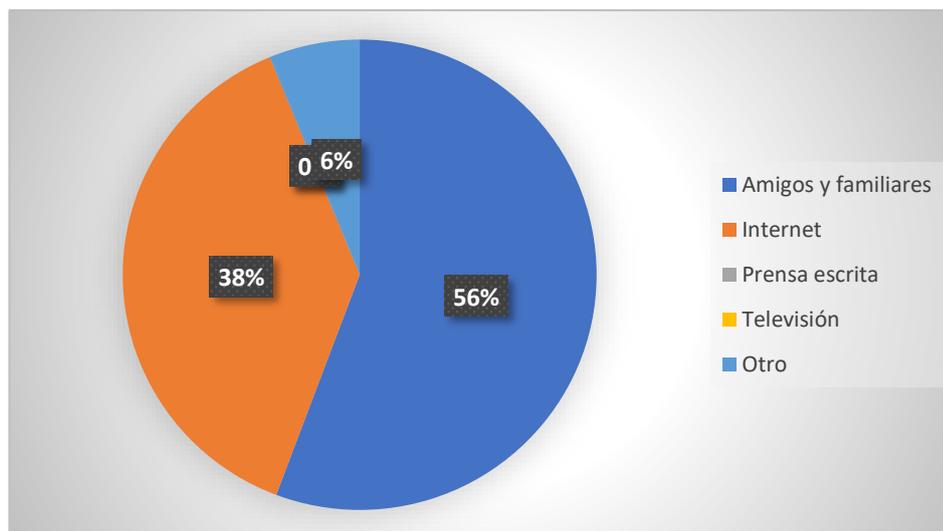
*Fuente: Encuesta dirigida a turistas de la parroquia Anconcito (2023)  
Elaborado por: Delgado, E. (2023)*

Estos datos son bastantes reveladores, respectivamente a la manera en que los turistas planifican sus viajes a Anconcito. Con el 100% de la muestra todos los encuestados son independientes. Esto sugiere que los turistas que visitan Anconcito tienden a organizar sus viajes por sí mismo. Sin depender de operadoras turísticas o agencias de viajes.

Concisamente, los datos sugieren que todos los turistas que visitan Anconcito planifican sus viajes de manera independiente. Esta tendencia resalta una preferencia por la autonomía y sugiere que la información sobre el destino podría ser fácilmente accesible para los turistas que desean organizar sus propias experiencias de viaje.

**Figura 12**

*La información del destino la obtuvo de:*



*Fuente: Encuesta dirigida a turistas de la parroquia Anconcito (2023)*

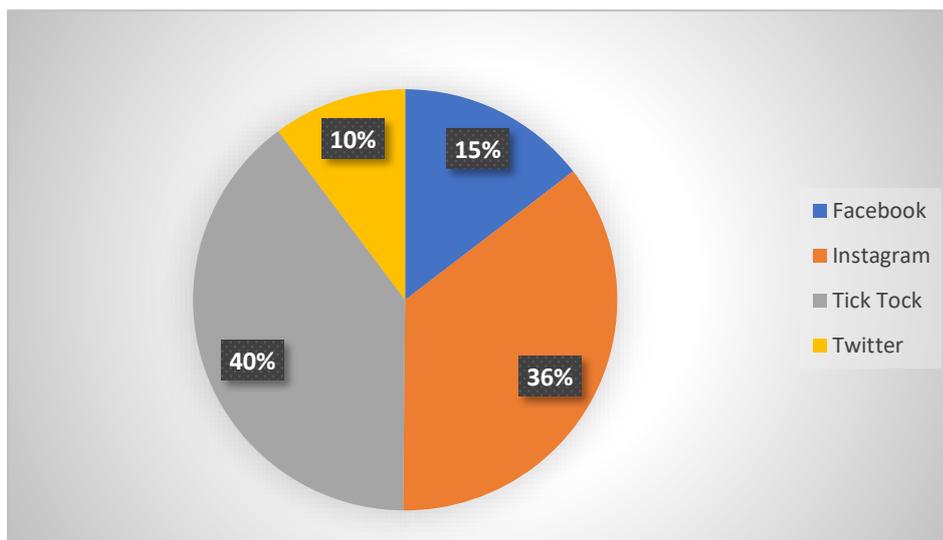
*Elaborado por: Delgado, E. (2023)*

La mayoría de las personas que visitaron Anconcito tienen una manera relevante para obtener información de Anconcito. Con el 56% de la muestra, indica que más de la mitad de los encuestados mencionaron que obtuvieron información sobre el destino a través de amigos y familiares. El 38% de la muestra lo hace por internet. Esto podrían incluir sitios web de viajes, redes sociales blogs de viajeros o paginas oficiales de turismo. Por otro lado, el 6% denominado “Otros”, este porcentaje mencionó fuentes de información adicionales no especificadas. Podrían ser fuentes menos comunes como folletos locales o eventos turísticos programados. Pero ninguno de los encuestados mencionó haber obtenido información a través de medios tradicionales como la televisión y prensa, ya que no han sido informaciones efectivas.

Concisamente, los datos sugieren que las recomendaciones personales de amigos y familiares son la principal fuente de información para los turistas que visitan Anconcito, seguido por el uso del internet. Esto destaca la importancia de la experiencia durante su visita al destino y sugiere oportunidades para mejorar la promoción del destino en línea, así como explorar estrategias para aprovechar otros canales de información menos utilizados como la prensa o la televisión.

**Figura 13**

*¿Qué red social utiliza con mayor frecuencia?*



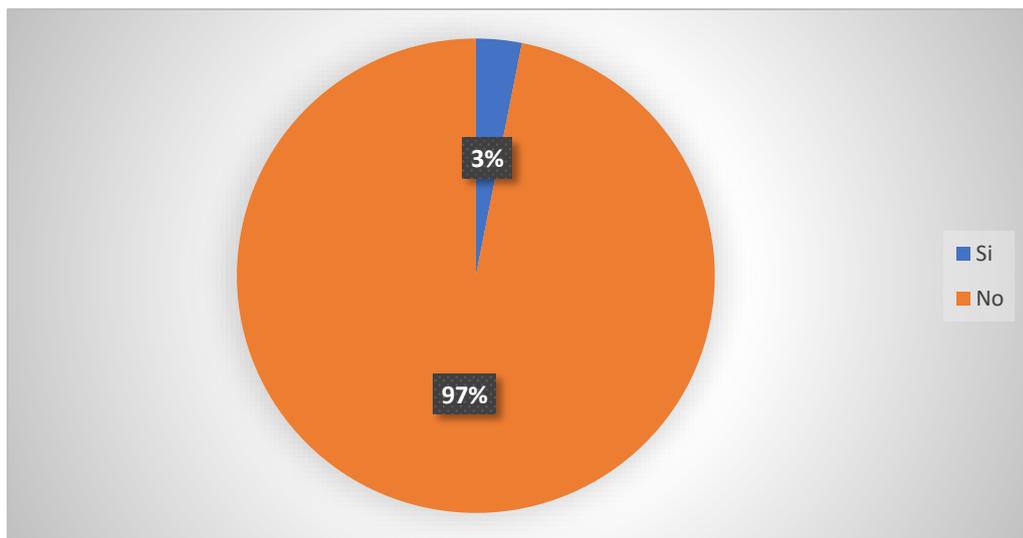
*Fuente: Encuesta dirigida a turistas de la parroquia Anconcito (2023)  
Elaborado por: Delgado, E. (2023)*

La mayoría de las personas que visitan Anconcito tienen una visión interesante de las preferencias de redes sociales. Con el 40% de la muestra. La plataforma digital Tik Tok y con el 36% Instagram, estas dos plataformas son las más populares entre los encuestados, su predominancia sugiere que los visitantes utilizan estas redes para compartir y descubrir contenido visual, como fotos y videos cortos, relacionados con su experiencia en Anconcito. Esto podría indicar que el atractivo visual del destino es un factor clave para los usuarios de estas redes. El 15% de la muestra se lo lleva Facebook, es probable que los usuarios utilicen esta plataforma para compartir contenido más extenso o interactuar con grupos y comunidades relacionadas con viajes. El 10% de la muestra es para la red de Twitter, es considerada la menos utilizada pero que es al mismo tiempo utilizada para compartir actualizaciones en tiempo real, opiniones o información breve sobre su experiencia en Anconcito.

Concisamente, los datos sugieren que tanto Tik Tok como Instagram son las redes sociales más utilizadas por los turistas que visitan Anconcito, seguidas por Facebook y Twitter. Estas destacan la importancia del contenido visual y la posibilidad de compartir experiencias breves y atractivas.

**Figura 14**

*Según la red social seleccionada ¿ha visto algún tipo de publicidad Anconcito?*



*Fuente: Encuesta dirigida a turistas de la parroquia Anconcito (2023)*

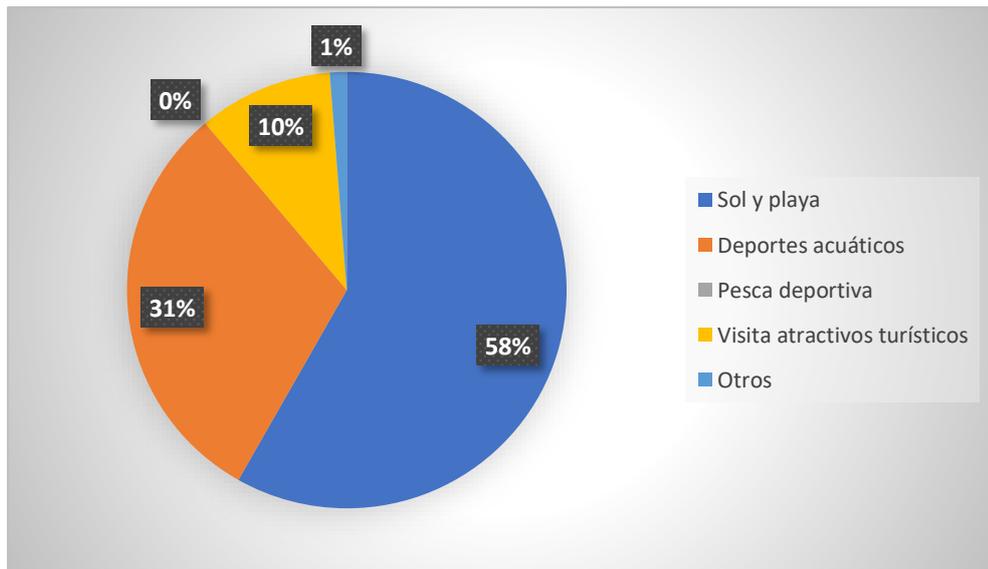
*Elaborado por: Delgado, E. (2023)*

La mayoría de las personas que visitan Anconcito indican con el 97% de la muestra, no haber visto publicidad de Anconcito través de redes sociales que utilizan con mayor frecuencia. Esto sugiere una brecha significativa en la estrategia de promoción en línea del destino. El 3% de la muestra es un SI. Aunque es un porcentaje muy bajo, indica que un grupo pequeño ha visto algún tipo de publicidad relacionada con Anconcito en las redes sociales que utilizan. Esto podría ser anuncios pagados, publicaciones patrocinadas o contenido promocionado.

Concisamente, los datos sugieren que la mayoría de los encuestados no ha visto publicidad de Anconcito en las redes sociales que utilizan con mayor frecuencia, lo que sugiere una oportunidad para mejorar estrategias de promoción del destino en estas plataformas digitales.

**Figura 15**

*¿Qué actividades turísticas realiza en Anconcito?*



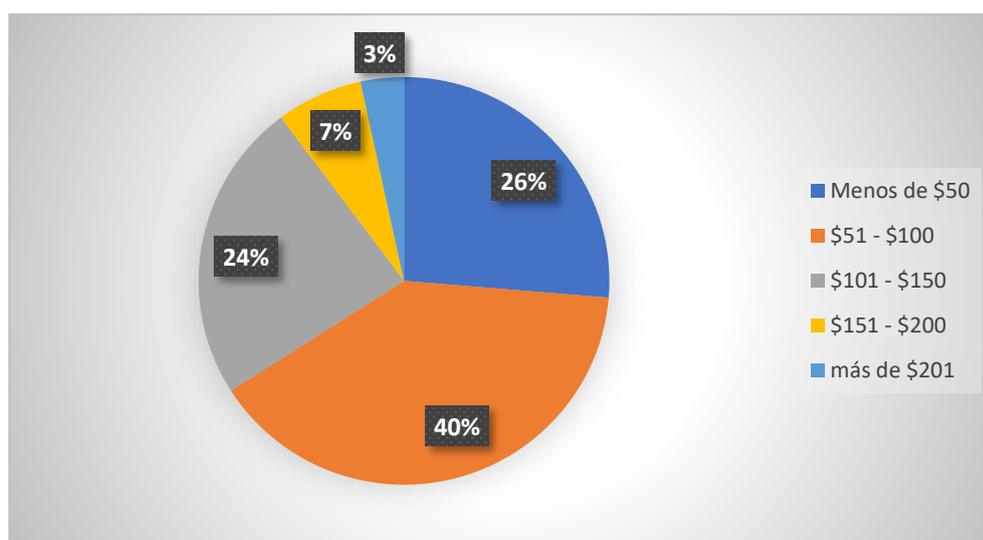
*Fuente: Encuesta dirigida a turistas de la parroquia Anconcito (2023)  
Elaborado por: Delgado, E. (2023)*

La mayoría de las personas que visita Anconcito se obtiene con un 58% de la muestra, que las actividades más populares son las de sol y playa, lo que se sugiere que la mayoría de los turistas buscan disfrutar del sol y la playa en su estadía en Anconcito. Por otro lado, tenemos un 31% de la muestra que refleja una parte considerable de los visitantes participan en actividades acuáticas como el surf, buceo, snorkel o cualquiera deporte acuático que esté relacionado con el agua. Con el 10% de la muestra una parte significativa de los turistas elige explorar los atractivos turísticos locales. Esto podría incluir visitas a lugares naturales, culturales o históricos en la zona. Por lo consecuente, ninguno de los encuestados tiene interés por la pesca deportiva u otras actividades a desarrollarse en el destino.

En resumen, estos datos sugieren un interés predominante en actividades relacionadas con la modalidad de sol y playa.

**Figura 16**

*¿Cuánto es el valor de gasto diario que realiza en Anconcito?*



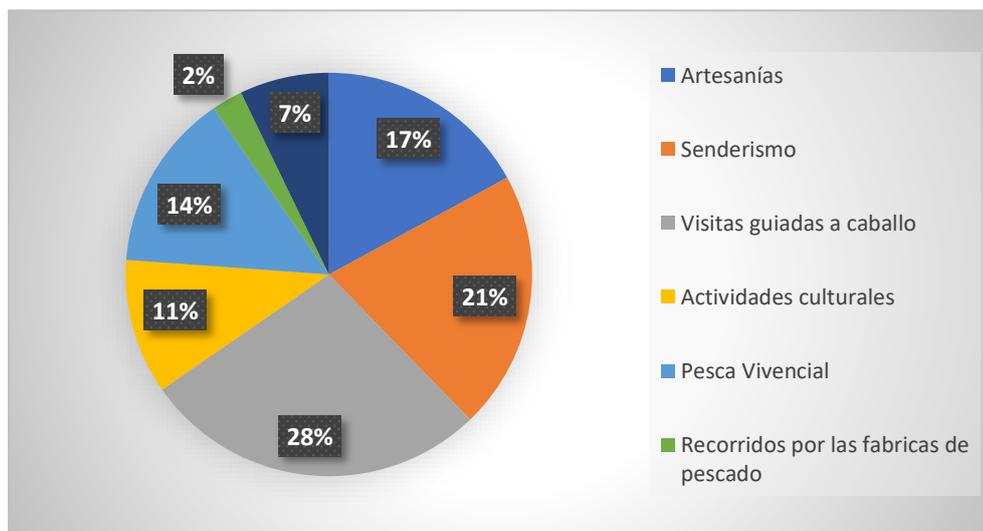
*Fuente: Encuesta dirigida a turistas de la parroquia Anconcito (2023)  
Elaborado por: Delgado, E. (2023)*

En los siguientes datos, un cuarto de los encuestados gasta menos de \$50 durante su estadía en Anconcito, perteneciendo al 26% de la muestra. Esto sugiere un grupo considerable que maneja su presupuesto más ajustado y en busca de opciones económicas durante su viaje. Por otro lado, con un gasto entre \$51 - \$100 representa el 40% de la categoría más grande que en su mayoría de turistas representa un rango de gasto medio que tienen un presupuesto moderado para actividades, comida y alojamiento. Entre \$101- \$150 que representa el 24% de la muestra, es una parte significativa de los encuestados que hacen sus gastos por día, lo que se sugiere que hay un segmento que está dispuesto a pagar un poco más en experiencias o servicios durante su estancia en Anconcito. Y por último con un rango entre \$151 - \$200 que pertenece al 7% y más del \$201 con un porcentaje de 3%, estas categorías disponen cantidades más altas, esto podría implicar que los visitantes busquen experiencias de mayor lujo o estén dispuestos a invertir en actividades premium durante su visita.

La mayoría de las personas durante su estadía en Anconcito posee un gasto diario entre \$51 - \$100 representando el 40% de la muestra, este rango de gasto medio refleja la cantidad considerable de visitantes que tiene un presupuesto moderado para actividades, comida y alojamiento.

**Figura 17**

*¿Según su experiencia en la parroquia Anconcito que otras actividades le gustaría que oferte el Destino?*



*Fuente: Encuesta dirigida a turistas de la parroquia Anconcito (2023)  
Elaborado por: Delgado, E. (2023)*

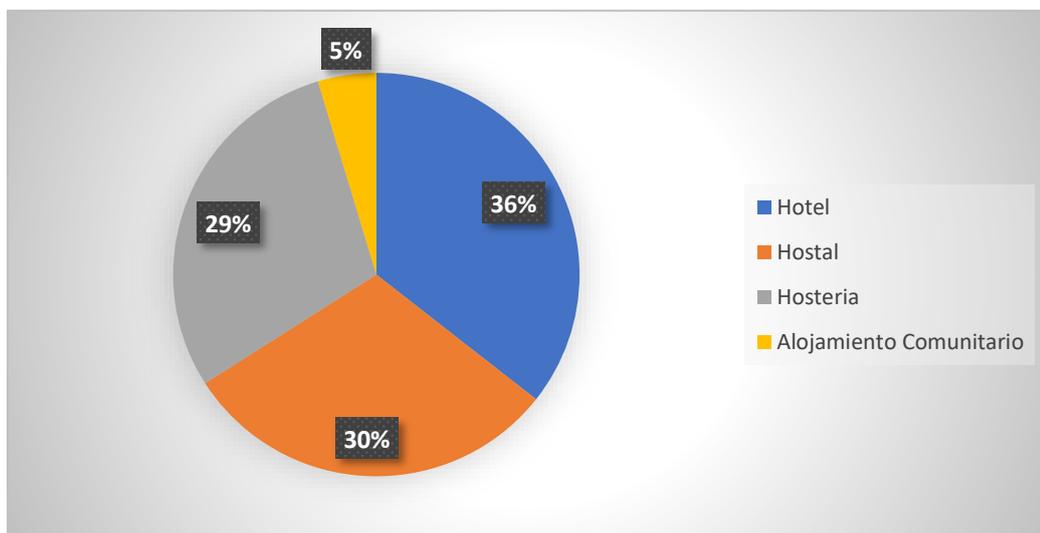
Estos datos reflejan las preferencias de los visitantes de Anconcito, por ejemplo, el 28% aceptarían una actividad de visitas guiadas a caballo, esta actividad es de gran interés por los encuestados por lo que se podría ofrecer una experiencia única y más cercana a la naturaleza para los visitantes. Con un 21% de la muestra, los encuestados prefieren la actividad del senderismo, actividad popular que indica interés en explorar el entorno natural en Anconcito a pie. La pesca vivencial posee un 14% de la muestra, una parte considerable de los encuestados muestra interés como una forma de sumergirse en la cultura y la vida cotidiana de la parroquia. Por otro lado, el 17 % de la muestra en artesanías, actividades culturales con el 11% de la muestra, paseos interpretativos con el 7% y recorridos por las fábricas de pescado con el 2% de la muestra, estas actividades, también muestran interés por la cultura local, la artesanía, la interpretación del entorno y la comprensión de la industria pesquera.

Estos resultados sugieren una diversidad de interés entre los visitantes de Anconcito, desde las actividades más orientadas a la naturaleza y la aventura hasta experiencias culturales y relacionadas con la pesca. Ofrecer estas actividades

adicionales podría enriquecer la oferta turística de la parroquia y satisfacer una variedad de intereses a los turistas

**Figura 18**

*Si se llegara a implementar el servicio de alojamiento ¿Qué tipo de establecimiento preferiría para hospedarse?*



*Fuente: Encuesta dirigida a turistas de la parroquia Anconcito (2023)  
Elaborado por: Delgado, E. (2023)*

Las preferencias de los visitantes de Anconcito en cuanto al tipo de establecimiento para hospedarse tenemos con un 36% en preferencia a un hotel y un 29% en preferencia a un hostal y un 29% en hostería. Estos tres tipos de alojamientos son las opciones más solicitadas y muestran una distribución bastante equilibrada en las preferencias. Esto sugiere que hay demanda diversa de alojamientos que van desde hoteles más convencionales hasta opciones más económicas como hostales y hosterías. Con un 5% tenemos al alojamiento comunitario que existe un pequeño porcentaje de los encuestados que estarían interesados en este tipo de alojamiento. Esto podría indicar un interés por experiencias más auténticas y de inmersión en la cultura local.

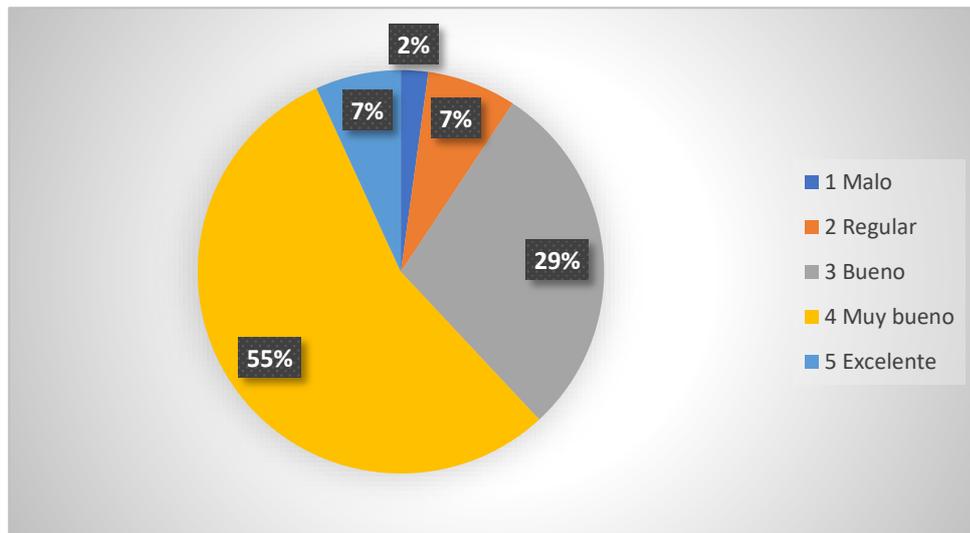
En resumen, la preferencia diversificada entre hotel, hostal y hostería sugiere que los visitantes tienen diferentes expectativas y necesidades en términos de alojamiento. Algunos pueden buscar comodidades y servicios más completos que ofrecen los hoteles, mientras que otros podrían preferir opciones más económicas y

con un ambiente más relajado como los hostales y hosterías. Ofrecer una gama variada de opciones de alojamiento podría ser beneficioso para satisfacer las preferencias de los distintos tipos de turistas que visitan Anconcito.

**Según su criterio califique los siguientes parámetros siendo: 1) Malo, 2)Regular, 3) Bueno, 4) Muy Bueno, 5) Excelente**

**Figura 19**

*Servicio y atención al cliente (incluye información)*



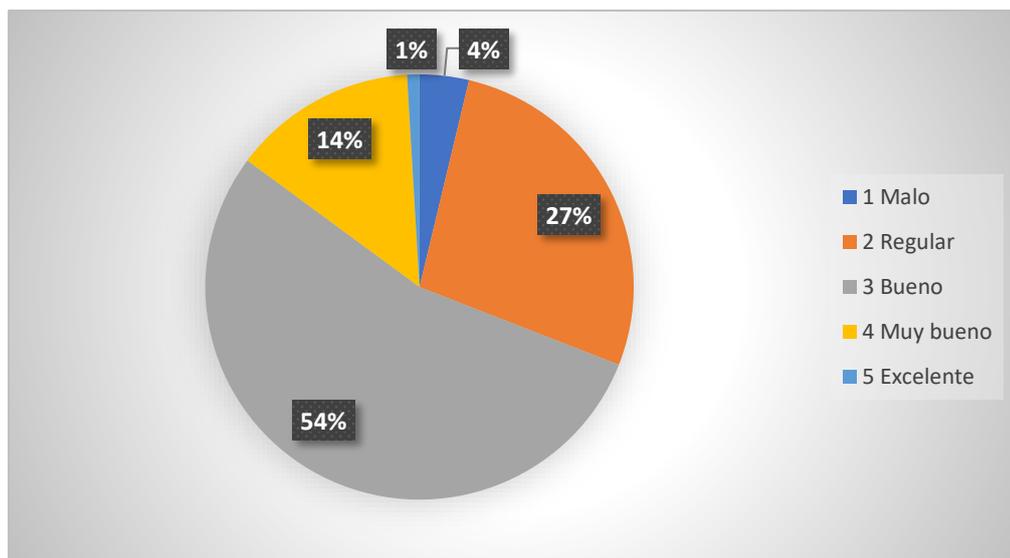
*Fuente: Encuesta dirigida a turistas de la parroquia Anconcito (2023)  
Elaborado por: Delgado, E. (2023)*

Estos datos reflejan la percepción de los turistas sobre el servicio y la atención al cliente en Anconcito. Tanto el 55% de la muestra que refleja “Muy Bueno” y como el 29% que refleja el “Bueno”. Suman la mayoría de los encuestados que calificaron positivamente el servicio y la atención al cliente. Este resultado sugiere que una gran proporción de los visitantes se sintieron satisfechos con el nivel de servicio recibido durante su estadía en Anconcito. El 7% se denominó como excelente, donde un grupo de significativo calificó el servicio como una experiencia sobresaliente y altamente satisfactoria con el trato y la atención recibida. Asimismo, un 7% se calificó regular y con el 2% como malo. Afortunadamente, un porcentaje bajo de los encuestados consideró que el servicio era regular o malo. Sin embargo, esto sugiere áreas de mejora que podrían ayudar a elevar aún más la calidad del servicio y la satisfacción general del cliente.

En general, la mayoría de los visitantes percibieron el servicio y la atención al cliente en Anconcito como muy buenos o buenos, lo que indica un nivel satisfactorio de atención y cuidado hacia los turistas. Sin embargo, siempre hay espacio para mejoras y mantener altos estándares para continuar ofreciendo experiencias excepcionales a los visitantes

**Figura 20**

*Conectividad (servicio telefónico, wifi, internet, señal de telecomunicaciones)*



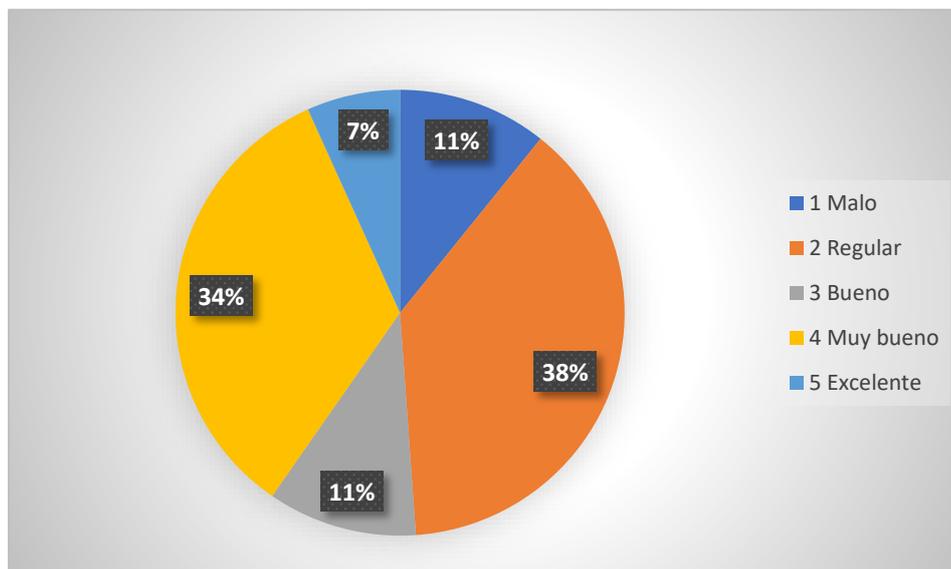
*Fuente: Encuesta dirigida a turistas de la parroquia Anconcito (2023)  
Elaborado por: Delgado, E. (2023)*

Estos datos muestran la percepción de los turistas sobre la conectividad incluyendo el servicio telefónico, wifi, internet y la señal de telecomunicaciones en Anconcito. Con un 54% de la muestra califican como bueno y el 27% de la muestra como regular. La mayoría de los encuestados consideraron la conectividad como buena o regular. Esto sugiere una percepción mixta sobre la calidad de la conectividad en la zona, lo que indica cierta inconsistencia o áreas de mejora en la conectividad. Por otro lado, tenemos con un 14% de la muestra y un 4% de la muestra. Estos porcentajes representan opiniones menos comunes, considerando la conectividad como muy buena y un pequeño grupo la percibe como mala. Estos extremos pueden indicar variaciones en la calidad del servicio dependiendo del área o momento específico. Y con una minoría del 1% calificaron la conectividad como excelente.

En general, la mayoría de los visitantes consideraron la conectividad como buena o regular en Anconcito. Sin embargo, la presencia de opiniones en extremos como malo o excelentes, señala la necesidad de una mejora continua para garantizar una conectividad más consistente y satisfactoria para todos los turistas

**Figura 21**

*Precios de los productos y servicios*

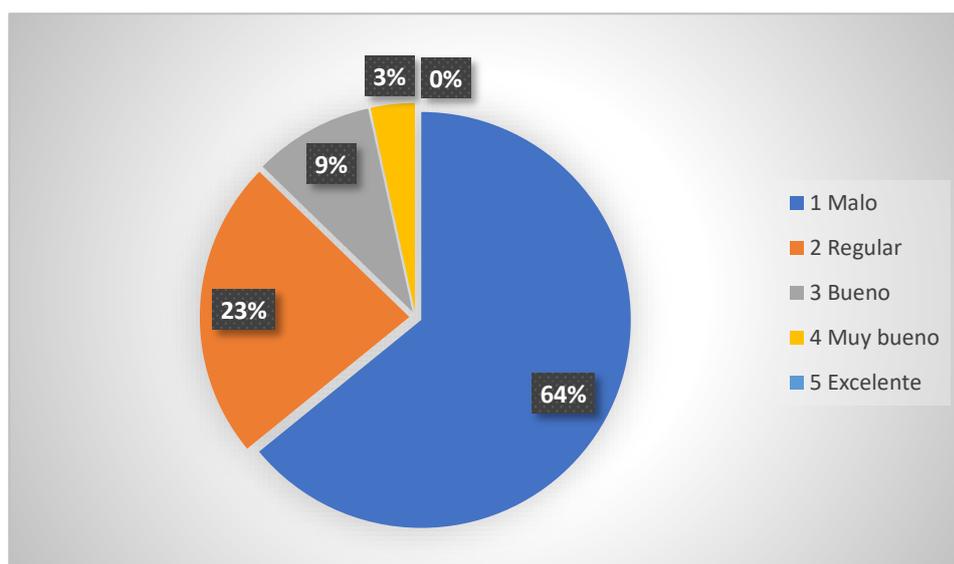


*Encuesta dirigida a turistas de la parroquia Anconcito (2023)  
Elaborado por: Delgado, E. (2023)*

Estos datos reflejan la percepción de los turistas sobre los precios de los productos y servicios en Anconcito. En conjunto con un porcentaje de 38% de la muestra y un 11% de la muestra, casi la mitad de los encuestados calificaron los precios como regulares o malos. Esto indica que los visitantes consideran que los precios de los productos y servicios en Anconcito pueden ser altos o no están alineados con sus expectativas. A continuación, se evidenció un 34% y un 11% de la muestra un porcentaje considerable calificó los precios como buenos o muy buenos, lo que sugiere que un parte de los turistas perciben los precios justos o accesibles en relación con la calidad y la oferta de productos y servicios. Y con un 7% de la muestra un grupo considera los precios como excelentes, lo que se sugiere una opinión buena sobre la relación calidad-precio en Anconcito.

Estos resultados revelan una diversidad de opiniones sobre los precios, aunque una parte considera que los precios son justos, una proporción considerable encuentra que pueden ser regulares o incluso malos. Esto señala la importancia de revisar y ajustar estrategias de precios para garantizar que sean percibidos como más equitativos y acordes con la calidad y oferta del destino turístico.

**Figura 22**  
*Salud y Seguridad*



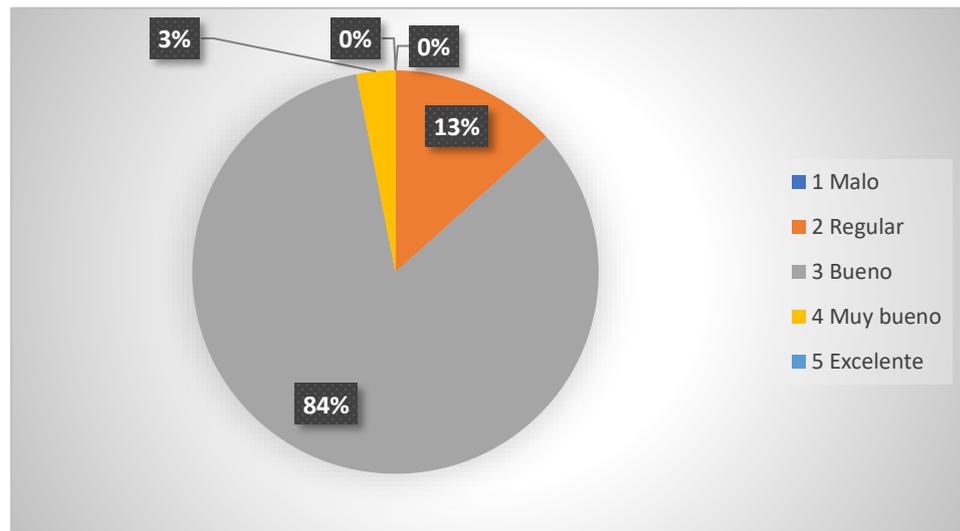
*Fuente: Encuesta dirigida a turistas de la parroquia Anconcito (2023)*  
*Elaborado por: Delgado, E. (2023)*

Estos datos reflejan la percepción de los turistas sobre salud y seguridad en Anconcito, con un 64% de la muestra, la mayoría abrumadora de los encuestados calificaron la salud y seguridad como mala. Y con un 23% de la muestra regular, un 9% de la muestra bueno y con un 3% muy bueno. Estos porcentajes, aunque representan opiniones menos comunes, aun muestran una distribución de percepciones variadas. Un grupo minoritario considera que la situación de salud y seguridad es regular, bueno o muy bueno, lo que se sugiere que, aunque la mayoría percibe la situación mala, hay algunos que ven la situación de manera menos preocupante.

La calificación mayoritaria de “malo” indica una preocupación significativa sobre la salud y seguridad en Anconcito por parte de los encuestados. Esta percepción puede influir de manera considerable en la decisión de futuros viajes y destinos turísticos. Por ende, mejorar y garantizar la seguridad percibida puede ser crucial para atraer y retener turistas en la zona.

**Figura 23**

*Infraestructura (accesibilidad. Señalización, transporte público, etc)*



*Fuente: Encuesta dirigida a turistas de la parroquia Anconcito (2023)*

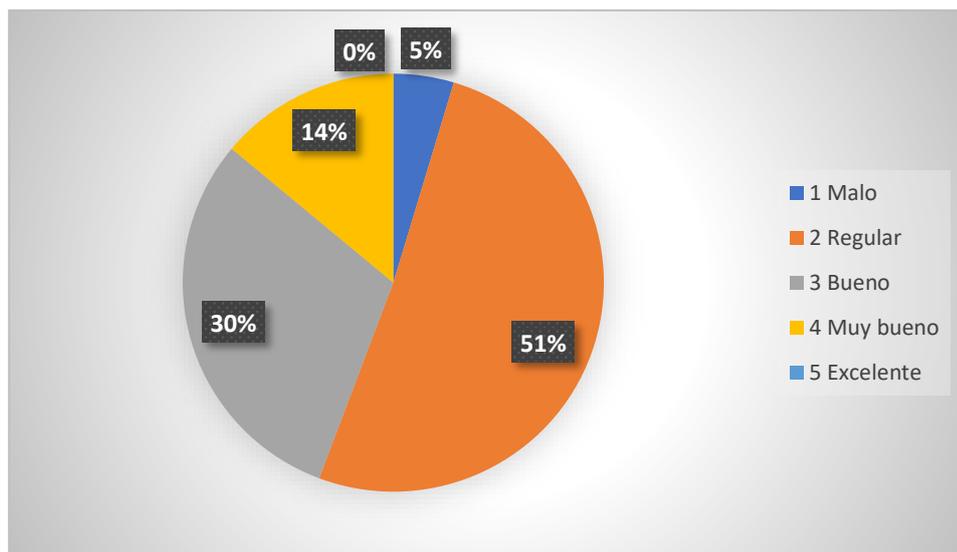
*Elaborado por: Delgado, E. (2023)*

Estos datos reflejan la percepción de los turistas sobre la infraestructura en Anconcito. Se evidencia con el 84% y el 13% de la muestra que la mayoría de los encuestados calificaron la infraestructura como buena, lo que indica una percepción general positiva en términos de accesibilidad, señalización y transporte público en la parroquia. Aunque un porcentaje menor la considera regular, sigue siendo una calificación positiva en general, luego tenemos un 3% de la muestra, un porcentaje pequeño calificó la infraestructura como muy buena, lo que sugiere que algunos turistas perciben la infraestructura como altamente funcional y eficiente. Por otro lado, no hubo calificaciones de mal ni excelentes en este parámetro. La ausencia de calificaciones negativas puede indicar la satisfacción generalizada o, alternativamente, una falta de percepción de problemas significativos en la infraestructura.

En resumen, la mayoría de los turistas perciben la infraestructura en Anconcito como buena, lo que sugiere una experiencia positiva en términos de accesibilidad, señalización y transporte público. Aunque hay áreas para mejorar, la percepción general es bastante favorable en este aspecto.

**Figura 24**

*Equipamiento turístico (alojamiento, restaurante, bares y discotecas, muelles, miradores, malecón, estacionamiento, etc)*



*Fuente: Encuesta dirigida a turistas de la parroquia Anconcito (2023)  
Elaborado por: Delgado, E. (2023)*

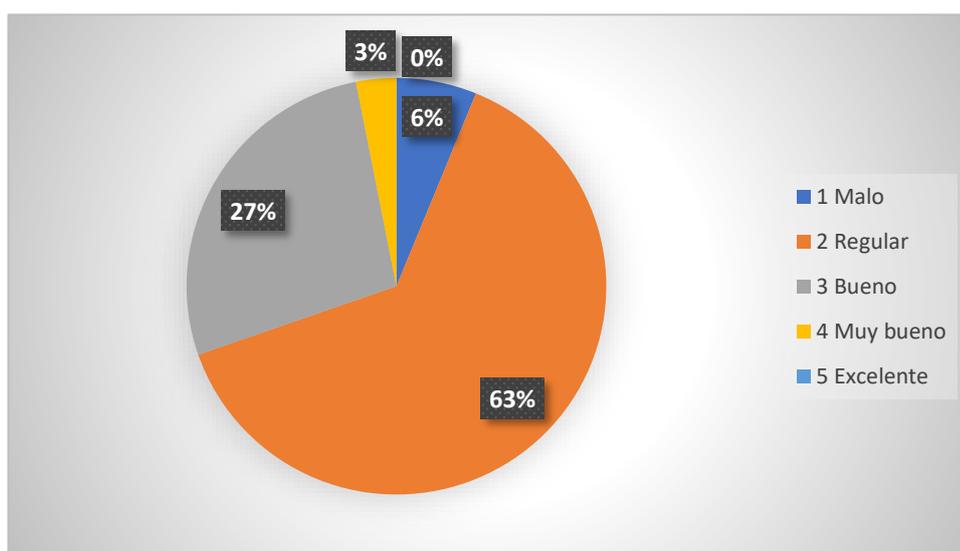
Estos datos reflejan la percepción de los turistas sobre el equipamiento turístico en Anconcito, abarcando alojamiento, restaurantes, bares y discotecas, muelles, miradores, malecón, estacionamiento, entre otros. Evidentemente, con un 51% de la muestra, la mayoría de los encuestados calificaron el equipamiento turístico como regular. Esto sugiere que hay una percepción general de que el equipamiento está presente pero posiblemente no alcanza los estándares deseados en términos de calidad, comodidad o variedad. Asimismo, con el 30% y 14% de la muestra, considera que el equipamiento turístico es buena o muy buena. Esto indica que hay una parte de los visitantes que están satisfechos con el nivel de equipamiento y comodidades que ofrece Anconcito. Y con el 5% de la muestra percibe una minoría el equipamiento turístico como malo. Por lo consecuente, no hubo calificaciones de excelente, esto

sugiere que la mayoría no considera la calidad del equipamiento extremadamente deficiente.

En resumen, la percepción mayoritaria es que el equipamiento turístico en Anconcito es regular, lo que indica una necesidad de mejorar o ampliar la oferta y calidad de los servicios turísticos disponibles, la mayoría sugiere que exista margen para mejoras en esta área.

**Figura 25**

*Imagen (higiene, limpieza, entorno, hospitalidad, ruido, etc.)*



*Fuente: Encuesta dirigida a turistas de la parroquia Anconcito (2023)  
Elaborado por: Delgado, E. (2023)*

Estos datos reflejan la percepción de los turistas sobre la imagen general de Anconcito en términos de higiene, limpieza, entorno, hospitalidad, ruido, entre otros aspectos. Evidentemente con el 63% de la muestra, la mayoría de los encuestados calificaron la imagen como regular, esto sugiere que existe una percepción predominante de que la zona tiene ciertas áreas que podrían mejorarse en términos de higiene, limpieza o entorno. Asimismo, con el 27% y 3% de la muestra, un porcentaje menor considera que la imagen es buena o muy buena, esto indica que hay una parte de los visitantes que tiene una percepción positiva en la imagen de la parroquia. Y con un 6% de la muestra percibe la imagen como mala y, por otro lado, no hubo

calificaciones de excelente, esto sugiere que, aunque hay áreas que podrían mejorar, la mayoría no percibe la situación como extremadamente negativa.

En resumen, la percepción predominante sobre la imagen de Anconcito es regular. Aunque hay áreas que podrían mejorar, la mayoría no percibe la situación como mala. Esta información podría ser útil para identificar áreas específicas de mejora y mantener o mejorar los aspectos positivos para fortalecer la imagen general del destino.

### **3.2. ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE LA PARROQUIA ANCONCITO**

Anconcito, es un encantador destino costero ubicado en la provincia de Santa Elena, Ecuador, ofrece una experiencia única para los viajeros en busca de belleza natural, cultura y aventura. Rodeado por el Océano Pacífico, este pintoresco pueblo pesquero cautiva con su exuberante paisaje marino, playas de arena blancas y una rica historia que se refleja en sus tradiciones y sitios históricos. Desde la tranquilidad de sus playas hasta la emoción de sus actividades acuáticas. Anconcito promete satisfacer los deseos de los visitantes que buscan un escape sereno o una emocionante exploración costera.

Los atractivos de interés de la parroquia Anconcito están clasificados en atractivos naturales y manifestaciones culturales, las cuales fueron evaluadas y jerarquizadas para determinar su importancia. En el análisis de la parroquia Anconcito se identificaron tres lugares de interés natural y tres manifestaciones culturales. Los seis lugares estudiados son considerados Atractivos Turísticos, donde se pudo evidenciar que los seis se encuentran en una jerarquía II.

Según la ponderación que se realizó en el inventario turístico, los atractivos quedaron distribuidos de la siguiente forma.

**Tabla 5***Atractivos Turísticos: Categorías y Jerarquías.*

ATRACTIVO	CLASIFICACIÓN - CATEGORIA	JERARQUÍAS
Playa las Conchas	Atractivo Natural	II
Playa punta de los Acantilados	Atractivo Natural	II
Iglesia San Miguel de Arcángel	Manifestación Cultural	II
El Faro del Barrio Paraíso	Manifestación Cultural	II
Mirador Turístico	Atractivo Natural	II
La Gastronomía	Manifestación Cultural	II

*Elaborado por Delgado, E. (2023)***Tabla 6***Resultados de Evaluación Técnica Playa Las Conchas.*

RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN TÉCNICA			
CRITERIOS DE VALORACIÓN	DESCRIPCIÓN	PONDERACIÓN	RESULTADO
A ACCESIBILIDAD y CONECTIVIDAD	Contempla el ingreso, horario al atractivo y facilidades instaladas para personas con alguna discapacidad; además, se hace referencia a la existencia de vías de acceso al sitio, con énfasis en las cualidades que condicionan la relación distancia/tiempo, así también la conectividad	18	2
B PLANTA TURÍSTICA / SERVICIOS	Registra equipamientos y la disponibilidad de servicios en el atractivo.	18	1,5
C ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN SITIO / ENTORNO	Estimación de la integridad de los atributos patrimoniales físico-ambientales y socioculturales, en particular de las condiciones del sitio y su entorno.	14	10
D HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA	Hace referencia a la disponibilidad de dispositivos para recolección de basura, procedencia del agua, presencia de actos vandálicos, limpieza e iluminación del atractivo.	14	6,5
E POLÍTICAS Y REGULACIONES	Consideración del atractivo dentro de la Planificación territorial turística cantonal y cumplimiento de regulaciones para las actividades que se realizan en el atractivo.	10	3
F ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN EN EL ATRACTIVO	Constatación de actividades que se practican en el atractivo, mismas que le dan valor agregado.	9	6
G DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO	Publicaciones internacionales, nacionales, monografías o medios de difusión. Declaratorias y reconocimientos. Relevancia y divulgación.	7	4
H REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA	Registro del tipo de visitantes, perfil de consumo, volumen intensidad de uso. Estimación de demanda potencial.	5	0
I RECURSOS HUMANOS	Hace referencia al nivel de instrucción académico del personal que labora en el atractivo.	5	0
<b>TOTAL</b>		<b>100</b>	<b>33</b>

*Elaborado por: Delgado, E. (2023)*

**Tabla 7**

*Resultado de Evaluación Técnica Playa de Los Acañilados.*

RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN TÉCNICA			
CRITERIOS DE VALORACIÓN	DESCRIPCIÓN	PONDERACIÓN	RESULTADO
ACCESIBILIDAD y CONECTIVIDAD	Contempla el ingreso, horario al atractivo y facilidades instaladas para personas con alguna discapacidad; además, se hace referencia a la existencia de vías de acceso al sitio, con énfasis en las cualidades que condicionan la relación distancia/tiempo, así también la conectividad	18	2
PLANTA TURÍSTICA / SERVICIOS	Registra equipamientos y la disponibilidad de servicios en el atractivo.	18	1,5
ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN SITIO / ENTORNO	Estimación de la integridad de los atributos patrimoniales físico-ambientales y socioculturales, en particular de las condiciones del sitio y su entorno.	14	10
HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA	Hace referencia a la disponibilidad de dispositivos para recolección de basura, procedencia del agua, presencia de actos vandálicos, limpieza e iluminación del atractivo.	14	6,5
POLÍTICAS Y REGULACIONES	Consideración del atractivo dentro de la Planificación territorial turística cantonal y cumplimiento de regulaciones para las actividades que se realizan en el atractivo.	10	3
ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN EN EL ATRACTIVO	Constatación de actividades que se practican en el atractivo, mismas que le dan valor agregado.	9	6
DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO	Publicaciones internacionales, nacionales, monografías o medios de difusión. Declaratorias y reconocimientos. Relevancia y divulgación.	7	4
REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA	Registro del tipo de visitantes, perfil de consumo, volumen intensidad de uso. Estimación de demanda potencial.	5	0
RECURSOS HUMANOS	Hace referencia al nivel de instrucción académico del personal que labora en el atractivo.	5	0

*Elaborado por: Delgado, E. (2023)*

**Tabla 8**

*Resultado de Evaluación Técnica Iglesia San Miguel de Arcángel.*

RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN TÉCNICA			
CRITERIOS DE	DESCRIPCIÓN	PONDERA	RESULT
ACCESIBILIDAD y CONECTIVIDAD	Contempla el ingreso, horario al atractivo y facilidades instaladas para personas con alguna discapacidad; además, se hace referencia a la existencia de vías de acceso al sitio, con énfasis en las cualidades que condicionan la relación distancia/tiempo, así también la conectividad tecnológica.	18	3
PLANTA TURÍSTICA / SERVICIOS	Registra equipamientos y la disponibilidad de servicios en el atractivo.	18	1,5
ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN SITIO / ENTORNO	Estimación de la integridad de los atributos patrimoniales físico-ambientales y socioculturales, en particular de las condiciones del sitio y su entorno.	14	12
HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA	Hace referencia a la disponibilidad de dispositivos para recolección de basura, procedencia del agua, presencia de actos vandálicos, limpieza e iluminación del atractivo.	14	8,9
POLÍTICAS Y REGULACIONES	Consideración del atractivo dentro de la Planificación territorial turística cantonal y cumplimiento de regulaciones para las actividades que se realizan en el atractivo.	10	6
ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN EN EL ATRACTIVO	Constatación de actividades que se practican en el atractivo, mismas que le dan valor agregado.	9	12
DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO	Publicaciones internacionales, nacionales, monografías o medios de difusión. Declaratorias y reconocimientos. Relevancia y divulgación.	7	4
REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA	Registro del tipo de visitantes, perfil de consumo, volumen intensidad de uso. Estimación de demanda potencial.	5	0
RECURSOS HUMANOS	Hace referencia al nivel de instrucción académico del personal que labora en el atractivo.	5	0
<b>TOTAL</b>		<b>100</b>	<b>47.4</b>

*Elaborado por: Delgado, E. (2023)*

**Tabla 9**  
*Resultado de Evaluación Técnica El Faro del Barrio Paraíso.*

RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN TÉCNICA			
CRITERIOS DE	DESCRIPCIÓN	PONDERA	RESULT
ACCESIBILIDAD y CONECTIVIDAD	Contempla el ingreso, horario al atractivo y facilidades instaladas para personas con alguna discapacidad; además, se hace referencia a la existencia de vías de acceso al sitio, con énfasis en las cualidades que condicionan la relación distancia/tiempo, así también la conectividad tecnológica.	18	5
PLANTA TURÍSTICA / SERVICIOS	Registra equipamientos y la disponibilidad de servicios en el atractivo.	18	1,5
ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN SITIO /	Estimación de la integridad de los atributos patrimoniales físico-ambientales y socioculturales, en particular de las condiciones del sitio y su entorno.	14	12
HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA	Hace referencia a la disponibilidad de dispositivos para recolección de basura, procedencia del agua, presencia de actos vandálicos, limpieza e iluminación del atractivo.	14	6,5
POLÍTICAS Y REGULACIONES	Consideración del atractivo dentro de la Planificación territorial turística cantonal y cumplimiento de regulaciones para las actividades que se realizan en el atractivo.	10	6
ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN EN EL	Constatación de actividades que se practican en el atractivo, mismas que le dan valor agregado.	9	12
DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO	Publicaciones internacionales, nacionales, monografías o medios de difusión. Declaratorias y reconocimientos. Relevancia y divulgación.	7	4
REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA	Registro del tipo de visitantes, perfil de consumo, volumen intensidad de uso. Estimación de demanda potencial.	5	0
RECURSOS HUMANOS	Hace referencia al nivel de instrucción académico del personal que labora en el atractivo.	5	0
<b>TOTAL</b>		<b>100</b>	<b>47</b>

*Elaborado por: Delgado, E. (2023)*

**Tabla 10**  
*Resultado de Evaluación Técnica Mirador Turístico.*

RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN TÉCNICA			
CRITERIOS DE VALORACIÓN	DESCRIPCIÓN	PONDERACIÓN	RESULTADO
ACCESIBILIDAD y CONECTIVIDAD	Contempla el ingreso, horario al atractivo y facilidades instaladas para personas con alguna discapacidad; además, se hace referencia a la existencia de vías de acceso al sitio, con énfasis en las cualidades que condicionan la relación distancia/tiempo, así también la conectividad	18	3
PLANTA TURÍSTICA / SERVICIOS	Registra equipamientos y la disponibilidad de servicios en el atractivo.	18	1,5
ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN SITIO / ENTORNO	Estimación de la integridad de los atributos patrimoniales físico-ambientales y socioculturales, en particular de las condiciones del sitio y su entorno.	14	12
HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA	Hace referencia a la disponibilidad de dispositivos para recolección de basura, procedencia del agua, presencia de actos vandálicos, limpieza e iluminación del atractivo.	14	8,9
POLÍTICAS Y REGULACIONES	Consideración del atractivo dentro de la Planificación territorial turística cantonal y cumplimiento de regulaciones para las actividades que se realizan en el atractivo.	10	6
ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN EN EL ATRACTIVO	Constatación de actividades que se practican en el atractivo, mismas que le dan valor agregado.	9	3
DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO	Publicaciones internacionales, nacionales, monografías o medios de difusión. Declaratorias y reconocimientos. Relevancia y divulgación.	7	4
REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA	Registro del tipo de visitantes, perfil de consumo, volumen intensidad de uso. Estimación de demanda potencial.	5	0
RECURSOS HUMANOS	Hace referencia al nivel de instrucción académico del personal que labora en el atractivo.	5	0
<b>TOTAL</b>		<b>100</b>	<b>38,4</b>

*Elaborado por: Delgado, E. (2023)*

**Tabla 11**

*Resultado de Evaluación Técnica de la Gastronomía.*

RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN TÉCNICA			
CRITERIOS DE	DESCRIPCIÓN	PONDERA	RESULT
<b>A</b> <b>ACCESIBILIDAD CONECTIVIDAD</b>	Contempla el ingreso, horario al atractivo y facilidades instaladas para personas con alguna discapacidad; además, se hace referencia a la existencia de vías de acceso al sitio, con énfasis en las cualidades que condicionan la relación <u>distancia/tiempo</u> , así también la <u>conectividad</u> .	18	<b>2</b>
<b>E</b> <b>PLANTA TURÍSTICA / SERVICIOS</b>	Registra equipamientos y la disponibilidad de servicios en el atractivo.	18	<b>0</b>
<b>C</b> <b>ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN SITIO /</b>	Estimación de la integridad de los atributos patrimoniales físico-ambientales y socioculturales, en particular de las condiciones del sitio y su entorno.	14	<b>10</b>
<b>D</b> <b>HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA</b>	Hace referencia a la disponibilidad de dispositivos para recolección de basura, procedencia del agua, presencia de actos vandálicos, limpieza e iluminación del atractivo.	14	<b>9,4</b>
<b>E</b> <b>POLÍTICAS Y REGULACIONES</b>	Consideración del atractivo dentro de la Planificación territorial turística cantonal y cumplimiento de regulaciones para las actividades que se realizan en el atractivo.	10	<b>0</b>
<b>F</b> <b>ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN EN EL</b>	Constatación de actividades que se practican en el atractivo, mismas que le dan valor agregado.	9	<b>15</b>
<b>G</b> <b>DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO</b>	Publicaciones internacionales, nacionales, monográficas o medios de difusión. Declaratorias y reconocimientos. <u>Relevancia y divulgación</u> .	7	<b>0</b>
<b>H</b> <b>REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA</b>	Registro del tipo de visitantes, perfil de consumo, volumen intensidad de uso. Estimación de demanda potencial.	5	<b>0</b>
<b>I</b> <b>RECURSOS HUMANOS</b>	Hace referencia al nivel de instrucción académico del personal que labora en el atractivo.	5	<b>0</b>
<b>TOTAL</b>		<b>100</b>	<b>36,4</b>

*Elaborado por: Delgado, E. (2023)*

### **3.3. PROPUESTAS DE PRODUCTOS TURÍSTICOS PARA LA PARROQUIA ANCONCITO**

Con base al perfil del visitante de la parroquia Anconcito y los atractivos identificados, se pueden proponer productos turísticos como tours “Full Day” para satisfacer las necesidades e intereses de los visitantes, los mismos se detallan a continuación:

**1.- Paquete turístico cultural:** La visita a la Iglesia de San Miguel de Arcángel puede integrarse en tours culturales que destaquen la historia y la arquitectura religiosa de la zona, combinando visitas a sitios de interés cultural.

## PRODUCCIÓN GENERAL DEL PRODUCTO CULTURAL.

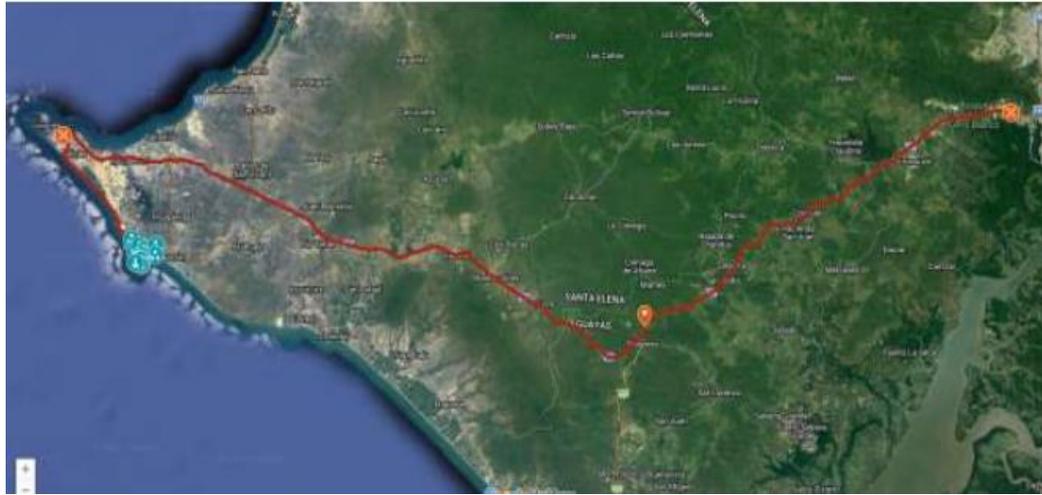
<b>Itinerario de Paquete 1: Anconcito entre costumbres y tradiciones.</b>		
<b>Carácter:</b> Cultural	Estilo: paseo, fotografía, historia	
<b>Duración:</b> Full Day	<b>Precio:</b> \$41,99 por persona	<b>Itinerario</b>
<b>Hora</b>	<b>Actividades</b>	
<b>6:00 – 7:00</b>	Salida de Guayaquil – Gasolinera Primax Puerto Azul.	
<b>7:00 – 8:30</b>	Gasolinera Primax Progreso (área de descanso y hacer compras de snacks o bebidas).	
<b>8:30 – 9:00</b>	Llegada a Anconcito, visita al Mirador turístico, los visitantes serán recibidos con una danza folclórica propia de la costa peninsular, fotos individuales + 1 grupal.	
<b>9:00 – 9:30</b>	Mirador y Letras Turísticas de Anconcito tiempo para fotografías del paisaje + 1 grupal.	
<b>9:30 – 10:30</b>	Visita a la playa Los Acantilados, fotos individuales + 1 grupal. Visualización del stand del programa de conservación marina y limpieza de playas	
<b>10:30 – 11:00</b>	Plazoleta central “Cívica de Anconcito”.	
<b>11:00 – 11:30</b>	Dramatización de leyendas, se incluirá al grupo de visitantes como narradores mientras que los actores la dramatizaran.	
<b>11:30 – 13:30</b>	Iglesia San Miguel Arcángel historia de la iglesia + incluye la participación de una o varias de las parejas que estén en el recorrido se dará a la pareja un lazo, flores y el velo de novia una vez colocados con todos los presentes se recite el verso para recibir a los novios + foto grupal. Tiempo para fotografías.	
<b>13:30 – 14:00</b>	Almuerzo (30 minutos). Degustación de platillos en los comedores del puerto pesquero artesanal de la localidad principalmente enfocados en productos del mar y por su excelente calidad como sopa de cangrejo,	

	arroz marinero y ceviches hechos con los langostinos grandes y frescos característicos de Anconcito, también puede ser frito o apanado acorde su elección.	
<b>14:00 – 14:30</b>	Receso (30 minutos) en la plazoleta central de Anconcito.	
<b>14:30 – 15:00</b>	Visita del “El Faro de Anconcito”, Barrio Paraíso + fotografías.	
<b>15:00 – 15:30</b>	Retorno. (Palabras de Despedida y agradecimiento).	
<b>Finalización del programa</b>		
<b>Descripción del paquete</b>		
Este paquete se enfoca en la cultura, costumbres y tradiciones de Anconcito, como monumentos, comidas, sitios históricos y, lo más importante, el puerto pesquero. Las actividades para realizar durante el recorrido son participativas y alegres con el entorno, como tomar fotografías de los atractivos, escuchar y recitar algunas tradiciones orales. Y finalmente, aprender todas las historias de origen de las atracciones en cuanto al propósito de las creaciones y/o áreas.		
<b>Requerimiento para la visita</b>	<b>Prohibiciones</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ropa cómoda.</li> <li>• Zapatos apropiados.</li> <li>• Gorra o sombrero.</li> <li>• Protector solar.</li> <li>• Cámara fotográfica Bebidas y snacks.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bebidas alcohólicas</li> <li>• No se permite el ingreso de mascotas</li> </ul>	
<b>Incluye</b>	<b>No incluye</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Transporte turístico</li> <li>• Guía local (español)</li> <li>• Almuerzo</li> <li>• Visitas según el itinerario</li> <li>• Consejos y datos históricos sobre los atractivos del lugar</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gastos no especificados en el programa</li> <li>• Seguro de viajes</li> <li>• Desayuno</li> <li>• Comida de despedida</li> </ul>	

*Elaborado por: Delgado, E. (2023)*

**Figura 26**

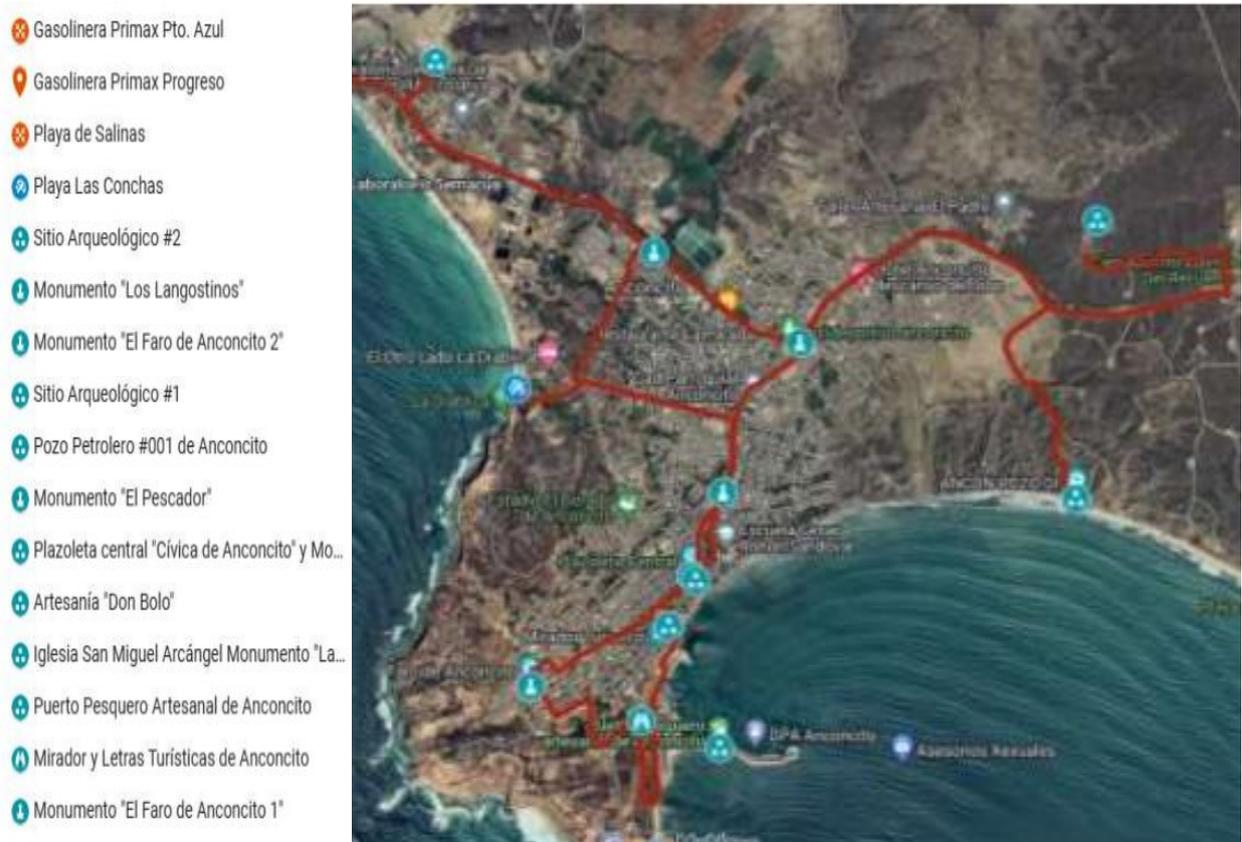
*Mapa del recorrido (ida; Guayaquil - Salinas - Anconcito)*



*Fuente: Google Maps (2023)*

**Figura 27**

*Mapa de las actividades turísticas en Anconcito.*



*Fuente: Google Maps (2023)*

**2.- Paquete turístico natural:** Considerando la preferencia por el sol y la playa, se podrían ofrecer paquetes turísticos que incluyan visitas guiadas a la Playa las Conchas y la Playa de los Acantilados, ofreciendo opciones de descanso, actividades acuáticas y servicios de alquileres de equipos para disfrutar del mar y la arena. La gastronomía de la parroquia Anconcito refleja la riqueza de su ubicación costera, fusionando ingredientes frescos del mar con influencias culinarias tradicionales. Los platos típicos de la zona suelen incluir una amplia variedad de mariscos y pescados frescos, destacando preparaciones como ceviches, encocados, arroces con mariscos

### PRODUCCIÓN GENERAL DEL PRODUCTO TURÍSTICO NATURAL

<b>Itinerario de Paquete 2: Playa y descanso</b>		
<b>Carácter:</b> Naturaleza	<b>Estilo:</b> paseo, fotografía	
<b>Duración:</b> Full Day	<b>Precio:</b> \$41,99 por persona	<b>Itinerario</b>
<b>Hora</b>	<b>Actividades</b>	
<b>6:00 – 7:00</b>	Salida de Guayaquil – Gasolinera Primax Puerto Azul.	
<b>7:00 – 8:30</b>	Gasolinera Primax Progreso (área de descanso y hacer compras de snacks o bebidas).	
<b>8:30 – 9:00</b>	Llegada a Anconcito y visita a Playa “Las Conchas” donde los visitantes serán recibidos con una danza folclórica propia de la costa peninsular, fotos individuales + 1 grupal.	
<b>9:00 – 9:30</b>	Durante la estancia en la Playa “Las Conchas” se incluirá un grupo de surfistas locales que les impartirá sus experiencias durante su aventura en el surf. Asimismo, se realizará demostraciones en vivo de algunas destrezas de los surfistas en las olas que ofrece este sitio natural.	
<b>9:30 – 10:30</b>	Los turistas tendrán un tiempo de una hora para que puedan apreciar y vivir la experiencia de las olas, del sol y la playa de Anconcito junto a	

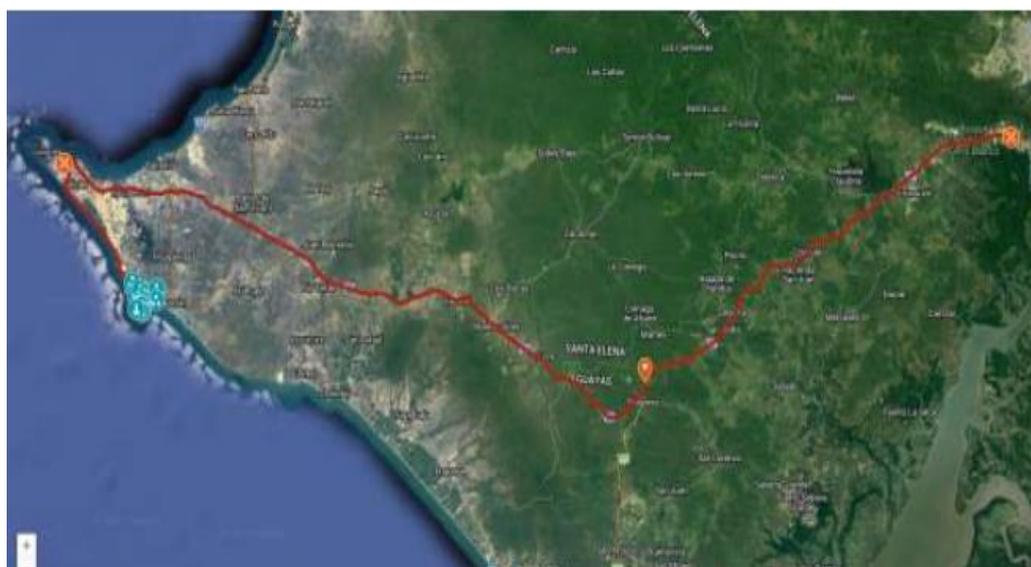
	actividades recreativas como el vóley, fútbol playero o a “Las lanzadas”.
<b>10:30 – 11:30</b>	Visita a la Playa Los Acantilados, fotos individuales + 1 grupal. Incluye música en vivo para una mejor experiencia.
<b>11:30 – 12:30</b>	Durante el punto de encuentro en el puerto pesquero artesanal de Anconcito se presentará un stand de comidas tradicionales, donde la Asociación de comedores “El Dorado” mostrará la preparación de las delicias del mar.
<b>12:30 – 13:00</b>	Almuerzo (30 minutos). Degustación de platillos acorde su elección del stand previamente visto.
<b>13:00 – 13:30</b>	Receso (30 minutos) en la plazoleta central de Anconcito.
<b>14:00 – 14:30</b>	Retorno. (Palabras de Despedida y agradecimiento).
<b>Finalización del programa</b>	
<b>Descripción del paquete</b>	
Este paquete se enfoca en la modalidad turística de Sol y Playa de Anconcito, como sus playas encantadas y por la mayor masa de demanda que son las familias. Las actividades para realizar durante el recorrido son participativas y alegres con el entorno, como tomar fotografías de los atractivos, visualización de las destrezas de surfistas en las playas de la localidad. Finalmente, el deleite de platos típicos elaborados con productos frescos del mar.	
<b>Requerimiento para la visita</b>	<b>Prohibiciones</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ropa cómoda.</li> <li>• Zapatos apropiados.</li> <li>• Gorra o sombrero.</li> <li>• Protector solar.</li> <li>• Cámara fotográfica Bebidas y snacks.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bebidas alcohólicas</li> <li>• No se permite el ingreso de mascotas</li> </ul>

Incluye	No incluye
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Transporte turístico</li> <li>• Guía local (español)</li> <li>• Almuerzo</li> <li>• Visitas según el itinerario</li> <li>• Consejos y datos históricos sobre los atractivos del lugar</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gastos no especificados en el programa</li> <li>• Seguro de viajes</li> <li>• Desayuno</li> <li>• Comida de despedida</li> <li>• Implementos acuáticos</li> <li>• Tablas de surf</li> </ul>

*Elaborado por: Delgado, E (2023)*

**Figura 28**

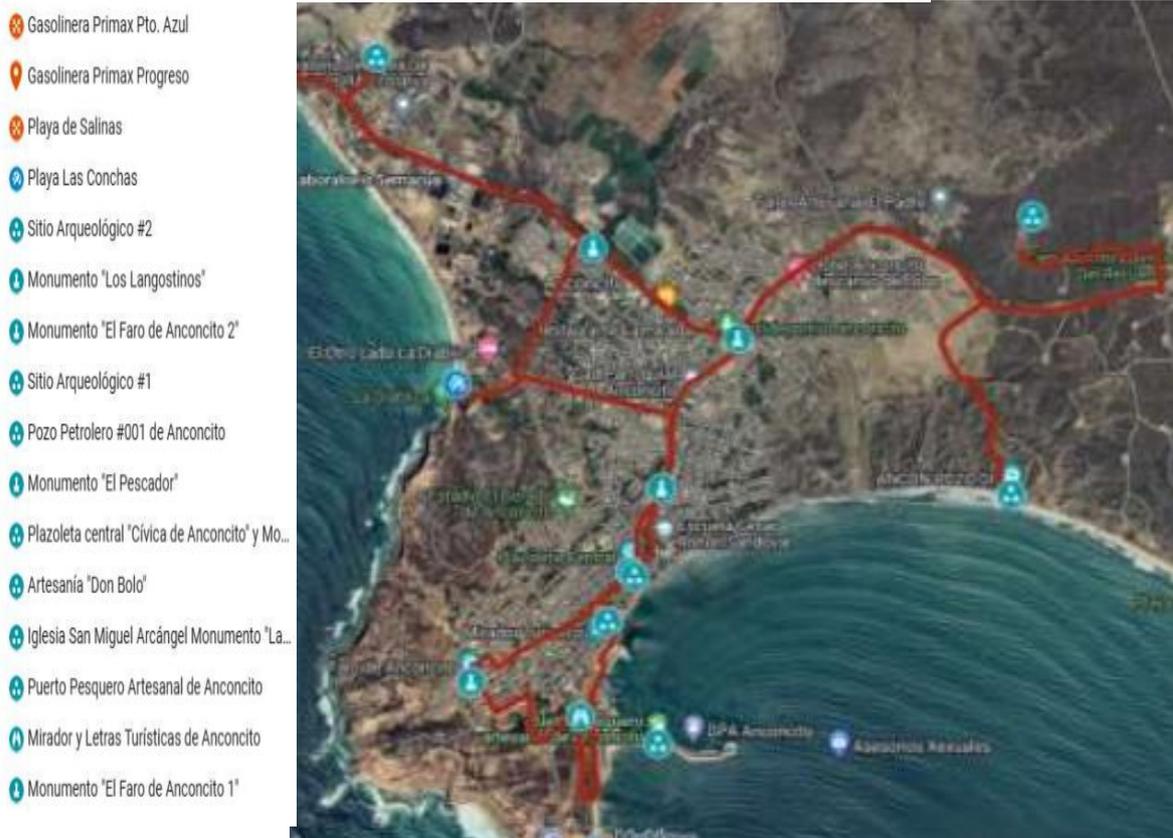
*Mapa del recorrido (ida; Guayaquil - Salinas - Anconcito)*



*Fuente: Google Maps (2023)*

**Figura 29**

*Mapa de las actividades turísticas en Anconcito*



*Fuente: Google Maps (2023)*

### **3.4. DISCUSIÓN**

De acuerdo con Pat, L. y Calderón, G. (2012) la caracterización del perfil del turista es fundamental para comprender las dinámicas y necesidades de los visitantes en un destino turístico. Se centra en factores socioeconómicos y demográficos para comprender los gustos, preferencias, expectativas y necesidades de los visitantes con el fin de mejorar la gestión de las empresas y destinos turísticos.

Existe una relación entre lo mencionado por los autores Pat, L. y Calderón, G. (2012) y los datos recopilados mediante la encuesta aplicada a las personas que visitan a la parroquia Anconcito ya que estas nos revelaron un conjunto diverso y amplio de variables socioeconómicas y demográficas que abarcan desde el estado civil de los visitantes hasta su nivel educativo, procedencia geográfica y las motivaciones que impulsan sus viajes. Esta amplia gama de datos recopilados conforma un mosaico

informativo sólido y multidimensional, ofreciendo una visión detallada y completa sobre los perfiles individuales de los turistas que eligen este destino para su visita.

Asimismo, la encuesta reveló patrones sobre las preferencias de visita, frecuencia de desplazamiento y actividades turísticas más populares entre los turistas. Estos hallazgos ofrecen información importante sobre las expectativas y gustos de los visitantes, lo cual es fundamental para mejorar la oferta turística en Anconcito.

La comprensión del perfil del turista, tal como lo describe Pat, L. y Calderón, G. (2012), es esencial para la gestión efectiva de destino turísticos. Los datos obtenidos de la encuesta junto a las fichas de jerarquización de atractivos de turísticos ayudo a identificar los recursos tanto naturales como culturales con los que cuenta el destino, estas se convierten en herramientas claves que pueden ser utilizados para adaptar estrategias de marketing, mejorar la calidad de los servicios, identificar áreas de mejora y promover la creación de nuevos productos turísticos que se alineen con las expectativas de los turistas.

Por lo antes expuesto es evidente que la recolección de datos mediante la encuesta y la ficha de jerarquización de atractivos turísticos de Anconcito, en línea con los propuesto por Pat, L. y Calderón, G. (2012), debería ser un proceso continuo. Mantener actualizada esta caracterización permitirá ajustar estrategias, para mejorar la experiencia turística y asegurar la competitividad y sostenibilidad del destino a largo plazo.

### **3.5. LIMITACIONES**

Posterior al análisis y desarrollo del proyecto investigativo, se pudo evidenciar varias limitaciones en el contexto de recolección de información, las cuales se mencionan a continuación:

A pesar de la riqueza de los datos recolectados, es importante reconocer que la encuesta podría no abarcar todas las variables relevantes para una caracterización completa del perfil del visitante. Aspectos como la duración de la estancia o los patrones de gastos podrían proporcionar una visión más detallada de las necesidades y comportamientos de los visitantes, para obtener datos precisos también es necesario

aplicar la encuesta en diferentes periodos de tiempo del año sin embargo esta muestra fue recolectada en los periodos de agosto a noviembre del año 2023.

Por otro lado, la limitante más significativa que afectó al levantamiento de información exhaustiva para este proyecto investigativo en la parroquia Anconcito fue la situación de inseguridad que prevalece en el país. Esta condición socavó la capacidad de obtener una cantidad más amplia y detallada de los datos tanto en la encuesta como en la ficha de jerarquización de atractivos turísticos de Ministerio de Turismo debido a las restricciones en el desplazamiento y la interacción con los visitantes. La percepción generalizada de inseguridad tanto a nivel nacional como en áreas turísticas específicas de la parroquia Anconcito disuadió a algunos visitantes al momento de proporcionar información o participar en las encuestas.

Además, las condiciones de inseguridad limitaron a la movilidad de la investigadora, restringiendo la realización de la investigación de campo más extensa o detallada que podría haber enriquecido aún más el trabajo investigativo. Esta limitación contextual impactó directamente en catastrar los recursos naturales y culturales con los que cuenta la parroquia, ya que existen lugares a los que no se pudo acceder ya que en la actualidad se los considera inseguros, por esta razón los atractivos turísticos jerarquizados son solo 6, además que la ficha cuenta con ítems que obligatoriamente necesitan la intervención de otros tipos de profesionales para obtener datos claros y concisos.

Las limitantes mencionadas influyeron en la extensión del tiempo para la recolección de datos debido a que tanto en las encuestas se necesitó de más días para completar la muestra determinada en este proyecto, como también en la jerarquización de atractivos turísticos ya que el territorio es desconocido para la investigadora y existen sitios específicos que en la actualidad carecen de seguridad, por lo tanto, fue necesario la guía de las personas nativas, mismas que amablemente cedieron su ayuda de acuerdo a la disponibilidad de su tiempo.

## CONCLUSIONES

- Se concluye que establecer el perfil del visitante de la parroquia Anconcito ha proporcionado una visión detallada y valiosa de los turistas que eligen este destino costero. A través del análisis de diversas variables, desde características demográficas hasta sus motivaciones de viaje y preferencias, se ha logrado comprender los patrones distintivos y las preferencias de los turistas. Esta investigación permite una comprensión más profunda de las necesidades de intereses y comportamientos de los visitantes, lo que resulta fundamental para el desarrollo estratégico del turismo en este destino. Al conocer las preferencias y motivaciones se pueden adaptar y mejorar los servicios y las actividades ofrecidas en Anconcito para satisfacer de manera más efectiva las expectativas de los visitantes.
- Por otro lado, la identificación de los atractivos turísticos de la parroquia Anconcito proporciona una comprensión estructurada de los elementos claves que atraen a los visitantes. Mediante el estudio que se realizó con la ficha de jerarquización de atractivos turísticos del Ministerio de Turismo se ha logrado identificar una gama diversa de atracciones que ofrecen un potencial para el desarrollo y promoción del turismo en este destino. Los hallazgos representan una base sólida para la planificación estratégica del turismo en Anconcito ya que permite una focalización precisa en la promoción y preservación de los recursos más relevantes y atractivos para los visitantes.
- Finalmente, la estrategia de proponer productos turísticos basados en el perfil del visitante y los atractivos identificados en Anconcito se erige como un paso esencial hacia el fomento del turismo en la región costera. La comprensión detallada del perfil del visitante, sus preferencias, intereses y patrones de comportamiento, derivada de la identificación precisa de los atractivos turísticos, brindó una perspectiva integral sobre qué aspectos cautivan a aquellos que eligen este destino específico, estos datos proporcionan una hoja de ruta valiosa para la creación de productos turísticos a la medida.

## RECOMENDACIONES

- Es recomendable continuar actualizando y refinando el perfil del visitante de Anconcito de manera periódica. Esta práctica permite estar al tanto de posibles cambios en las tendencias turísticas, así como de las evoluciones de preferencias y necesidades de los turistas. Además, se sugiere utilizar estos datos como guía para la planificación estratégica del turismo local, diseñando ofertas más personalizadas y adaptadas del perfil identificado, lo que contribuirá a mejorar la competitividad y la satisfacción del turista en Anconcito.
- Es fundamental monitorear la evolución de estos lugares turísticos, considerando los impactos ambientales, para garantizar su sostenibilidad a largo plazo. Además, se sugiere la implementación de estrategias de mejora y conservación, para esto es necesario la intervención de las entidades públicas y privadas encargadas de regular la actividad turística en el cantón Salinas, ya que temas como la seguridad y el deterioro de estos atractivos hacen que tengan poca afluencia de turistas.
- Se sugiere la promoción activa y la difusión de nuevos productos turísticos, mediante canales de marketing efectivos, tanto a nivel local como internacional, para aumentar la visibilidad de Anconcito como un destino turístico atractivo y diverso. Es importante evaluar periódicamente la recepción y aceptación de los productos propuestos por parte de los visitantes, realizando ajustes de retroalimentación y tendencias emergentes del mercado turístico.

## BIBLIOGRAFÍA

- Conceptos Jurídicos. (2023). *Definición de Nacionalidad*. Obtenido de <https://www.conceptosjuridicos.com/ec/estado-civil/#:~:text=de%20fertilizaci%C3%B3n%20asistida-,Nacionalidad.,ser%20adquirida%20de%20diferentes%20formas>.
- Instituto Nacional de Salud del Ecuador. (2020). *Nivel Sociodemografico*. Obtenido de <https://www.cancer.gov/espanol/publicaciones/diccionarios/diccionario-cancer/def/nivel-socioeconomico>
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2014). *Reglamento de Transporte Terrestre Turístico*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2017/09/4.REGLAMENTO-DE-TRANSPORTE-TERRESTRE-TURISTICO.pdf>
- Alcaldía de Salinas. (2020-2024). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial*. Obtenido de [https://www.salinas.gob.ec/wp-content/uploads/2022/10/PDOT\\_GAD\\_SALINAS\\_2022.pdf](https://www.salinas.gob.ec/wp-content/uploads/2022/10/PDOT_GAD_SALINAS_2022.pdf)
- Andrés, J. y Encabo, M. (2008). *Concepto de área natural turística como aporte teórico para la planificación sustentable del Turismo*. Obtenido de El Periplo Sustentable: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5026286.pdf>
- Asamblea Nacional del Ecuador. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Montecristi. Obtenido de Montecristi: Registro Oficial 449: <https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2020-06/CONSTITUCION%202008.pdf>
- Beltrán, M. y Parra, M. (2017). *Perfiles Turísticos en función de las motivaciones para viajar*. Obtenido de Red de Revistas Científicas de America Latina, El Caribe, España y Portugal. (39) 41-65: <https://www.redalyc.org/pdf/398/39851043002.pdf>
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación. 3era Edición*. Obtenido de Editorial Pearsón: <https://drive.google.com/file/d/1-3wqx7vGGCn6O4FxMPkzKw15E4tByYXX/view?pli=1>
- Berry, L., Prasuraman, A. y Zeithaml, V. (1993). *Calidad Total en la gestión de servicios*. Obtenido de Editorial Díaz de Santos.
- Borbor, S. (2017). *Identificación del Perfil del Turista como aporte al Desarrollo de la comuna San Pedro*. Obtenido de [Tesis de Pregrado Universidad Estatal Península de Santa Elena]: <https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/4124/1/UPSE-THT-2017-0004.pdf>
- Boullon, R. (2006). *Planificación del Espacio Turístico*. Obtenido de 4ta Ed. Trillas: <http://prepacihuahatlan.sems.udg.mx/sites/default/files/planificaciondelespacioturistico-robertoc.boullon.pdf>
- Cardona, M. (2019). *Del turismo tradicional al turismo comunitario: perspectiva del desarrollo endógeno en tiempos de postconflicto: caso zona rural Ibagué (Tolima -*

- Colombia). Obtenido de Revista de la escuela superior de Administración Pública (49)1 : <https://revistas.esap.edu.co/index.php/admindesarro/article/view/529>
- Carvache, M., Carvache, W.; Macas, C. y Orden, M. (2018). *Motivaciones, Valoración y Satisfacción del Turista en un destino de Sool y Playa de Ecuador*. Obtenido de Revistas Espacios 39(13) 4: <https://www.revistaespacios.com/a18v39n13/a18v39n13p04.pdf>
- Carvajal, G. y Lemoine, F. (2018). *Análisis de los atractivos y recursos turísticos del cantón San Vicente*. Obtenido de Instituto Literario 100 ote., Colonia, Toluca, Estado de México: [https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1870-90362018000100164#:~:text=Seg%C3%BAAn%20Rivera%20\(2009\)%20%2C%20el,a%20trav%C3%A9s%20de%20flujos%20de](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-90362018000100164#:~:text=Seg%C3%BAAn%20Rivera%20(2009)%20%2C%20el,a%20trav%C3%A9s%20de%20flujos%20de)
- Castillo, M. y Castaño, V. (2014). *La promoción turística a través de técnicas tradicionales y nuevas*. Obtenido de Revista Estudio y Perspectiva en Turismo 24(3) 737-757: <https://www.redalyc.org/pdf/1807/180739769017.pdf>
- Castro, J., Palacios, J. y Plazarte, L. (2020). *Imagen del Destino desde la Perspectiva del Turista*. Obtenido de Revista Turismo y Sociedad (26) 45-66: <https://www.redalyc.org/journal/5762/576262996002/html/>
- Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública. (2006). *Seguimiento y Resultado de las políticas públicas y gestión gubernamental de la administración vigente en turismo*. Obtenido de [http://archivos.diputados.gob.mx/Centros\\_Estudio/Cesop/Comisiones/4\\_Turismo.htm#:~:text=Turismo%20nacional%3A%20comprende%20al%20turismo,extranjero%20\(receptivo%20o%20de%20entrada\)](http://archivos.diputados.gob.mx/Centros_Estudio/Cesop/Comisiones/4_Turismo.htm#:~:text=Turismo%20nacional%3A%20comprende%20al%20turismo,extranjero%20(receptivo%20o%20de%20entrada))
- Chuquizala, T. y Jaramillo, B. (2017). *Plan de Promoción Turística para el cantón San Lorenzo del Pailón provincia de Esmeraldas*. Obtenido de Universidad Central del Ecuador 4(1) 121-130: <https://revistadigital.uce.edu.ec/index.php/SIEMBRA/article/view/506/494>
- Concejo Nacional de Planificación . (2017). *Plan Nacional para el Buen Vivir: Planificamos para toda una vida*. Obtenido de Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo-Senplades: <https://www.gobiernoelectronico.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/09/Plan-Nacional-para-el-Buen-Vivir-2017-2021.pdf>
- Conceptos Jurídicos,. (2023). *Concepto de Estado Civil*. Obtenido de <https://www.conceptosjuridicos.com/ec/estado-civil/>
- Congreso Nacional del Ecuador . (2014). *Ley de Turismo*. Obtenido de Registro Oficial Suplemento 733: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/03/LEY-DE-TURISMO.pdf>
- Cortes de Castilla - La Mancha, . (1999). *LEY 8/1999, de 26 de mayo, de Ordenación del Turismo*. Obtenido de <https://www.boe.es/boe/dias/1999/07/28/pdfs/A28074-28086.pdf>
- Crompton, L. (1979). *Motivations for pleasure vacation*. . Obtenido de Annals of Tourism Research, (6) 408-424: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/0160738379900045>

- Dakduck, S., Gonzalez, A., y Montilla, V. (2008). *Relación de Variables Sociodemográficas, Psicológicas y la Condición Laboral con el significado del trabajo*. Obtenido de *Periódicos Electrónicos en Psicología* 42(2): [http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0034-96902008000200020](http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-96902008000200020)
- Departamento de Justicia, Empleo y Seguridad Social. (2002). *Dirección de Estudios y Régimen Jurídico de Vasco*. Obtenido de [https://www.euskadi.eus/contenidos/documentacion/cmt\\_2002/es\\_cmt\\_2002/adjuntos/CMTOferta2002Doc.4.Definiciones.pdf](https://www.euskadi.eus/contenidos/documentacion/cmt_2002/es_cmt_2002/adjuntos/CMTOferta2002Doc.4.Definiciones.pdf)
- Diccionario de la Real Academia Española. (2001). *Definición de Demografía*. Obtenido de <https://dle.rae.es/demograf%C3%ADa>
- Duque, E. (2005). *Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición*. Obtenido de Universidad Nacional de Colombia. Facultad de Ciencias Económicas: [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0121-50512005000100004](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-50512005000100004)
- Enciclopedia Jurídica. (2020). *Estado Civil*. Obtenido de <http://www.enciclopedia-juridica.com/d/estado-civil/estado-civil.htm>
- Entorno Turístico. (2022). *Diferencias entre turistas, visitantes, excursionistas y viajeros*. Obtenido de <https://www.entomoturistico.com/diferencia-entre-turistas-visitantes-excursionistas-y-viajeros/#Visitantes>
- Escamilla, M. (2004). *Aplicación Básica de los métodos científicos*. Obtenido de Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo: [https://www.uaeh.edu.mx/docencia/VI\\_Presentaciones/licenciatura\\_en\\_mercadotecnia/fundamentos\\_de\\_metodologia\\_investigacion/PRES38.pdf](https://www.uaeh.edu.mx/docencia/VI_Presentaciones/licenciatura_en_mercadotecnia/fundamentos_de_metodologia_investigacion/PRES38.pdf)
- Escudero, C. y Cortez, L. (2017). *Técnicas y Métodos cualitativos para la investigación científica*. Obtenido de Editorial UTMACH: <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/14207/1/Cap.1-Introducci%C3%B3n%20a%20la%20investigaci%C3%B3n%20cient%C3%ADfica.pdf>
- Fernández, G. y Narváez, N. (2011). *Asociatividad empresarial: estrategia para la competitividad en las pymes del sector*. Obtenido de *Revista Visión Gerencial* (2) 295-308: <https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545891005.pdf>
- Fingerman, H. (2013). *Definición de Ocupación*. Obtenido de <https://deconceptos.com/ciencias-sociales/ocupacion>
- Francesch, A. (2004). *Los conceptos de turismo. Una revisión y respuesta*. Obtenido de *Revista Gazeta de Antropología* 20(29): [https://www.ugr.es/~pwlac/G20\\_29Alfredo\\_Francesch.pdf](https://www.ugr.es/~pwlac/G20_29Alfredo_Francesch.pdf)
- Gallegos, J. y Gallegos, M. (2017). *Los servicios básicos y su relación en la intervención comunitaria universitaria: Caso Yaguachi Nuevo*. Obtenido de [Tesis de Pregrado Universidad Estatal de Milagro]: <https://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/3752/1/LOS%20SERVICIOS%20BASICOS%20Y%20SU%20RELACI%C3%93N%20.pdf>
- Gobierno de México. (2022). *Manifestaciones Culturales en América y Europa*. Obtenido de <https://nuevaescuelamexicana.sep.gob.mx/detalle-ficha/5873/>

- Gómez, B. y López, F. (2002). *Regionalización turística del mundo*. Obtenido de Edicions Universitat de Barcelona: [https://www.google.com.ec/books/edition/Regionalizaci%C3%B3n\\_tur%C3%ADstica\\_del\\_mundo/XnARoli1ZNQC?hl=es-419&gbpv=0](https://www.google.com.ec/books/edition/Regionalizaci%C3%B3n_tur%C3%ADstica_del_mundo/XnARoli1ZNQC?hl=es-419&gbpv=0)
- Guano, J. (2017). *El Perfil del visitante de la parroquia Huambaló cantón Pelileo provincia de Tungurahua y su relevancia en el desarrollo de la actividad turística*. Obtenido de [Tesis de Pregrado Universidad Técnica de Ambato]: <https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/25171/1/JUAN%20ALEJANDRO%20GUANO%20JAITIA%201804787883.pdf>
- Guillamón, N. (2003). *Variables Socioeconómicas y problemas interiorizados y exteriorizados en niños y adolescentes*. Obtenido de [Tesis Doctoral Universidad Autónoma de Barcelona España]: <https://www.tesisenred.net/bitstream/handle/10803/5432/ngc1de1.pdf?sequence=1>
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, M. (2010). *Metodología de la investigación*. Obtenido de McGraw-Hill/Interamericana Editores, S.A.de C.V.: <https://www.icmujeres.gob.mx/wp-content/uploads/2020/05/Sampieri.Met.Inv.pdf>
- Hunziker, W. y Krafp, K. (2018). *Fundamentos de la doctrina general del turismo*. Obtenido de Polygraphischer Verlag A. G.: [https://www.eumed.net/libros/1806/index.html#google\\_vignette](https://www.eumed.net/libros/1806/index.html#google_vignette)
- Identidad y Desarrollo el valor de ser. (2021). *Análisis de las manifestaciones culturales de una localidad*. Obtenido de <https://identidadydesarrollo.com/ejercicio-analisis-de-recursos-culturales-de-una-localidad/>
- Instituto Nacional de Estadística de España. (2023). *Concepto de Ocupación*. Obtenido de <https://www.ine.es/DEFIne/es/concepto.htm?c=4614&op=30451&p=2&n=20>
- Instituto Vasco de Estadísticas . (2023). *Nivel de instrucción*. Obtenido de [https://www.eustat.eus/documentos/opt\\_0/tema\\_303/elem\\_11188/definicion.html](https://www.eustat.eus/documentos/opt_0/tema_303/elem_11188/definicion.html)
- Jácome, J. (2017). *El Perfil del visitante y su importancia para la diversificación de la oferta turística del cantón Tisaleo, provincia de Tungurahua*. Obtenido de [Tesis de Pregrado Universidad Técnica de Ambato]: <https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/26378/1/J%20c3%a1come%20Salvador%20Jennifer%20Elena%201804298295.pdf>
- Lamas, M. (2012). *El Género es cultura*. Obtenido de Campus Iberoamericano de cooperación cultural: [http://www.paginaspersonales.unam.mx/app/webroot/files/981/El\\_genero\\_es\\_cultura\\_Martha\\_Lamas.pdf](http://www.paginaspersonales.unam.mx/app/webroot/files/981/El_genero_es_cultura_Martha_Lamas.pdf)
- Larrañaga, I., y Arregui, B. (2003). *Demografía y Genero*. Obtenido de Revista Vasca de Sociología y Ciencia Polititca (36) 9-24: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=857808>
- Lepoutre, S., y Riva, A. (1998). *Nacionalidad y Apatridia*. Obtenido de <https://www.acnur.org/fileadmin/Documentos/archivo/0173.pdf?view=1>
- Linares, M. (2016). *Los Servicios Turísticos*. Obtenido de Revista Conexión, Hospitalidad y Gastronomía.: [http://aliatuniversidades.com.mx/conexxion/wp-content/uploads/2016/09/CHyG-13\\_Art-3.pdf](http://aliatuniversidades.com.mx/conexxion/wp-content/uploads/2016/09/CHyG-13_Art-3.pdf)

- Marketing Directo de España. (1999). *Variables Sociodemográficas*. Obtenido de <https://www.marketingdirecto.com/diccionario-marketing-publicidad-comunicacion-nuevas-tecnologias/sociodemograficas-variables>
- Maslow, A. (1991). *Motivación y Personalidad*. Obtenido de Ediciones Diaz y Santos S.A.: <https://batalloso.com/wp-content/uploads/2021/09/Maslow-Abraham-Motivacion-Y-Personalidad.pdf>
- Mata, A. (2022). *Definiciones Internacionales y Futuro de las Estadísticas del Supempleo*. Obtenido de Oficinas de Estadísticas : [https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---stat/documents/publication/wcms\\_091441.pdf](https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---stat/documents/publication/wcms_091441.pdf)
- Mata, D., Miguel, D.; Martínez, E. y Notario, R. (2017). *Infraestructura de Comunicación e Interacción para el sector Turístico*. Obtenido de [Tesis de Pregrado Universidad Complutense de Madrid]: <https://eprints.ucm.es/id/eprint/44569/1/Infraestructura%20de%20comunicaci%C3%B3n%20e%20interaci%C3%B3n%20para%20el%20sector%20tur%C3%ADstico.pdf>
- Mehmetoglu, M. (2018). “*Accurately identifying and comparing sustainable tourist, nature-based tourist, and ecotourists on the basis of their environmental concerns*”. Obtenido de International Journal of Hospitality and Tourism: <https://institucional.us.es/revistas/IJWT/Vol.1N.1/3.pdf>
- Millet, O. (2011). *La imagen de un destino turístico*. Obtenido de Universidad de Málaga: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=482050>
- Ming, W. (2017). *Perfil del turista extranjero en España*. Obtenido de [Trabajo de Fin de Grado Universidad de Jaume - España]: [https://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/168369/TFG\\_2017\\_Wen\\_Ming.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/168369/TFG_2017_Wen_Ming.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2017). *Guía Metodológica para la Jerarquización de Atractivos y Generación de Espacios Turísticos del Ecuador*. Obtenido de <https://docplayer.es/62089774-Guia-metodologica-para-la-jerarquizacion-de-atractivos-y-generacion-de-espacios-turisticos-del-ecuador.html>
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2016). *Reglamento de Alojamiento Turístico*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-DE-ALOJAMIENTO-TURISTICO.pdf>
- Molina, W. y Arias, A. (2016). *El papel del transporte en el desarrollo de la actividad turística: Un análisis bibliométrico*. Obtenido de Revista Geografica Venezolana 57(2): <https://www.redalyc.org/journal/3477/347750606007/347750606007.pdf>
- Montalvo, J. (1997). *La vejez y el envejecimiento desde la perspectiva de la síntesis experimental del comportamiento*. Obtenido de Revista Latinoamericana de Psicología 9(23) 459-473: <https://www.redalyc.org/pdf/805/80529304.pdf>
- Montes, G. (2010). *Metodología y Técnicas de Diseño y Realización de encuestas en el área Rural*. Obtenido de Instituto de Investigaciones Sociológicas Mauricio Lefebvre (IDIS): [http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0040-29152000000100003](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0040-29152000000100003)

- Morillo, M. (2011). Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos, componentes y clasificación. *Redalyc*(1), 135-158. doi:www.redalyc.org/articulo.oa?id=465545890011
- Morillo, M. (2011). *Turismo y productos turísticos. Evolución, conceptos, componentes y clasificación*. Obtenido de Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal: <https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545890011.pdf>
- Naranjo, M., & Martínez, M. (2022). La oferta turística: precisiones teóricas para su análisis. *Dialnet*(16), 406-422. doi:dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8563193.pdf
- Navarro, D. (2015). *Recursos Turísticos y Atractivos Turísticos: Conceptualización, Clasificación y Valoración*. Obtenido de Cuaderno de Turismo (35) 335-357: <https://www.redalyc.org/pdf/398/39838701014.pdf>
- Organización Internacional para las Migraciones . (2006). *Glosario sobre Migración*. Obtenido de <https://www.corteidh.or.cr/sitios/observaciones/11/anexo4.pdf>
- Organización Mundial del Turismo . (OMT 2022). *El turismo crece un 4% en 2021, muy por debajo aún de los niveles prepandémicos*. Obtenido de <https://www.unwto.org/es/news/el-turismo-crece-un-4-en-2021-muy-por-debajo-aun-de-los-niveles-prepandemicos>
- Organización Mundial del Turismo. (2016). *Motivaciones de los Turistas*. Obtenido de Entorno Turístico: <https://www.entornoturistico.com/que-motiva-a-viajar-a-las-personas/>
- Organización Mundial del Turismo. (2018). *Tipos de Turistas*. Obtenido de Entorno Turístico: <https://www.entornoturistico.com/tipos-de-turistas-que-existen/#:~:text=La%20Organizaci%C3%B3n%20Mundial%20del%20Turismo,una%20noche%20en%20dicho%20lugar.>
- Organización Mundial del Turismo. (s.f.). *Glosario de terminos turísticos*. Obtenido de <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>
- Ortega, E. y. (2007). *La comunicación en los destinos turísticos: Percepción de los residentes en España*. Obtenido de Universidad Complutense de Madrid: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2482215.pdf>
- Orús, A. (7 de Octubre de 2022). *El turismo en el mundo - Datos estadísticos*. Obtenido de [https://es.statista.com/temas/3612/el-turismo-en-el-mundo/#topicHeader\\_\\_wrapper](https://es.statista.com/temas/3612/el-turismo-en-el-mundo/#topicHeader__wrapper)
- Osorio, M.; Franco, S.; Ramírez, I.L.; Nava, G.; Novo, G.; Hugo, H. (2017). “*El visitante del Parque Nacional Nevado de Toluca, México. Análisis del comportamiento en un área natural protegida*”. . Investigaciones Geográficas.
- Osorio, P. (2010). *La Edad mayor como producción sociocultural*. Obtenido de Instituto de la comunicación e imagen. Universidad de Chile (22) 30-35: <file:///C:/Users/axele/Downloads/Dialnet-LaEdadMayorComoProduccionSociocultural-5242924.pdf>
- Padilla, A., Linzán, J. y Villao, D. (2019). *Sol, playa y gastronomía como recursos turísticos: perfil del turista del balneario Salinas de la provincia de Santa Elena*. Obtenido de Revista Científica y Tecnología UPSE 1(6). 42-46: <https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/8312/1/UPSE-RCT-2019-Vol.6-No.1-006.pdf>

- Pat, L. y Calderón, G. (2012). *Caracterización del perfil turístico en un destino emergente. Caso de Estudio: Ciudad del Carmen México*. Obtenido de Revista Gestión Turística (18) 47-70.: <http://mastor.cl/blog/wp-content/uploads/2018/07/Pat.-Caracterizacion-perfil-turistico-en-un-destino-emergente-caso-de-estudio-de-ciudad-del-carmen-campeche.-Mexico.-2012.-24-pgs..pdf>
- Pearce, P. (1982). *The Social psychology of Tourist Behaviour*. Obtenido de Library of Congress Cataloging in Publication Data: <https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=3tIsBQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=The+Social+psychology+of+Tourist+Behaviour&ots=6S8b8EA6F4&sig=pH3thjX3R526UgiGENFwGH9rLvQ#v=onepage&q=The%20Social%20psychology%20of%20Tourist%20Behaviour&f=false>
- Pérez, J. y Gardey, A. (2020). *Definición de Excursionista*. Obtenido de <https://definicion.de/excursionista/>
- Pérez, M. (2021). *Análisis del perfil, la motivación y satisfacción de los turistas en las costas de Málaga en relación con la gastronomía*. Obtenido de [Tesis Docotoral Universidad de Cordova]: <file:///C:/Users/axele/Downloads/2021000002254.pdf>
- Perini, A. (2020). *Introducción al Turismo*. Obtenido de Universidad Tecnica de Imbabura: [https://view.officeapps.live.com/op/view.aspx?src=https%3A%2F%2Ffrrq.cvg.utn.edu.ar%2Fpluginfile.php%2F15984%2Fmod\\_resource%2Fcontent%2F2%2FCLASE%2520N%25C2%25B0%252010%2520El%2520turismo%2520como%2520sistema%2520%2528Tipos%2520de%2520sistema%2520tur%25C3](https://view.officeapps.live.com/op/view.aspx?src=https%3A%2F%2Ffrrq.cvg.utn.edu.ar%2Fpluginfile.php%2F15984%2Fmod_resource%2Fcontent%2F2%2FCLASE%2520N%25C2%25B0%252010%2520El%2520turismo%2520como%2520sistema%2520%2528Tipos%2520de%2520sistema%2520tur%25C3)
- Plascencia, J. (2016). *¿Qué motiva a viajar a las personas?* Obtenido de Entorno Turístico: <https://www.entornoturistico.com/que-motiva-a-viajar-a-las-personas/>
- Portal Jurídico de Cataluña. (1994). *Decreto n° 317/1994, de 4 de noviembre, de Ordenación y Clasificación de Establecimientos de Restauración*. Obtenido de <https://portaljuridic.gencat.cat/eli/es-ct/d/1994/11/04/317>
- Ramírez, E., Maguiña, M. y Huerta, R. (2020). *Actitud, Satisfacción y lealtad de los clientes en las cajas Municipales del Perú*. Obtenido de Revista de Ciencias de la Administración y Economía 10(20) 329-343: <https://retos.ups.edu.ec/index.php/retos/article/view/20.2020.08/4150>
- Ramírez, J. (2019). *El Perfil del Turista que visita la comuna Dos Mangas, cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena*. Obtenido de [Tesis de Pregrado de la Universidad Estatal Península de Santa Elena]: <https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/5071/1/UPSE-TDT-2019-0015.pdf>
- Robleda, M. P., & Kantún, M. y. (2017). *Metodología propuesta para identificar el perfil y grado de satisfacción de los turistas en los principales destinos de Yucatán - México*. Obtenido de Universidad Tecnológica del Poniente: [https://www.ecorfan.org/actas/A%20T%20III/A%20TIII\\_10.pdf](https://www.ecorfan.org/actas/A%20T%20III/A%20TIII_10.pdf)
- Rozas, P. y Sánchez, R. (2004). *Desarrollo de Infraestructura y crecimiento económico: revisión conceptual*. Obtenido de Organización de las Naciones Unidas: [https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/6441/1/S048642\\_es.pdf](https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/6441/1/S048642_es.pdf)
- Sabino, C. (1991). *Diccionario de Economía y Finanzas*. Obtenido de Editorial Panapo: <http://paginas.ufm.edu/SABINO/ingles/book/diccionario.pdf>

- Sancho, A. (2018). *Introducción al Turismo*. Obtenido de Organización Mundial del Turismo: <https://www.entornoturistico.com/wp-content/uploads/2018/02/Introducci%C3%B3n-al-turismo-de-la-OMT.pdf>
- Secretaría de Turismo de México. (2008). *Glosario de terminos turisticos*. Obtenido de [https://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/Glosario.aspx#:~:text=%E2%80%8BEs%20toda%20persona%20que,o%20un%20visitante%20internacional%20\(Naciones](https://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/Glosario.aspx#:~:text=%E2%80%8BEs%20toda%20persona%20que,o%20un%20visitante%20internacional%20(Naciones)
- Sistema Nacional de Inversión Pública de Perú. (2015). *Guía metodológica para la identificación, formulación y evaluación social. Caso Turismo*. Obtenido de [https://www.mef.gob.pe/contenidos/inv\\_publica/docs/capacita/2015/sector/turismo.pdf](https://www.mef.gob.pe/contenidos/inv_publica/docs/capacita/2015/sector/turismo.pdf)
- Socateli, M. (2013). *Mercadeo Aplicado al Turismo. La Comercialización de Servicios - Productos y Destinos Turísticos Sostenibles*. Obtenido de Universidad Estatal a Distancia de Costa Rica: <https://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS15/MGTSV15-07/semana3/LS3.1.pdf>
- Talaya, E., Romero, L.; Martínez, A. y Encarnación M. (2011). *¿Conocemos a los visitantes de Castilla-La Mancha? Un análisis comparativo vs excursionistas*. Obtenido de PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural (9)4 531-542: <https://www.redalyc.org/pdf/881/88122240004.pdf>
- Tamayo, M. (1999). *El Proyecto de Investigación*. Obtenido de Instituto Colombiano para el fomento de la Educación Superior: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5262273.pdf>
- Tinsa Digital Insights. (2023). *Nivel de Ingresos*. Obtenido de <https://www.tinsadigital.com/que-hacemos/insights/nivel-ingresos/>
- Torres, J. y Solórzano, M. (2017). *El alojamiento turístico en hogares: Una alternativa de negocios para la dinamización de la economía en la parroquia de Canoa (Destino de sol, y playa) después del terremoto del 16 de abril*. Obtenido de International Journal of Scientific 3(3) 259-272: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6133523.pdf>
- Yumisaca, J., Mendoza, E. y Villón, S. (2017). *Perfil sociodemográfico del turista de la provincia de Santa Elena en Ecuador. Referencias para nuevas propuestas de desarrollo*. Obtenido de Universidad y Sociedad 9(3) 52-59: <https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/view/607/717>

## APÉNDICE

### Tablas de Resultados de Encuestas aplicadas a los visitantes

**Tabla 12**

Género.

Genero		
Detalle	Cantidad	Porcentaje
Masculino	166	51%
Femenino	157	49%
<b>Total</b>	<b>323</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Encuesta dirigida a turistas de la parroquia Anconcito (2023)  
Elaborado por: Delgado, E (2023).*

**Tabla 13**

Edad (grupo en años)

Edad (grupo en años)		
Detalle	Cantidad	Porcentaje
18 -25	98	30%
26 - 35	66	20%
36 - 45	75	23%
46 - 55	51	16%
56 - 65	33	10%
66 o mas	0	0%
<b>Total</b>	<b>323</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Encuesta dirigida a turistas de la parroquia Anconcito (2023)  
Elaborado por: Delgado, E (2023).*

**Tabla 14**

Estado Civil.

Estado Civil		
Detalle	Cantidad	Porcentaje
Soltero	98	30%
Casado	111	34%
Unión Libre	95	29%
Unión de Hecho	4	1%
Divorciado	15	5%
<b>Total</b>	<b>323</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Encuesta dirigida a turistas de la parroquia Anconcito (2023)  
Elaborado por: Delgado, E (2023).*

**Tabla 15***Nivel de Estudios.*

<b>Nivel de Estudios</b>		
	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Primaria	117	36%
Secundaria	100	31%
Tercer Nivel	81	25%
Cuarto Nivel	25	8%
<b>Total</b>	<b>323</b>	<b>Detalle</b>

*Fuente: Encuesta dirigida a turistas de la parroquia Anconcito (2023)**Elaborado por: Delgado, E (2023).***Tabla 16***Procedencia*

<b>Procedencia</b>			<b>Extranjero</b>		
<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Nacional	298	92%	Estados Unidos	14	56%
Extranjero	25	8%	España	4	16%
Total	323	100%	Alemania	5	20%
			Canadá	2	8%
			<b>Total</b>	<b>25</b>	<b>100%</b>

<b>Nacionales</b>		
<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Azuay	60	21%
Bolívar	4	1%
Cañar Carchi	3	1%
Chimborazo	33	10%
Cotopaxi	20	6%
Esmeraldas	15	5%
Guayas	21	7%
Imbabura	19	6%
Manabí	11	3%
Pichincha	85	31%
Santa Elena	17	5%
Tungurahua	10	3%
<b>Total</b>	<b>298</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Encuesta dirigida a turistas de la parroquia Anconcito (2023)**Elaborado por: Delgado, E (2023).*

**Tabla 17***¿Con qué frecuencia, visita la parroquia Anconcito?*

<b>¿Con qué frecuencia, visita la parroquia Anconcito?</b>		
<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Vacaciones	33	10%
Feridos	212	66%
Fin de Semana	55	17%
Otro	23	7%
<b>Total</b>	<b>323</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Encuesta dirigida a turistas de la parroquia Anconcito (2023)**Elaborado por: Delgado, E (2023).***Tabla 18***¿Qué le motivó visitar la parroquia Anconcito?*

<b>¿Qué le motivó visitar la parroquia Anconcito?</b>		
<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Atractivos Naturales	250	77%
Gastronomía	0	0%
Festividades de la localidad	0	0%
Otros	73	23%
<b>Total</b>	<b>323</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Encuesta dirigida a turistas de la parroquia Anconcito (2023)**Elaborado por: Delgado, E (2023).***Tabla 19***La modalidad de su viaje la realiza*

<b>La modalidad de su viaje la realiza</b>		
<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Solo	0	0%
Pareja	123	38%
Familia	143	44%
Amigos	57	18%
Paquete Turístico	0	0%
Tours	0	0%
Otro	0	0%
<b>Total</b>	<b>323</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Encuesta dirigida a turistas de la parroquia Anconcito (2023)**Elaborado por: Delgado, E (2023).*

**Tabla 20***¿Por qué medio realizó la planificación de su viaje?*

<b>¿Por qué medio realizó la planificación de su viaje?</b>		
<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Operadora Turística	0	0%
Agencia de viaje	0	0%
Independiente	323	100%
Otro	0	0%
<b>Total</b>	<b>323</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Encuesta dirigida a turistas de la parroquia Anconcito (2023)  
Elaborado por: Delgado, E (2023).*

**Tabla 21***La información del destino la obtuvo de:*

<b>La información del destino la obtuvo de:</b>		
<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Amigos y familiares	180	56%
Internet	123	38%
Prensa escrita	0	0%
Televisión	0	0%
Otro	20	6%
<b>Total</b>	<b>323</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Encuesta dirigida a turistas de la parroquia Anconcito (2023)  
Elaborado por: Delgado, E (2023).*

**Tabla 22***¿Qué red social utiliza con mayor frecuencia?*

<b>¿Qué red social utiliza con mayor frecuencia?</b>		
<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Facebook	47	15%
Instagram	115	36%
Tick Tock	128	40%
Twitter	33	10%
<b>Total</b>	<b>323</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Encuesta dirigida a turistas de la parroquia Anconcito (2023)  
Elaborado por: Delgado, E (2023).*

**Tabla 23**

*Según la red social seleccionada ¿ha visto algún tipo de publicidad Anconcito?*

<b>Según la red social seleccionada ¿ha visto algún tipo de publicidad Anconcito?</b>		
<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	10	3%
No	313	97%
<b>Total</b>	<b>323</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Encuesta dirigida a turistas de la parroquia Anconcito (2023)*

*Elaborado por: Delgado, E (2023).*

**Tabla 24**

*¿Qué actividades turísticas realiza en Anconcito?*

<b>¿Qué actividades turísticas realiza en Anconcito?</b>		
<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Sol y playa	188	58%
Deportes acuáticos	99	31%
Pesca deportiva	0	0%
Visita atractivos turísticos	32	10%
Otros	4	1%
<b>Total</b>	<b>323</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Encuesta dirigida a turistas de la parroquia Anconcito (2023)*

*Elaborado por: Delgado, E (2023).*

**Tabla 25**

*¿Cuánto es el valor de gasto diario que realiza en Anconcito?*

<b>¿Cuánto es el valor de gasto diario que realiza en Anconcito?</b>		
<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Menos de \$50	85	26%
\$51 - \$100	128	40%
\$101 - \$150	77	24%
\$151 - \$200	22	7%
más de \$201	11	3%
<b>Total</b>	<b>323</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Encuesta dirigida a turistas de la parroquia Anconcito (2023)*

*Elaborado por: Delgado, E (2023).*

**Tabla 26**

*¿Según su experiencia en la parroquia Anconcito que otras actividades le gustaría que oferte el Destino?*

<b>¿Según su experiencia en la parroquia Anconcito que otras actividades le gustaría que oferte el Destino?</b>		
<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Artesanías	55	17%
Senderismo	67	21%
Visitas guiadas a caballo	89	28%
Actividades culturales	35	11%
Pesca Vivencial	46	14%
Recorridos por las fábricas de pescado	8	2%
Paseos interpretativos	23	7%
<b>Total</b>	<b>323</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Encuesta dirigida a turistas de la parroquia Anconcito (2023)*

*Elaborado por: Delgado, E (2023).*

**Tabla 27**

*¿Si se llegara a implementar el servicio de alojamiento ¿Qué tipo de establecimiento preferiría para hospedarse?*

<b>¿Si se llegara a implementar el servicio de alojamiento ¿Qué tipo de establecimiento preferiría para hospedarse?</b>		
<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Hotel	115	36%
Hostal	98	30%
Hostería	95	29%
Alojamiento Comunitario	15	5%
<b>Total</b>	<b>323</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Encuesta dirigida a turistas de la parroquia Anconcito (2023)*

*Elaborado por: Delgado, E (2023).*

**Tabla 28**

*Servicio y atención al cliente (incluye información)*

<b>Servicio y atención al cliente (incluye información)</b>		
<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
1 Malo	7	2%
2 Regular	23	7%
3 Bueno	93	29%
4 Muy bueno	178	55%
5 Excelente	22	7%
<b>Total</b>	<b>323</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Encuesta dirigida a turistas de la parroquia Anconcito (2023)*

*Elaborado por: Delgado, E (2023).*

**Tabla 29***Conectividad (servicio telefónico, wifi, internet, señal de telecomunicaciones)*

<b>Conectividad (servicio telefónico, wifi, internet, señal de telecomunicaciones)</b>		
<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
1 Malo	12	4%
2 Regular	88	27%
3 Bueno	175	54%
4 Muy bueno	45	14%
5 Excelente	3	1%
<b>Total</b>	<b>323</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Encuesta dirigida a turistas de la parroquia Anconcito (2023)**Elaborado por: Delgado, E (2023).***Tabla 30***Precios de los productos y servicios.*

<b>Precios de los productos y servicios</b>		
<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
1 Malo	24	11%
2 Regular	85	38%
3 Bueno	24	11%
4 Muy bueno	75	34%
5 Excelente	15	7%
<b>Total</b>	<b>223</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Encuesta dirigida a turistas de la parroquia Anconcito (2023)**Elaborado por: Delgado, E (2023).***Tabla 31***Salud y Seguridad.*

<b>Salud y Seguridad</b>		
<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
1 Malo	207	64%
2 Regular	75	23%
3 Bueno	30	9%
4 Muy bueno	11	3%
5 Excelente	0	0%
<b>Total</b>	<b>323</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Encuesta dirigida a turistas de la parroquia Anconcito (2023)**Elaborado por: Delgado, E (2023).*

**Tabla 32***Infraestructura (accesibilidad, Señalización, transporte público, aeropuerto, etc)*

<b>Infraestructura (accesibilidad, Señalización, transporte público, aeropuerto, etc)</b>			
<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>	
1 Malo	0	0%	
2 Regular	43	13%	
3 Bueno	270	84%	
4 Muy bueno	10	3%	
5 Excelente	0	0%	
<b>Total</b>	<b>323</b>	<b>100%</b>	

*Fuente: Encuesta dirigida a turistas de la parroquia Anconcito (2023)**Elaborado por: Delgado, E (2023).***Tabla 33***Equipamiento turístico (alojamiento, restaurante, bares y discotecas, muelles, miradores, malecón, estacionamiento, etc)*

<b>Equipamiento turístico (alojamiento, restaurante, bares y discotecas, muelles, miradores, malecón, estacionamiento, etc)</b>			
<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>	
1 Malo	15	5%	
2 Regular	165	51%	
3 Bueno	98	30%	
4 Muy bueno	45	14%	
5 Excelente	0	0%	
<b>Total</b>	<b>323</b>	<b>100%</b>	

*Fuente: Encuesta dirigida a turistas de la parroquia Anconcito (2023)**Elaborado por: Delgado, E (2023).***Tabla 34***Imagen (higiene, limpieza, entorno, hospitalidad, ruido, etc)*

<b>Imagen (higiene, limpieza, entorno, hospitalidad, ruido, etc)</b>			
<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>	
1 Malo	20	6%	
2 Regular	205	63%	
3 Bueno	88	27%	
4 Muy bueno	10	3%	
5 Excelente	0	0%	
<b>Total</b>	<b>323</b>	<b>100%</b>	

*Fuente: Encuesta dirigida a turistas de la parroquia Anconcito (2023)**Elaborado por: Delgado, E (2023).*

**Fichas de Jerarquización de Atractivos Turísticos de la parroquia Anconcito.**  
**Tabla 35**  
**Playa Las Conchas**

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																	
Código del atractivo:	2	4	0	3	5	1	A	N	0	9	0	1	0	2	0	0	1
	Provincia		Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo		
<b>1. DATOS GENERALES</b>																	
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																	
PLAYA LAS CONCHAS																	
1.2 Categoría				1.3 Tipo				1.4 Subtipo									
ATRATIVOS_NATURALES				COSTAS_O_LITORALES				PLAYA									
<b>2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO</b>																	
2.1 Provincia				2.2 Cantón				2.3 Parroquia									
SANTA_ELENA				SALINAS				ANCONCITO									
2.4 Barrio, Sector o Comuna				2.5 Calle Principal				2.6 Número		2.7 Transversal							
SECTOR LA DIABLICA																	
2.8 Latitud (grados decimales)				2.9 Longitud (grados decimales) <a href="#">Click</a>				2.10 Altura (msnm)									
2.11 Información del administrador																	
a. Tipo de Administrador: <a href="#">texto</a>				b. Nombre de la Institución: <a href="#">texto</a>													
c. Nombre del Administrador: <a href="#">texto</a>				d. Cargo que ocupa: <a href="#">texto</a>													
e. Teléfono / Celular: <a href="#">(+593)</a>				f. Correo Electrónico: <a href="#">texto</a>													
Observaciones: <a href="#">texto</a>																	
<b>3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO</b>																	
3.1 Características climatológicas <input type="checkbox"/>																	
a. Clima:				b. Temperatura(°C):				c. Precipitación Pluviométrica (mm):									
3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>																	
a. Cultura <input type="checkbox"/>				b. Naturaleza <input checked="" type="checkbox"/>				c. Aventura <input type="checkbox"/>									
3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico <input type="checkbox"/>																	
a. Prístino <input type="checkbox"/>				b. Primitivo <input type="checkbox"/>				c. Rústico Natural <input type="checkbox"/>		d. Rural <input checked="" type="checkbox"/>		e. Urbano <input type="checkbox"/>					
3.4 Ingreso al atractivo (U) <input type="checkbox"/>																	
a. Tipo de Ingreso		b. Horario de Atención				c. Atención											
		Ingreso	Salida	Todos los días		Fines de semana y feriados		Solo días hábiles		Otro	Especificar						
Libre <input checked="" type="checkbox"/>	0:00	0:00	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	<a href="#">texto</a>							
Restringido <input type="checkbox"/>	0:00	0:00	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	<a href="#">texto</a>							
Pagado <input type="checkbox"/>	0:00	0:00	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	<a href="#">texto</a>							
d. Maneja un sistema de reservas: <input type="checkbox"/>				f. Forma de Pago:		Efectivo <input type="checkbox"/>		Dinero Electrónico <input type="checkbox"/>		Depósito Bancario <input type="checkbox"/>		Tarjeta de Débito <input type="checkbox"/>					
e. Precio: Desde <a href="#">0,00</a> Hasta <a href="#">0,00</a>		Tarjeta de Crédito <input type="checkbox"/>				Transferencia Bancaria <input type="checkbox"/>		Cheque <input type="checkbox"/>									
g. Meses recomendables de visita:				<a href="#">texto</a>													
Observaciones: <a href="#">texto</a>																	

4. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO										SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	SI	<input type="checkbox"/>	
a. Nombre de la ciudad o poblado más cercano (Que presente condiciones mínimas de servicios):																
b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano:		0	km	c. Tiempo estimado de desplazamiento en auto:		0:00	h/min	d. Coordenadas (grados decimales):		Lat.:	0	Long.:	0			
Observaciones: <input type="text"/>																
<b>4.2 Vías de Acceso (M)</b> <input type="checkbox"/>																
		Tipo de vía		Coordenada de inicio		Coordenada de fin		Distancia (km)		Tipo de material		Estado				
a. Terrestre (M) <input type="checkbox"/>		a. Primer orden <input type="checkbox"/>		0		0		0		texto						
		b. Segundo orden <input type="checkbox"/>		0		0		0		texto						
		c. Tercer orden <input type="checkbox"/>		0		0		0		texto						
Observaciones: <input type="text"/>																
b. Acuático (U) <input type="checkbox"/>		Marítimo <input type="checkbox"/>		Puerto / Muelle de partida		texto		Estado		Puerto / Muelle de Llegada		texto		Estado		
		Lacustre <input type="checkbox"/>		Puerto / Muelle de partida		texto				Puerto / Muelle de Llegada		texto				
		Fluvial <input type="checkbox"/>		Puerto / Muelle de partida		texto				Puerto / Muelle de Llegada		texto				
Observaciones: <input type="text"/>																
c. Aéreo (U) <input type="checkbox"/>		Nacional: <input type="checkbox"/>				Internacional: <input type="checkbox"/>										
Observaciones: <input type="text"/>																
<b>4.3 Servicio de transporte (M)</b> <input checked="" type="checkbox"/>																
a. Bus <input type="checkbox"/>		b. Buseta <input type="checkbox"/>		c. Transporte 4x4 <input checked="" type="checkbox"/>		d. Taxi <input type="checkbox"/>		e. Moto taxi <input type="checkbox"/>		f. Teleférico <input type="checkbox"/>						
g. Lancha <input type="checkbox"/>		h. Bote <input type="checkbox"/>		i. Barco <input type="checkbox"/>		j. Canoa <input type="checkbox"/>		k. Avión <input type="checkbox"/>		l. Avioneta <input type="checkbox"/>						
m. Helicóptero <input type="checkbox"/>		n. Otro <input type="checkbox"/>		Especifique												
Observaciones: <input type="text"/>																
<b>4.3.1 Detalle de transporte hacia el atractivo (M)</b> <input checked="" type="checkbox"/>																
a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio			b. Estación / terminal			c. Frecuencia				d. Detalle (Traslado origen / destino)						
						Diaria	Semanal	Mensual	Eventual							
MAR AZUL SA			PARADA VIA PUNTA CARNERO			<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		TE TRASLADA A LA CALLE PRINCIPAL DEL ATRACTIVO					
						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		texto					
						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		texto					
						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		texto					
texto			texto			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		texto					
<b>4.4 Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad (M)</b> <input checked="" type="checkbox"/>																
General <input type="checkbox"/>		Discapacidad Física <input type="checkbox"/>		Discapacidad Visual <input type="checkbox"/>		Discapacidad Auditiva <input type="checkbox"/>		Discapacidad Intelectual o Psicosocial <input type="checkbox"/>		d. No es accesible <input checked="" type="checkbox"/>						
Observaciones: <input type="text"/>																
<b>4.5 Señalización</b> <input checked="" type="checkbox"/>																
a. Señalización de aproximación al atractivo <input type="checkbox"/>			Estado (U)			Bueno <input type="checkbox"/>		Regular <input checked="" type="checkbox"/>		Malo <input type="checkbox"/>						
Observaciones: <input type="text"/>																

5. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS										SI	NO	S/I	
5.1 Planta turística (M)										<input type="checkbox"/>			
a. En el Atractivo					<input type="checkbox"/>	b. En la ciudad o poblado cercano					<input type="checkbox"/>		
Alojamiento		Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas	Alojamiento		Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas				
Hotel	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hotel	<input type="checkbox"/>	0	0	0				
Hostal	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hostal	<input type="checkbox"/>	0	0	0				
Hostería	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hostería	<input type="checkbox"/>	0	0	0				
Hacienda Turística	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hacienda Turística	<input type="checkbox"/>	0	0	0				
Lodge	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Lodge	<input type="checkbox"/>	0	0	0				
Resort	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Resort	<input type="checkbox"/>	0	0	0				
Refugio	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Refugio	<input type="checkbox"/>	0	0	0				
Campamento Turístico	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Campamento Turístico	<input type="checkbox"/>	0	0	0				
Casa de Huéspedes	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Casa de Huéspedes	<input type="checkbox"/>	0	0	0				
Observaciones: <a href="#">texto</a>					Observaciones: <a href="#">texto</a>								
Alimentos y bebidas		Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas	Alimentos y bebidas		Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas				
Restaurantes	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Restaurantes	<input checked="" type="checkbox"/>	0	0	0				
Cafeterías	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Cafeterías	<input type="checkbox"/>	0	0	0				
Bares	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Bares	<input checked="" type="checkbox"/>	0	0	0				
Fuentes de soda	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Fuentes de soda	<input type="checkbox"/>	0	0	0				
Observaciones: <a href="#">texto</a>					Observaciones: <a href="#">texto</a>								
Agencias de Viaje		Establecimientos registrados		Agencias de Viaje		Establecimientos registrados							
Mayoristas	<input type="checkbox"/>	0		Mayoristas	<input type="checkbox"/>	0							
Internacionales	<input type="checkbox"/>	0		Internacionales	<input type="checkbox"/>	0							
Operadoras	<input type="checkbox"/>	0		Operadoras	<input type="checkbox"/>	0							
Observaciones: <a href="#">texto</a>					Observaciones: <a href="#">texto</a>								
Guía		Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	0	Guía		Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	0
<input type="checkbox"/>		0	0	0	Aventura	0	<input type="checkbox"/>		0	0	0	Aventura	0
Observaciones: <a href="#">texto</a>					Observaciones: <a href="#">texto</a>								
5.2 Facilidades en el entorno al atractivo										<input type="checkbox"/>			
Categoría (M)		Tipo (M)		Cantidad	Coordenadas	Administrador	Accesibilidad universal	Estado (U)					
a. De apoyo a la gestión turística	Punto de Información		<input type="checkbox"/>	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	I-Tur		<input type="checkbox"/>	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	Centro de interpretación		<input type="checkbox"/>	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	Centro de facilitación turística		<input type="checkbox"/>	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	Centro de recepción de visitantes		<input type="checkbox"/>	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
b. De observación y vigilancia	Garitas de guardianía		<input type="checkbox"/>	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	Miradores		<input type="checkbox"/>	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	Torres de avistamiento de aves		<input type="checkbox"/>	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	Torres de vigilancia para salvavidas		<input type="checkbox"/>	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			

c. De recorrido y descanso <input type="checkbox"/>	Senderos <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Estaciones de sombra y descanso <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Áreas de acampar <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Refugio de alta montaña <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. De servicio <input type="checkbox"/>	Baterías sanitarias <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Estacionamientos <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. Otros <input type="checkbox"/>		0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Observaciones: texto								
<b>5.3 Complementarios a la actividad turística (M)</b> <input checked="" type="checkbox"/>								
<b>a. En el Atractivo</b> <input type="checkbox"/>					<b>b. En la ciudad o poblado cercano</b> <input type="checkbox"/>			
Alquiler y venta de equipo especializado <input type="checkbox"/>		Venta de artesanías y merchandising <input type="checkbox"/>		Alquiler y venta de equipo especializado <input type="checkbox"/>		Venta de artesanías y merchandising <input type="checkbox"/>		
Casa de cambio <input type="checkbox"/>	Cajero automático <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>		Casa de cambio <input type="checkbox"/>	Cajero automático <input checked="" type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>		
Especifique: texto				Especifique: texto				
Observaciones: texto								
<b>6. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO</b> SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>								
<b>6.1 Atractivo (U)</b> <input type="checkbox"/>								
a. Conservado <input type="checkbox"/>		b. Alterado <input checked="" type="checkbox"/>		c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/>		d. Deteriorado <input type="checkbox"/>		
Observaciones: ABANDONADA								
6.1.1 Factores de alteración y deterioro (M)								
6.1.1.1 Naturales (M)				6.1.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)				
a. Erosión <input type="checkbox"/>		a. Actividades agrícolas y ganaderas <input type="checkbox"/>		b. Actividades forestales <input type="checkbox"/>		c. Actividades extractivas / minería <input type="checkbox"/>		
b. Humedad <input type="checkbox"/>		d. Actividades industriales <input type="checkbox"/>		e. Negligencia / abandono <input type="checkbox"/>		f. Huaquearía <input type="checkbox"/>		
c. Desastres naturales <input type="checkbox"/>		g. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/>		h. Condiciones de uso y exposición <input type="checkbox"/>		i. Falta de mantenimiento <input checked="" type="checkbox"/>		
d. Flora/Fauna <input checked="" type="checkbox"/>		j. Contaminación del ambiente <input checked="" type="checkbox"/>		k. Generación de residuos <input checked="" type="checkbox"/>		l. Expansión urbana <input type="checkbox"/>		
e. Clima <input type="checkbox"/>		m. Conflicto político / social <input type="checkbox"/>		n. Desarrollo industrial / comercial <input type="checkbox"/>		o. Vandalismo <input checked="" type="checkbox"/>		
Otro <input type="checkbox"/>	Especifique: texto							
Observaciones: texto								
<b>6.2 Entorno (U)</b> <input checked="" type="checkbox"/>								
a. Conservado <input type="checkbox"/>		b. Alterado <input checked="" type="checkbox"/>		c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/>		d. Deteriorado <input type="checkbox"/>		
Observaciones: texto								
6.2.1 Factores de alteración y deterioro (M)								
6.2.1.1 Naturales (M)				6.2.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)				
a. Erosión <input type="checkbox"/>		a. Actividades agrícolas y ganaderas <input type="checkbox"/>		b. Actividades forestales <input type="checkbox"/>		c. Actividades extractivas / minería <input type="checkbox"/>		
b. Humedad <input type="checkbox"/>		d. Actividades industriales <input type="checkbox"/>		e. Negligencia / abandono <input checked="" type="checkbox"/>		f. Huaquearía <input checked="" type="checkbox"/>		
c. Desastres naturales <input type="checkbox"/>		g. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/>		h. Condiciones de uso y exposición <input type="checkbox"/>		i. Falta de mantenimiento <input checked="" type="checkbox"/>		
d. Flora/Fauna <input type="checkbox"/>		j. Contaminación del ambiente <input type="checkbox"/>		k. Generación de residuos <input type="checkbox"/>		l. Expansión urbana <input type="checkbox"/>		
e. Clima <input type="checkbox"/>		m. Conflicto político / social <input type="checkbox"/>		n. Desarrollo industrial / comercial <input type="checkbox"/>		o. Vandalismo <input checked="" type="checkbox"/>		
Otro <input type="checkbox"/>	Especifique: texto							
Observaciones: texto								

<b>6.3. Declaratoria del espacio turístico asociado al atractivo</b> <input type="checkbox"/>									
a. Declarante: <input type="text"/>			b. Denominación: <input type="text"/>			b. Fecha de declaración: <input type="text"/>		c. Alcance: <input type="text"/>	
Observaciones: <input type="text"/>									
<b>7. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA</b> <span style="float: right;">SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/></span>									
<b>7.1 Servicios Básicos</b> <input checked="" type="checkbox"/>									
<b>a. En el atractivo</b> <input checked="" type="checkbox"/>					<b>b. En la ciudad o poblado mas cercano</b> <input checked="" type="checkbox"/>				
Agua: <input type="checkbox"/>					Agua <input checked="" type="checkbox"/>				
Especifique: <input type="text"/>					Especifique: <input type="text"/>				
Energía eléctrica: <input type="checkbox"/>					Energía eléctrica <input checked="" type="checkbox"/>				
Especifique: <input type="text"/>					Especifique: <input type="text"/>				
Saneamiento: <input type="checkbox"/>					Saneamiento: <input type="checkbox"/>				
Especifique: <input type="text"/>					Especifique: <input type="text"/>				
Disposición de desechos <input type="checkbox"/>					Disposición de desechos <input type="checkbox"/>				
Especifique: <input type="text"/>					Especifique: <input type="text"/>				
Observaciones: <input type="text"/>									
<b>7.2 Señalética en el atractivo</b> <input checked="" type="checkbox"/>									
7.2.1 Ambiente	7.2.2. Tipo	7.2.3. Materialidad				7.2.4. Estado			
		a. Madera	b. Aluminio	c. Otro	Especifique	B	R	M	
En áreas urbanas <input type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
	Pictogramas de restricción	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
	Tótems de atractivos turísticos	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
	Tótems de sitio	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
	Tótems direccionales	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
En áreas naturales <input type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
	Pictogramas de restricción	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
	Señales turísticas de aproximación	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
	Paneles de direccionamiento hacia atractivos	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
	Panel informativo de atractivos	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
	Panel informativo de direccionamiento hacia atractivos, servicios y actividades	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
	Mesas interpretativas	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
	Tótem de sitio	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
	Tótem de direccionamiento	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
Letreros informativos <input type="checkbox"/>	De información botánica	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
	Normativos de concienciación	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
Señalética interna de seguridad <input type="checkbox"/>	Protección de los elementos del atractivo	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
Otros <input type="checkbox"/>	<input type="text"/>								
Observaciones: <input type="text"/>									

<b>7.3 Salud (más cercano) (M)</b> <input checked="" type="checkbox"/>									
<b>a. En el atractivo</b> <input type="checkbox"/>					<b>b. En la ciudad o poblado mas cercano</b> <input checked="" type="checkbox"/>				
Hospital o Clínica	<input type="checkbox"/>	Cantidad	0		Hospital o Clínica	<input type="checkbox"/>	Cantidad	0	
Puesto / Centro de salud	<input type="checkbox"/>		0		Puesto / Centro de salud	<input type="checkbox"/>		0	
Dispensario médico	<input type="checkbox"/>		0		Dispensario médico	<input checked="" type="checkbox"/>		1	
Botiquín de primeros auxilios	<input type="checkbox"/>		0		Botiquín de primeros auxilios	<input type="checkbox"/>		0	
Otros	<input type="checkbox"/>		0		Otros	<input type="checkbox"/>		0	
Observaciones: <input type="text"/>									
<b>7.4 Seguridad (M)</b> <input type="checkbox"/>									
a. Privada	<input type="checkbox"/>	Detalle	<input type="text"/>						
b. Policía nacional	<input checked="" type="checkbox"/>		REGULAR EL SERVICIO DE SEGURIDAD						
c. Policía metropolitana / Municipal	<input type="checkbox"/>		<input type="text"/>						
d. Otra	<input type="checkbox"/>		<input type="text"/>						
Observaciones: <input type="text"/>									
<b>7.5 Servicio de comunicación de uso público (M)</b> <input checked="" type="checkbox"/>									
<b>a. En el atractivo</b> <input checked="" type="checkbox"/>					<b>b. En la ciudad o poblado mas cercano</b> <input checked="" type="checkbox"/>				
Telefonía (M) <input type="checkbox"/>		Conexión a internet (M) <input type="checkbox"/>			Telefonía (M) <input type="checkbox"/>		Conexión a internet (M) <input checked="" type="checkbox"/>		
Fija <input checked="" type="checkbox"/>	Línea telefónica <input checked="" type="checkbox"/>	Fibra óptica <input type="checkbox"/>			Fija <input checked="" type="checkbox"/>	Línea telefónica <input type="checkbox"/>	Fibra óptica <input checked="" type="checkbox"/>		
Móvil <input type="checkbox"/>	Satélite <input type="checkbox"/>	Redes inalámbricas <input type="checkbox"/>			Móvil <input type="checkbox"/>	Satélite <input type="checkbox"/>	Redes inalámbricas <input type="checkbox"/>		
Satelital <input type="checkbox"/>	Telefonía móvil <input type="checkbox"/>			Satelital <input type="checkbox"/>		Telefonía móvil <input type="checkbox"/>			
Observaciones: <input type="text"/>									
<b>Radio portátil (U)</b> <input type="checkbox"/>									
De uso exclusivo para el visitante <input type="checkbox"/>			De uso exclusivo para comunicación interna <input type="checkbox"/>			De uso exclusivo en caso de emergencia <input type="checkbox"/>			
Observaciones: <input type="text"/>									
<b>7.6 Multiamenazas (M)</b> <input checked="" type="checkbox"/>									
Deslaves <input type="checkbox"/>		Sismos <input type="checkbox"/>		Erupciones volcánicas <input type="checkbox"/>		Incendios forestales <input type="checkbox"/>			
Sequía <input type="checkbox"/>		Inundaciones <input checked="" type="checkbox"/>		Aguajes <input checked="" type="checkbox"/>		Tsunami <input type="checkbox"/>			
¿Existe un plan de contingencia en caso de catástrofes? <input type="checkbox"/>		Institución que elaboró el documento. <input type="text"/>		Nombre del documento: <input type="text"/>		Año de elaboración: <input type="text"/>		de <input type="text"/>	
Observaciones: <input type="text"/>									
<b>8. POLÍTICAS Y REGULACIONES</b> <span style="float: right;">SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/></span>									
a. ¿El GAD cuenta con el Plan de Desarrollo Turístico Territorial?					SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>		Año de elaboración: <input type="text"/>		
b. ¿El atractivo se encuentra dentro de la planificación turística territorial (GAD'S)?					SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>		Especifique: <input type="text"/>		
<input type="text"/>									
c. ¿Existen normativas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?					SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>		Especifique: <input type="text"/>		
<input type="text"/>									
d. ¿Existen ordenanzas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?					SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>		Especifique: <input type="text"/>		
<input type="text"/>									
Observaciones: <input type="text"/>									

9. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U)							SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
<b>9.1 ATRACTIVOS NATURALES (M)</b>							<input checked="" type="checkbox"/>					
9.1.1 En el Agua (M)							<input checked="" type="checkbox"/>					
a. Buceo	<input type="checkbox"/>	b. Kayak de mar	<input type="checkbox"/>	c. Kayak lacustre	<input type="checkbox"/>	d. Kayak de Río	<input type="checkbox"/>	e. Surf	<input checked="" type="checkbox"/>			
f. Kite surf	<input type="checkbox"/>	g. Rafting	<input type="checkbox"/>	h. Snorkel	<input type="checkbox"/>	i. Tubing	<input type="checkbox"/>	j. Regata	<input type="checkbox"/>			
k. Paseo en panga	<input type="checkbox"/>	l. Paseo en bote	<input type="checkbox"/>	m. Paseo en lancha	<input type="checkbox"/>	n. Paseo en moto acuática	<input type="checkbox"/>	o. Parasailing	<input type="checkbox"/>			
p. Esquí acuático	<input type="checkbox"/>	q. Banana flotante	<input type="checkbox"/>	r. Boya	<input type="checkbox"/>	s. Pesa deportiva	<input type="checkbox"/>	Otro	<input type="checkbox"/>	texto		
Observaciones:							texto					
9.1.2 En el Aire (M)							<input type="checkbox"/>					
a. Alas Delta	<input type="checkbox"/>	b. Canopy	<input type="checkbox"/>	c. Parapente	<input type="checkbox"/>	d Otro	<input type="checkbox"/>			texto		
Observaciones:							texto					
9.1.3 En Superficie Terrestre (M)							<input checked="" type="checkbox"/>					
a. Montañismo	<input type="checkbox"/>	b. Escalada	<input type="checkbox"/>	c. Senderismo	<input type="checkbox"/>	d. Cicloturismo	<input type="checkbox"/>	e. Canyoning	<input type="checkbox"/>			
f. Exploración de cuevas	<input type="checkbox"/>	g. Actividades Recreativas	<input type="checkbox"/>	h. Cabalgata	<input type="checkbox"/>	i. Caminata	<input type="checkbox"/>	j. Camping	<input type="checkbox"/>			
k. Picnic	<input type="checkbox"/>	l. Observación de flora y fauna	<input type="checkbox"/>	m. Observación de astros	<input type="checkbox"/>	n. Otro	<input type="checkbox"/>			texto		
Observaciones:							texto					
<b>9.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U)</b>							<input type="checkbox"/>					
9.2.1 Tangibles e intangibles							<input type="checkbox"/>					
a. Recorridos guiados	<input type="checkbox"/>	b. Recorrido autoguiados	<input type="checkbox"/>	c. Visita a talleres artísticos	<input type="checkbox"/>							
h. Participación en talleres artísticos	<input type="checkbox"/>	d. Visita a talleres artesanales	<input type="checkbox"/>	i. Participación en talleres artesanales	<input type="checkbox"/>							
e. Exposiciones temáticas permanentes, temporales y eventuales	<input type="checkbox"/>	f. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales.	<input type="checkbox"/>	i. Actividades vivenciales y/o lúdicas	<input type="checkbox"/>							
g. Presentaciones o representaciones en vivo	<input type="checkbox"/>	h. Muestras audiovisuales	<input type="checkbox"/>	g. Fotografía	<input type="checkbox"/>							
j. Degustación de platos tradicionales	<input type="checkbox"/>	l. Participación de la celebración	<input type="checkbox"/>	m. Compra de artesanías	<input type="checkbox"/>							
n. Convivencia	<input type="checkbox"/>	o. Medicina ancestral	<input type="checkbox"/>	Otro	<input type="checkbox"/>	texto						
Observaciones:							texto					
10. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO							SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
<b>10.1. Medios de Promoción del Atractivo (M)</b>												
¿Existe un plan de promoción turística cantonal?							SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	Especifique:	texto
¿El Atractivo se encuentra incluido en el plan de promoción turístico cantonal?							SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>		
Medio Promocional			Dirección y nombre de los medios promocionales				Periodicidad de la promoción					
a. Página WEB	<input checked="" type="checkbox"/>	URL:	<a href="https://anconito.gob.ec/atractivos-turisticos/">https://anconito.gob.ec/atractivos-turisticos/</a>				Anual					
b. Red Social	<input checked="" type="checkbox"/>	Nombre:	FACEBOOK				Anual					
c. Revistas Especializadas	<input type="checkbox"/>	Nombre:	texto				Ninguna					
d. Material POP	<input type="checkbox"/>	Nombre:	texto				Ninguna					
e. Oficina de Información Turística	<input type="checkbox"/>	Nombre:	texto				Ninguna					
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa)	<input type="checkbox"/>	Nombre:	texto				Ninguna					
g. Asistencia a ferias turísticas	<input type="checkbox"/>	Nombre:	texto				Ninguna					
h. Otro	<input type="checkbox"/>	Nombre:	texto				Ninguna					
Observaciones:							texto					
<b>10.2. El atractivo forma parte de una oferta establecida (paquete turístico)</b>							SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique:	texto
Observaciones:							texto					

11. REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA (M)										SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	SI	<input type="checkbox"/>												
11.1. Frecuencia de visita según datos estadísticos										<input checked="" type="checkbox"/>																	
a. ¿Posee un sistema de registro de visitantes?										SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	Tipo: Digital <input type="checkbox"/> Papel <input type="checkbox"/>		Años de registro		0									
b. ¿Se genera reporte de estadísticas de visita al atractivo?										SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	Frecuencia de los reportes: Ninguna													
c. Temporalidad de visita al atractivo																											
Alta (meses)		<input type="checkbox"/>		Especifique	texto				Número de visitantes	0																	
Baja (meses)		<input checked="" type="checkbox"/>			texto					0																	
d. Llegada de turistas																											
<input type="checkbox"/> Turista nacional			Llegadas mensuales		Total anual		<input type="checkbox"/> Turista extranjero			Llegadas mensuales		Total Anual															
Ciudades de origen		texto		0		0		Paises de origen		texto		0		0													
		texto		0		0				texto		0		0													
		texto		0		0				texto		0		0													
Observaciones: texto																											
11.2. Frecuencia de visita según informantes clave										<input type="checkbox"/>																	
Nombre del Informante Clave: texto					Contactos: (+593)																						
Demanda según días de visita <input type="checkbox"/>					Demanda según frecuencia de visita <input type="checkbox"/>																						
Lunes a viernes		0		Fines de semana		0		Días feriados		0		Permanente		<input type="checkbox"/>		Estacional		<input type="checkbox"/>		Esporádica		<input type="checkbox"/>		Inexistente		<input type="checkbox"/>	
Observaciones: texto																											
12. RECURSO HUMANO										SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	SI	<input type="checkbox"/>												
a. Número de personas a cargo de la administración y operación del atractivo					<input type="checkbox"/>					d. Número de personas especializadas en turismo					<input type="checkbox"/>												
e. Número de personas con nivel de instrucción (M):		<input type="checkbox"/>		f. Número de personas capacitadas por temática (M)		<input type="checkbox"/>		g. Número de personas que manejan algún de idiomas (M)						<input type="checkbox"/>													
Primaria		0		Secundaria		0		Primeros Auxilios		0		Hospitalidad		0		Inglés		0		Alemán		0					
Tercer Nivel		0		Cuarto Nivel		0		Atención al Cliente		0		Guianza		0		Francés		0		Italiano		0					
Otro		texto		Sensibilización de discapacidades		de 0		Otro		texto		Chino		0		Otro		texto									
Observaciones: texto																											
13. DESCRIPCION DEL ATRACTIVO (500 caracteres)																											
EL ATRACTIVO SE ENCUENTRA EN ABANDONO POR LAS ENTIDADES LOCALES, POR LO TANTO NO HAY CONTROL MUNICIPAL Y CARECE DE SEGURIDAD INTEGRAL.																											

## 14. ANEXOS

### a. Archivo Fotográfico (dos) (HD)



Fuente: [texto](#)

### b. Ubicación gráfica del Atractivo



Fuente: [texto](#)

### FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)

ELABORADO POR:		VALIDADO POR:	APROBADO POR:
Apellido y Nombre	EMILY DELGADO GONZALEZ	Apellido y Nombre	Apellido y Nombre
Institución	UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA	Institución	Institución
Cargo	ESTUDIANTE	Cargo	Cargo
Correo Electrónico	<a href="mailto:mailygonzalez1505@gmail.com">mailygonzalez1505@gmail.com</a>	Correo Electrónico	Correo Electrónico
Teléfono	0967846002	Teléfono	Teléfono
Firma		Firma	Firma
Fecha	2/11/2023	Fecha	Fecha

**Tabla 36**  
**Playa La Punta de los Acantilados**

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																	
Código del atractivo:	2	4	0	3	5	1	A	N	0	9	0	1	0	2	0	0	1
	Provincia		Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo		
<b>1. DATOS GENERALES</b>																	
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																	
PLAYA LA PUNTA DE LOS ALCANTILADOS																	
1.2 Categoría					1.3 Tipo					1.4 Subtipo							
ATRATIVOS_NATURALES					COSTAS_O_LITORALES					PLAYA							
<b>2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO</b>																	
2.1 Provincia					2.2 Cantón					2.3 Parroquia							
SANTA_ELENA					SALINAS					ANCONCITO							
2.4 Barrio, Sector o Comuna					2.5 Calle Principal			2.6 Número		2.7 Transversal							
ANCONCITO																	
2.8 Latitud (grados decimales)					2.9 Longitud (grados decimales) <a href="#">Click</a>					2.10 Altura (msnm)							
2.11 Información del administrador																	
a. Tipo de Administrador: <input type="text"/>					b. Nombre de la Institución: <input type="text"/>												
c. Nombre del Administrador: <input type="text"/>					d. Cargo que ocupa: <input type="text"/>												
e. Teléfono / Celular: <input type="text"/>					f. Correo Electrónico: <input type="text"/>												
Observaciones: <input type="text"/>																	
<b>3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO</b>																	
3.1 Características climatológicas <input type="checkbox"/>																	
a. Clima:					b. Temperatura(°C):					c. Precipitación Pluviométrica (mm):							
3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>																	
a. Cultura <input type="checkbox"/>					b. Naturaleza <input checked="" type="checkbox"/>					c. Aventura <input type="checkbox"/>							
3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico <input type="checkbox"/>																	
a. Prístino <input type="checkbox"/>			b. Primitivo <input type="checkbox"/>			c. Rústico Natural <input type="checkbox"/>			d. Rural <input checked="" type="checkbox"/>			e. Urbano <input type="checkbox"/>					
3.4 Ingreso al atractivo (U) <input type="checkbox"/>																	
a. Tipo de Ingreso		b. Horario de Atención			c. Atención												
		Ingreso	Salida	Todos los días			Fines de semana y feriados			Solo días hábiles			Otro			Especificar	
Libre	<input checked="" type="checkbox"/>	0:00	0:00	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>			<input type="text"/>	
Restringido	<input type="checkbox"/>	0:00	0:00	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>			<input type="text"/>	
Pagado	<input type="checkbox"/>	0:00	0:00	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>			<input type="text"/>	
d. Maneja un sistema de reservas: <input type="checkbox"/>				f. Forma de Pago:		Efectivo <input type="checkbox"/>		Dinero Electrónico <input type="checkbox"/>		Depósito Bancario <input type="checkbox"/>		Tarjeta de Débito <input type="checkbox"/>					
e. Precio: Desde 0,00 Hasta 0,00		Tarjeta de Crédito <input type="checkbox"/>				Transferencia Bancaria <input type="checkbox"/>		Cheque <input type="checkbox"/>									
g. Meses recomendables de visita:				<input type="text"/>													
Observaciones: <input type="text"/>																	
<b>4. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO</b> <span style="float: right;">SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/></span>																	
a. Nombre de la ciudad o poblado más cercano (Que presente condiciones mínimas de servicios):																	
b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano:		0 km	c. Tiempo estimado de desplazamiento en auto:		0:00 h/min	d. Coordenadas (grados decimales):		Lat.:	0	Long.:	0						
Observaciones: <input type="text"/>																	

<b>4.2 Vías de Acceso (M)</b> <input type="checkbox"/>							
a. Terrestre (M) <input type="checkbox"/>	Tipo de vía	Coordenada de inicio	Coordenada de fin	Distancia (km)	Tipo de material	Estado	
	a. Primer orden <input type="checkbox"/>	0	0	0	texto		
	b. Segundo orden <input type="checkbox"/>	0	0	0	texto		
	c. Tercer orden <input type="checkbox"/>	0	0	0	texto		
Observaciones: <input type="text"/>							
b. Acuático (U) <input type="checkbox"/>	Marítimo <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	<input type="text"/>	Estado	Puerto / Muelle de Llegada	<input type="text"/>	
	Lacustre <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	<input type="text"/>		Puerto / Muelle de Llegada	<input type="text"/>	
	Fluvial <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	<input type="text"/>		Puerto / Muelle de Llegada	<input type="text"/>	
Observaciones: <input type="text"/>							
c. Aéreo (U) <input type="checkbox"/>	Nacional: <input type="checkbox"/>			Internacional: <input type="checkbox"/>			
Observaciones: <input type="text"/>							
<b>4.3 Servicio de transporte (M)</b> <input checked="" type="checkbox"/>							
a. Bus <input type="checkbox"/>	b. Buseta <input type="checkbox"/>	c. Transporte 4x4 <input checked="" type="checkbox"/>	d. Taxi <input type="checkbox"/>	e. Moto taxi <input type="checkbox"/>	f. Teleférico <input type="checkbox"/>		
g. Lancha <input type="checkbox"/>	h. Bote <input type="checkbox"/>	i. Barco <input type="checkbox"/>	j. Canoa <input type="checkbox"/>	k. Avión <input type="checkbox"/>	l. Avioneta <input type="checkbox"/>		
m. Helicóptero <input type="checkbox"/>	n. Otro <input type="checkbox"/>	Especifique					
Observaciones: <input type="text"/>							
<b>4.3.1 Detalle de transporte hacia el atractivo (M)</b> <input checked="" type="checkbox"/>							
a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio	b. Estación / terminal	c. Frecuencia			d. Detalle (Traslado origen / destino)		
		Diana	Semanal	Mensual	Eventual		
MAR AZUL SA	PARADA VIA PUNTA CARNERO	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	TE TRASLADA A LA CALLE PRINCIPAL DEL ATARCTIVO	
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	
<b>4.4 Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad (M)</b> <input checked="" type="checkbox"/>							
General <input type="checkbox"/>	Discapacidad Física <input type="checkbox"/>	Discapacidad Visual <input type="checkbox"/>	Discapacidad Auditiva <input type="checkbox"/>	Discapacidad Intelectual o Psicosocial <input type="checkbox"/>	d. No es accesible <input checked="" type="checkbox"/>		
Observaciones: <input type="text"/>							
<b>4.5 Señalización</b> <input checked="" type="checkbox"/>							
a. Señalización de aproximación al atractivo <input type="checkbox"/>	Estado (U)	Bueno <input type="checkbox"/>	Regular <input checked="" type="checkbox"/>	Malo <input type="checkbox"/>			
Observaciones: <input type="text"/>							
<b>5. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS</b> SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>							
<b>5.1 Planta turística (M)</b> <input type="checkbox"/>							
a. En el Atractivo <input type="checkbox"/>				b. En la ciudad o poblado cercano <input type="checkbox"/>			
Alojamiento <input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas	Alojamiento <input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas
Hotel <input type="checkbox"/>	0	0	0	Hotel <input type="checkbox"/>	0	0	0
Hostal <input type="checkbox"/>	0	0	0	Hostal <input type="checkbox"/>	0	0	0
Hostería <input type="checkbox"/>	0	0	0	Hostería <input type="checkbox"/>	0	0	0
Hacienda Turística <input type="checkbox"/>	0	0	0	Hacienda Turística <input type="checkbox"/>	0	0	0
Lodge <input type="checkbox"/>	0	0	0	Lodge <input type="checkbox"/>	0	0	0
Resort <input type="checkbox"/>	0	0	0	Resort <input type="checkbox"/>	0	0	0
Refugio <input type="checkbox"/>	0	0	0	Refugio <input type="checkbox"/>	0	0	0
Campamento Turístico <input type="checkbox"/>	0	0	0	Campamento Turístico <input type="checkbox"/>	0	0	0
Casa de Huéspedes <input type="checkbox"/>	0	0	0	Casa de Huéspedes <input type="checkbox"/>	0	0	0
Observaciones: <input type="text"/>				Observaciones: <input type="text"/>			

Alimentos y bebidas <input type="checkbox"/>					Alimentos y bebidas <input checked="" type="checkbox"/>				
Establecimientos registrados		Número de Mesas		Número de Plazas	Establecimientos registrados		Número de Mesas		Número de Plazas
Restaurantes	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Restaurantes	<input checked="" type="checkbox"/>	0	0	0
Cafeterías	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Cafeterías	<input type="checkbox"/>	0	0	0
Bares	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Bares	<input checked="" type="checkbox"/>	0	0	0
Fuentes de soda	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Fuentes de soda	<input type="checkbox"/>	0	0	0
Observaciones: <a href="#">texto</a>					Observaciones: <a href="#">texto</a>				
Agencias de Viaje <input type="checkbox"/>					Agencias de Viaje <input type="checkbox"/>				
Establecimientos registrados					Establecimientos registrados				
Mayoristas	<input type="checkbox"/>	0			Mayoristas	<input type="checkbox"/>	0		
Internacionales	<input type="checkbox"/>	0			Internacionales	<input type="checkbox"/>	0		
Operadoras	<input type="checkbox"/>	0			Operadoras	<input type="checkbox"/>	0		
Observaciones: <a href="#">texto</a>					Observaciones: <a href="#">texto</a>				
Guía		Local		Nacional		Nacional Especializado		Cultura	
<input type="checkbox"/>	0	0	0	0	0	0	0	0	0
								Aventura	
<input type="checkbox"/>	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Observaciones: <a href="#">texto</a>					Observaciones: <a href="#">texto</a>				
5.2 Facilidades en el entorno al atractivo <input type="checkbox"/>									
Categoría (M)		Tipo (M)		Cantidad	Coordenadas	Administrador	Accesibilidad universal		Estado (U)
							B	R	M
a. De apoyo a la gestión turística <input type="checkbox"/>	Punto de Información		<input type="checkbox"/>	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	I-Tur		<input type="checkbox"/>	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de interpretación		<input type="checkbox"/>	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de facilitación turística		<input type="checkbox"/>	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de recepción de visitantes		<input type="checkbox"/>	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. De observación y vigilancia <input type="checkbox"/>	Garitas de guardianía		<input type="checkbox"/>	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Miradores		<input type="checkbox"/>	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Torres de avistamiento de aves		<input type="checkbox"/>	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Torres de vigilancia para salvavidas		<input type="checkbox"/>	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. De recorrido y descanso <input type="checkbox"/>	Senderos		<input type="checkbox"/>	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Estaciones de sombra y descanso		<input type="checkbox"/>	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Áreas de acampar		<input type="checkbox"/>	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Refugio de alta montaña		<input type="checkbox"/>	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. De servicio <input type="checkbox"/>	Baterías sanitarias		<input type="checkbox"/>	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Estacionamientos		<input type="checkbox"/>	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. Otros <input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Observaciones: <a href="#">texto</a>									
5.3 Complementarios a la actividad turística (M) <input checked="" type="checkbox"/>									
a. En el Atractivo <input type="checkbox"/>					b. En la ciudad o poblado cercano <input type="checkbox"/>				
Alquiler y venta de equipo especializado <input type="checkbox"/>		Venta de artesanías y merchandising <input type="checkbox"/>			Alquiler y venta de equipo especializado <input type="checkbox"/>		Venta de artesanías y merchandising <input type="checkbox"/>		
Casa de cambio <input type="checkbox"/>	Cajero automático <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>			Casa de cambio <input type="checkbox"/>	Cajero automático <input checked="" type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>		
Especifique: <a href="#">texto</a>					Especifique: <a href="#">texto</a>				
Observaciones: <a href="#">texto</a>									

6. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO					SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>	
<b>6.1 Atractivo (U)</b>					<input type="checkbox"/>						
a. Conservado		<input type="checkbox"/>	b. Alterado		<input checked="" type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro		<input type="checkbox"/>	d. Deteriorado		<input type="checkbox"/>
Observaciones:					ABANDONADA						
6.1.1 Factores de alteración y deterioro (M)											
6.1.1.1 Naturales (M)					6.1.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)						
a. Erosión		<input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas		<input type="checkbox"/>	b. Actividades forestales		<input type="checkbox"/>	c. Actividades extractivas / minería		<input type="checkbox"/>
b. Humedad		<input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales		<input type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono		<input type="checkbox"/>	f. Huaquearía		<input type="checkbox"/>
c. Desastres naturales		<input type="checkbox"/>	g. Conflicto de tenencia		<input type="checkbox"/>	h. Condiciones de uso y exposición		<input type="checkbox"/>	i. Falta de mantenimiento		<input checked="" type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna		<input checked="" type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente		<input checked="" type="checkbox"/>	k. Generación de residuos		<input checked="" type="checkbox"/>	l. Expansión urbana		<input type="checkbox"/>
e. Clima		<input type="checkbox"/>	m. Conflicto político / social		<input type="checkbox"/>	n. Desarrollo industrial / comercial		<input type="checkbox"/>	o. Vandalismo		<input checked="" type="checkbox"/>
Otro		<input type="checkbox"/>	Especifique: texto								
Observaciones:					texto						
<b>6.2 Entorno (U)</b>					<input checked="" type="checkbox"/>						
a. Conservado		<input type="checkbox"/>	b. Alterado		<input checked="" type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro		<input type="checkbox"/>	d. Deteriorado		<input type="checkbox"/>
Observaciones:					texto						
6.2.1 Factores de alteración y deterioro (M)											
6.2.1.1 Naturales (M)					6.2.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)						
a. Erosión		<input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas		<input type="checkbox"/>	b. Actividades forestales		<input type="checkbox"/>	c. Actividades extractivas / minería		<input type="checkbox"/>
b. Humedad		<input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales		<input type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono		<input checked="" type="checkbox"/>	f. Huaquearía		<input checked="" type="checkbox"/>
c. Desastres naturales		<input type="checkbox"/>	g. Conflicto de tenencia		<input type="checkbox"/>	h. Condiciones de uso y exposición		<input type="checkbox"/>	i. Falta de mantenimiento		<input checked="" type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna		<input type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente		<input type="checkbox"/>	k. Generación de residuos		<input type="checkbox"/>	l. Expansión urbana		<input type="checkbox"/>
e. Clima		<input type="checkbox"/>	m. Conflicto político / social		<input type="checkbox"/>	n. Desarrollo industrial / comercial		<input type="checkbox"/>	o. Vandalismo		<input checked="" type="checkbox"/>
Otro		<input type="checkbox"/>	Especifique: texto								
Observaciones:					texto						
<b>6.3. Declaratoria del espacio turístico asociado al atractivo</b>					<input type="checkbox"/>						
a. Declarante:		texto		b. Denominación:		texto		c. Alcance:		texto	
Observaciones:					texto						
7. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA					SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>	
<b>7.1 Servicios Básicos</b>					<input checked="" type="checkbox"/>						
a. En el atractivo					b. En la ciudad o poblado mas cercano						
Agua:					<input type="checkbox"/>		Agua				<input checked="" type="checkbox"/>
Especifique:					texto						
Energía eléctrica:					<input type="checkbox"/>		Energía eléctrica				<input checked="" type="checkbox"/>
Especifique:					texto						
Saneamiento:					<input type="checkbox"/>		Saneamiento:				<input type="checkbox"/>
Especifique:					texto						
Disposición de desechos					<input type="checkbox"/>		Disposición de desechos				<input type="checkbox"/>
Especifique:					texto						
Observaciones:					texto						
<b>7.2 Señalética en el atractivo</b>					<input checked="" type="checkbox"/>						
7.2.1 Ambiente	7.2.2. Tipo	7.2.3. Materialidad				7.2.4. Estado					
		a. Madera	b. Aluminio	c. Otro	Especifique	B	R	M			
En áreas urbanas <input type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>			
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>			
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>			
	Pictogramas de restricción	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>			
	Tótems de atractivos turísticos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>			
	Tótems de sitio	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>			
	Tótems direccionales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			

En áreas naturales <input type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
	Señales turísticas de aproximación	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Paneles de direccionamiento hacia atractivos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
	Panel informativo de atractivos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
	Panel informativo de direccionamiento hacia atractivos, servicios y actividades	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
	Mesas interpretativas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
	Tótem de sitio	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
	Tótem de direccionamiento	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Letreros informativos <input type="checkbox"/>	De información botánica	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
	Normativos de concienciación	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Señalética interna de seguridad <input type="checkbox"/>	Protección de los elementos del atractivo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Otros <input type="checkbox"/>	texto							
Observaciones: texto								
<b>7.3 Salud (más cercano) (M)</b> <input checked="" type="checkbox"/>								
a. En el atractivo <input type="checkbox"/>				b. En la ciudad o poblado mas cercano <input checked="" type="checkbox"/>				
Hospital o Clínica <input type="checkbox"/>	Cantidad	0		Hospital o Clínica <input type="checkbox"/>	Cantidad	0		
Puesto / Centro de salud <input type="checkbox"/>		0		Puesto / Centro de salud <input type="checkbox"/>		0		
Dispensario médico <input type="checkbox"/>		0		Dispensario médico <input checked="" type="checkbox"/>		1		
Botiquín de primeros auxilios <input type="checkbox"/>		0		Botiquín de primeros auxilios <input type="checkbox"/>		0		
Otros <input type="checkbox"/>		0		Otros <input type="checkbox"/>		0		
Observaciones: texto								
<b>7.4 Seguridad (M)</b> <input type="checkbox"/>								
a. Privada <input type="checkbox"/>	Detalle	texto						
b. Policía nacional <input checked="" type="checkbox"/>		REGULAR EL SERVICIO DE SEGURIDAD						
c. Policía metropolitana / Municipal <input type="checkbox"/>		texto						
d. Otra <input type="checkbox"/>		texto						
Observaciones: texto								
<b>7.5 Servicio de comunicación de uso público (M)</b> <input checked="" type="checkbox"/>								
a. En el atractivo <input checked="" type="checkbox"/>				b. En la ciudad o poblado mas cercano <input checked="" type="checkbox"/>				
Telefonía (M) <input type="checkbox"/>		Conexión a internet (M) <input type="checkbox"/>		Telefonía (M) <input type="checkbox"/>		Conexión a internet (M) <input checked="" type="checkbox"/>		
Fija <input checked="" type="checkbox"/>	Línea telefónica <input checked="" type="checkbox"/>	Fibra óptica <input type="checkbox"/>		Fija <input checked="" type="checkbox"/>	Línea telefónica <input type="checkbox"/>	Fibra óptica <input checked="" type="checkbox"/>		
Móvil <input type="checkbox"/>	Satélite <input type="checkbox"/>	Redes inalámbricas <input type="checkbox"/>		Móvil <input type="checkbox"/>	Satélite <input type="checkbox"/>	Redes inalámbricas <input type="checkbox"/>		
Satelital <input type="checkbox"/>	Telefonía móvil <input type="checkbox"/>			Satelital <input type="checkbox"/>	Telefonía móvil <input type="checkbox"/>			
Observaciones: texto								
Radio portátil (U) <input type="checkbox"/>								
De uso exclusivo para el visitante <input type="checkbox"/>			De uso exclusivo para comunicación interna <input type="checkbox"/>			De uso exclusivo en caso de emergencia <input type="checkbox"/>		
Observaciones: texto								
<b>7.6 Multiamenazas (M)</b> <input checked="" type="checkbox"/>								
Deslaves <input type="checkbox"/>		Sismos <input type="checkbox"/>		Erupciones volcánicas <input type="checkbox"/>		Incendios forestales <input type="checkbox"/>		
Sequía <input type="checkbox"/>		Inundaciones <input checked="" type="checkbox"/>		Aguajes <input checked="" type="checkbox"/>		Tsunami <input type="checkbox"/>		
¿Existe un plan de contingencia en caso de catástrofes? <input type="checkbox"/>		Institución que elaboró el documento. texto		Nombre del documento: texto		Año elaboración: de		0
Observaciones: texto								
<b>8. POLÍTICAS Y REGULACIONES</b> SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>								
a. ¿El GAD cuenta con el Plan de Desarrollo Turístico Territorial?				SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	Año de elaboración:		
b. ¿El atractivo se encuentra dentro de la planificación turística territorial (GAD'S)?				SI <input type="checkbox"/>	NO <input checked="" type="checkbox"/>	Especifique:		
texto								
c. ¿Existen normativas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?				SI <input type="checkbox"/>	NO <input checked="" type="checkbox"/>	Especifique:		
texto								
d. ¿Existen ordenanzas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?				SI <input type="checkbox"/>	NO <input checked="" type="checkbox"/>	Especifique:		
texto								
Observaciones: texto								

9. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U)							SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>	
<b>9.1 ATRACTIVOS NATURALES (M)</b>							<input checked="" type="checkbox"/>						
9.1.1 En el Agua (M)							<input checked="" type="checkbox"/>						
a. Buceo	<input type="checkbox"/>	b. Kayak de mar	<input type="checkbox"/>	c. Kayak lacustre	<input type="checkbox"/>	d. Kayak de Río	<input type="checkbox"/>	e. Surf	<input checked="" type="checkbox"/>				
f. Kite surf	<input type="checkbox"/>	g. Rafting	<input type="checkbox"/>	h. Snorkel	<input type="checkbox"/>	i. Tubing	<input type="checkbox"/>	j. Regata	<input type="checkbox"/>				
k. Paseo en panga	<input type="checkbox"/>	l. Paseo en bote	<input type="checkbox"/>	m. Paseo en lancha	<input type="checkbox"/>	n. Paseo en moto acuática	<input type="checkbox"/>	o. Parasailing	<input type="checkbox"/>				
p. Esquí acuático	<input type="checkbox"/>	q. Banana flotante	<input type="checkbox"/>	r. Boya	<input type="checkbox"/>	s. Pesa deportiva	<input type="checkbox"/>	Otro	<input type="checkbox"/>		texto		
Observaciones:							texto						
9.1.2 En el Aire (M)							<input type="checkbox"/>						
a. Alas Delta	<input type="checkbox"/>	b. Canopy	<input type="checkbox"/>	c. Parapente	<input type="checkbox"/>	d. Otro	<input type="checkbox"/>				texto		
Observaciones:							texto						
9.1.3 En Superficie Terrestre (M)							<input checked="" type="checkbox"/>						
a. Montañismo	<input type="checkbox"/>	b. Escalada	<input type="checkbox"/>	c. Senderismo	<input type="checkbox"/>	d. Cicloturismo	<input type="checkbox"/>	e. Canyoning	<input type="checkbox"/>				
f. Exploración de cuevas	<input type="checkbox"/>	g. Actividades Recreativas	<input type="checkbox"/>	h. Cabalgata	<input type="checkbox"/>	i. Caminata	<input type="checkbox"/>	j. Camping	<input type="checkbox"/>				
k. Picnic	<input type="checkbox"/>	l. Observación de flora y fauna	<input type="checkbox"/>	m. Observación de astros	<input type="checkbox"/>	n. Otro	<input type="checkbox"/>				texto		
Observaciones:							texto						
<b>9.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U)</b>							<input type="checkbox"/>						
9.2.1 Tangibles e intangibles							<input type="checkbox"/>						
a. Recorridos guiados	<input type="checkbox"/>	b. Recorrido autoguiados	<input type="checkbox"/>	c. Visita a talleres artísticos	<input type="checkbox"/>								
h. Participación en talleres artísticos	<input type="checkbox"/>	d. Visita a talleres artesanales	<input type="checkbox"/>	i. Participación en talleres artesanales	<input type="checkbox"/>								
e. Exposiciones temáticas permanentes, temporales y eventuales	<input type="checkbox"/>	f. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales.	<input type="checkbox"/>	i. Actividades vivenciales y/o lúdicas	<input type="checkbox"/>								
g. Presentaciones o representaciones en vivo	<input type="checkbox"/>	h. Muestras audiovisuales	<input type="checkbox"/>	g. Fotografía	<input type="checkbox"/>								
j. Degustación de platos tradicionales	<input type="checkbox"/>	l. Participación de la celebración	<input type="checkbox"/>	m. Compra de artesanías	<input type="checkbox"/>								
n. Convivencia	<input type="checkbox"/>	o. Medicina ancestral	<input type="checkbox"/>	Otro	<input type="checkbox"/>						texto		
Observaciones:							texto						
10. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO							SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>	
<b>10.1. Medios de Promoción del Atractivo (M)</b>													
¿Existe un plan de promoción turística cantonal?							SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	Especifique: texto		
¿El Atractivo se encuentra incluido en el plan de promoción turístico cantonal?							SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>			
Medio Promocional	Dirección y nombre de los medios promocionales		Periodicidad de la promoción										
a. Página WEB	<input checked="" type="checkbox"/>	URL: <a href="https://anconcito.gob.ec/atractivos-turisticos/">https://anconcito.gob.ec/atractivos-turisticos/</a>	Anual										
b. Red Social	<input checked="" type="checkbox"/>	Nombre: FACEBOOK	Anual										
c. Revistas Especializadas	<input type="checkbox"/>	Nombre: texto	Ninguna										
d. Material POP	<input type="checkbox"/>	Nombre: texto	Ninguna										
e. Oficina de Información Turística	<input type="checkbox"/>	Nombre: texto	Ninguna										
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa)	<input type="checkbox"/>	Nombre: texto	Ninguna										
g. Asistencia a ferias turísticas	<input type="checkbox"/>	Nombre: texto	Ninguna										
h. Otro	<input type="checkbox"/>	Nombre: texto	Ninguna										
Observaciones:							texto						
<b>10.2. El atractivo forma parte de una oferta establecida (paquete turístico)</b>							SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique: texto		
Observaciones:							texto						

11. REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA (M)										SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	SI/	<input type="checkbox"/>		
<b>11.1. Frecuencia de visita según datos estadísticos</b>										<input checked="" type="checkbox"/>							
a. ¿Posee un sistema de registro de visitantes?										SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	Tipo: Digital <input type="checkbox"/> Papel <input type="checkbox"/>		Años de registro	0
b. ¿Se genera reporte de estadísticas de visita al atractivo?										SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	Frecuencia de los reportes:		Ninguna	
c. Temporalidad de visita al atractivo																	
Alta (meses)	<input type="checkbox"/>	Especifique	texto				Número de visitantes	0									
Baja (meses)	<input checked="" type="checkbox"/>		texto					0									
d. Llegada de turistas																	
<input type="checkbox"/> Turista nacional		Llegadas mensuales		Total anual		<input type="checkbox"/> Turista extranjero		Llegadas mensuales		Total Anual							
Ciudades de origen	texto		0		0		Países de origen	texto		0							
	texto		0		0			texto		0							
	texto		0		0			texto		0							
Observaciones: texto																	
<b>11.2. Frecuencia de visita según informantes clave</b>										<input type="checkbox"/>							
Nombre del Informante Clave: texto					Contactos: (+593)												
Demanda según días de visita <input type="checkbox"/>					Demanda según frecuencia de visita <input type="checkbox"/>												
Lunes a viernes	0	Fines de semana	0	Días feriados	0	Permanente	<input type="checkbox"/>	Estacional	<input type="checkbox"/>	Esporádica	<input type="checkbox"/>	Inexistente	<input type="checkbox"/>				
Observaciones: texto																	
12. RECURSO HUMANO										SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	SI/	<input type="checkbox"/>		
a. Número de personas a cargo de la administración y operación del atractivo					<input type="checkbox"/>	0		d. Número de personas especializadas en turismo			<input type="checkbox"/>	0					
e. Número de personas con nivel de instrucción (M):			<input type="checkbox"/>	f. Número de personas capacitadas por temática (M)			<input type="checkbox"/>	g. Número de personas que manejan algún de idiomas (M)			<input type="checkbox"/>						
Primaria	0	Secundaria	0	Primeros Auxilios	0	Hospitalidad	0	Inglés	0	Alemán	0						
Tercer Nivel	0	Cuarto Nivel	0	Atención al Cliente	0	Guianza	0	Francés	0	Italiano	0						
Otro	texto		Sensibilización de discapacidades	de	0	Otro	texto	Chino	0	Otro	texto						
Observaciones: texto																	
13. DESCRIPCION DEL ATRACTIVO (500 caracteres)																	
<p>EL ATRACTIVO SE ENCUENTRA AL PASO DE LA CARRETERA PRINCIPAL PARA LLEGAR L PUERTO PESQUERO DE LA PARROQUIA DE ANCONCITO, ESTOS SITIOS SON VISITADOS COMO PUNTOS DE PASO POR MOTIVO DE LA INSEGURIDAD Y EL VANDALISMO.</p>																	

## 14. ANEXOS

### a. Archivo Fotográfico (dos) (HD)



Fuente: [texto](#)

### b. Ubicación gráfica del Atractivo

Fuente: [texto](#)

#### FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)

ELABORADO POR:		VALIDADO POR:		APROBADO POR:	
Apellido y Nombre	EMILY DELGADO GONZALEZ	Apellido y Nombre		Apellido y Nombre	
Institución	UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA	Institución		Institución	
Cargo	ESTUDIANTE	Cargo		Cargo	
Correo Electrónico	<a href="mailto:mailygonzalez1505@gmail.com">mailygonzalez1505@gmail.com</a>	Correo Electrónico	-	Correo Electrónico	
Teléfono	0967846002	Teléfono		Teléfono	
Firma		Firma		Firma	
Fecha	2/11/2023	Fecha		Fecha	

**Tabla 37**  
**Iglesia San Miguel de Arcángel.**

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																	
Código del atractivo:	2	4	0	3	5	1	M	C	0	2	0	2	0	2	0	0	1
	Provincia		Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo		
<b>1. DATOS GENERALES</b>																	
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																	
IGLESIA SAN MIGUEL DE ARCANGEL																	
1.2 Categoría					1.3 Tipo					1.4 Subtipo							
MANIFESTACIONES_CULTURALES					ACERVO_CULTURAL_Y_POPULAR					FIESTAS RELIGIOSAS, TRADICIONES Y CREENCIAS POPULARES							
<b>2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO</b>																	
2.1 Provincia					2.2 Cantón					2.3 Parroquia							
SANTA_ELENA					SALINAS					ANCONCITO							
2.4 Barrio, Sector o Comuna					2.5 Calle Principal					2.6 Número		2.7 Transversal					
ANCONCITO																	
2.8 Latitud (grados decimales)					2.9 Longitud (grados decimales)					Click		2.10 Altura (msnm)					
2.11 Información del administrador																	
a. Tipo de Administrador:					texto					b. Nombre de la Institución:					texto		
c. Nombre del Administrador:					texto					d. Cargo que ocupa:					texto		
e. Teléfono / Celular:					(+593)					f. Correo Electrónico:					texto		
Observaciones: texto																	
<b>3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO</b>																	
3.1 Características climatológicas <input type="checkbox"/>																	
a. Clima:					b. Temperatura(°C):					c. Precipitación Pluviométrica (mm):							
3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>																	
a. Cultura <input type="checkbox"/>					b. Naturaleza <input checked="" type="checkbox"/>					c. Aventura <input type="checkbox"/>							
3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico <input type="checkbox"/>																	
a. Prístino <input type="checkbox"/>			b. Primitivo <input type="checkbox"/>			c. Rústico Natural <input type="checkbox"/>			d. Rural <input checked="" type="checkbox"/>			e. Urbano <input type="checkbox"/>					
3.4 Ingreso al atractivo (U) <input type="checkbox"/>																	
a. Tipo de Ingreso		b. Horario de Atención			c. Atención												
		Ingreso	Salida	Todos los días		Fines de semana y feriados		Solo días hábiles		Otro		Especificar					
Libre <input type="checkbox"/>		0:00	0:00	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		texto					
Restringido <input checked="" type="checkbox"/>		7:00	12:00	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		texto					
Pagado <input type="checkbox"/>		0:00	0:00	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		texto					
d. Maneja un sistema de reservas: <input type="checkbox"/>			f. Forma de Pago:		Efectivo <input type="checkbox"/>		Dinero Electrónico <input type="checkbox"/>		Depósito Bancario <input type="checkbox"/>		Tarjeta de Débito <input type="checkbox"/>						
e. Precio:		Desde 0,00			Hasta 0,00	Tarjeta de Crédito <input type="checkbox"/>		Transferencia Bancaria <input type="checkbox"/>		Cheque <input type="checkbox"/>							
g. Meses recomendables de visita:					FIN DE SEMANAS Y FERIADOS												
Observaciones: texto																	
<b>4. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO</b> SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>																	
a. Nombre de la ciudad o poblado más cercano (Que presente condiciones mínimas de servicios): ANCONCITO																	
b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano:		0	km	c. Tiempo estimado de desplazamiento en auto:		de 0:00	h/min	d. Coordenadas (grados decimales):		Lat.: 0	Long.: 0						
Observaciones: texto																	
4.2 Vías de Acceso (M) <input checked="" type="checkbox"/>																	
a. Terrestre (M) <input type="checkbox"/>		Tipo de vía		Coordenada de inicio		Coordenada de fin		Distancia (km)		Tipo de material		Estado					
		a. Primer orden <input checked="" type="checkbox"/>		0		0		0		ASFALTO		Bueno					
		b. Segundo orden <input type="checkbox"/>		0		0		0		texto							
		c. Tercer orden <input type="checkbox"/>		0		0		0		texto							
Observaciones: texto																	

b. Acuático (U) <input type="checkbox"/>	Marítimo <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto	Estado		Puerto / Muelle de Llegada	texto	Estado	
	Lacustre <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto			Puerto / Muelle de Llegada	texto		
	Fluvial <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto			Puerto / Muelle de Llegada	texto		
Observaciones: texto									
c. Aéreo (U) <input type="checkbox"/>	Nacional: <input type="checkbox"/>				Internacional: <input type="checkbox"/>				
Observaciones: texto									
<b>4.3 Servicio de transporte (M)</b> <input checked="" type="checkbox"/>									
a. Bus <input checked="" type="checkbox"/>	b. Buseta <input checked="" type="checkbox"/>	c. Transporte 4x4 <input checked="" type="checkbox"/>	d. Taxi <input type="checkbox"/>	e. Moto taxi <input type="checkbox"/>	f. Teleférico <input type="checkbox"/>				
g. Lancha <input type="checkbox"/>	h. Bote <input type="checkbox"/>	i. Barco <input type="checkbox"/>	j. Canoa <input type="checkbox"/>	k. Avión <input type="checkbox"/>	l. Avioneta <input type="checkbox"/>				
m. Helicóptero <input type="checkbox"/>	n. Otro <input type="checkbox"/>	Especifique							
Observaciones: texto									
<b>4.3.1 Detalle de transporte hacia el atractivo (M)</b> <input checked="" type="checkbox"/>									
a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio	b. Estación / terminal	c. Frecuencia				d. Detalle (Traslado origen / destino)			
		Diaria	Semanal	Mensual	Eventual				
MAR AZUL SA	PARADA VIA PUNTA CARNERO	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	TE TRASLADA A LA CALLE PRINCIPAL DEL ATRACTIVO			
TRUNSA SA	PARADA DEL CENTRO DE SANTA ELENA	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	TE TRASLADA A LA CALLE PRINCIPAL DEL ATRACTIVO			
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto			
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto			
texto	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto			
<b>4.4 Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad (M)</b> <input checked="" type="checkbox"/>									
General <input checked="" type="checkbox"/>	Discapacidad Física <input type="checkbox"/>	Discapacidad Visual <input type="checkbox"/>	Discapacidad Auditiva <input type="checkbox"/>	Discapacidad Intelectual o Psicosocial <input type="checkbox"/>	d. No es accesible <input type="checkbox"/>				
Observaciones: texto									
<b>4.5 Señalización</b> <input checked="" type="checkbox"/>									
a. Señalización de aproximación al atractivo <input checked="" type="checkbox"/>	Estado (U)	Bueno <input checked="" type="checkbox"/>	Regular <input type="checkbox"/>	Malo <input type="checkbox"/>					
Observaciones: texto									
<b>5. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS</b>							SI <input type="checkbox"/>	NO <input checked="" type="checkbox"/>	SI <input type="checkbox"/>
<b>5.1 Planta turística (M)</b> <input type="checkbox"/>									
a. En el Atractivo <input type="checkbox"/>					b. En la ciudad o poblado cercano <input type="checkbox"/>				
Alojamiento <input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas	Alojamiento <input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas		

Hotel	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hotel	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Hostal	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hostal	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Hostería	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hostería	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Hacienda Turística	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hacienda Turística	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Lodge	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Lodge	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Resort	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Resort	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Refugio	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Refugio	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Campamento Turístico	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Campamento Turístico	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Casa de Huéspedes	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Casa de Huéspedes	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Observaciones: <a href="#">texto</a>					Observaciones: <a href="#">texto</a>						
<b>Alimentos y bebidas</b>	<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas	<b>Alimentos y bebidas</b>	<input checked="" type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas		
Restaurantes	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Restaurantes	<input checked="" type="checkbox"/>	0	0	0		
Cafeterías	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Cafeterías	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Bares	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Bares	<input checked="" type="checkbox"/>	0	0	0		
Fuentes de soda	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Fuentes de soda	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Observaciones: <a href="#">texto</a>					Observaciones: <a href="#">texto</a>						
<b>Agencias de Viaje</b>	<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados			<b>Agencias de Viaje</b>	<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados				
Mayoristas	<input type="checkbox"/>	0			Mayoristas	<input type="checkbox"/>	0				
Internacionales	<input type="checkbox"/>	0			Internacionales	<input type="checkbox"/>	0				
Operadoras	<input type="checkbox"/>	0			Operadoras	<input type="checkbox"/>	0				
Observaciones: <a href="#">texto</a>					Observaciones: <a href="#">texto</a>						
<b>Guía</b>	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	0	<b>Guía</b>	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	0
<input type="checkbox"/>	0	0	0	Aventura	0	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Aventura	0
Observaciones: <a href="#">texto</a>					Observaciones: <a href="#">texto</a>						
<b>5.2 Facilidades en el entorno al atractivo</b> <input type="checkbox"/>											
<b>Categoría (M)</b>	<b>Tipo (M)</b>		<b>Cantidad</b>	<b>Coordenadas</b>	<b>Administrador</b>	<b>Accesibilidad universal</b>	<b>Estado (U)</b>				
							<b>B</b>	<b>R</b>	<b>M</b>		
a. De apoyo a la gestión turística <input type="checkbox"/>	Punto de Información	<input type="checkbox"/>	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	I-Tur	<input type="checkbox"/>	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Centro de interpretación	<input type="checkbox"/>	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Centro de facilitación turística	<input type="checkbox"/>	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Centro de recepción de visitantes	<input type="checkbox"/>	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
b. De observación y vigilancia <input type="checkbox"/>	Garitas de guardiania	<input type="checkbox"/>	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Miradores	<input type="checkbox"/>	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Torres de avistamiento de aves	<input type="checkbox"/>	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Torres de vigilancia para salvavidas	<input type="checkbox"/>	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
c. De recorrido y descanso <input type="checkbox"/>	Senderos	<input type="checkbox"/>	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Estaciones de sombra y descanso	<input type="checkbox"/>	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Áreas de acampar	<input type="checkbox"/>	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Refugio de alta montaña	<input type="checkbox"/>	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
d. De servicio <input type="checkbox"/>	Baterías sanitarias	<input type="checkbox"/>	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Estacionamientos	<input type="checkbox"/>	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
e. Otros	<input type="checkbox"/>		0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
Observaciones: <a href="#">texto</a>											

<b>5.3 Complementarios a la actividad turística (M)</b> <input checked="" type="checkbox"/>	
<b>a. En el Atractivo</b> <input type="checkbox"/>	<b>b. En la ciudad o poblado cercano</b> <input type="checkbox"/>
Alquiler y venta de equipo especializado <input type="checkbox"/> Venta de artesanías y merchandising <input type="checkbox"/> Casa de cambio <input type="checkbox"/> Cajero automático <input type="checkbox"/> Otro <input type="checkbox"/> Especifique: <input type="text"/>	Alquiler y venta de equipo especializado <input type="checkbox"/> Venta de artesanías y merchandising <input type="checkbox"/> Casa de cambio <input type="checkbox"/> Cajero automático <input checked="" type="checkbox"/> Otro <input type="checkbox"/> Especifique: <input type="text"/>
Observaciones: <input type="text"/>	
<b>6. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO/ENTORNO</b> <span style="float: right;">SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/></span>	
<b>6.1 Atractivo (U)</b> <input checked="" type="checkbox"/>	
a. Conservado <input checked="" type="checkbox"/> b. Alterado <input type="checkbox"/> c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/> d. Deteriorado <input type="checkbox"/>	
Observaciones: <input type="text"/>	
6.1.1 Factores de alteración y deterioro (M)	
6.1.1.1 Naturales (M)	6.1.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)
a. Erosión <input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas <input type="checkbox"/> b. Actividades forestales <input type="checkbox"/> c. Actividades extractivas / minería <input type="checkbox"/>
b. Humedad <input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales <input type="checkbox"/> e. Negligencia / abandono <input type="checkbox"/> f. Huaquearía <input type="checkbox"/>
c. Desastres naturales <input type="checkbox"/>	g. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/> h. Condiciones de uso y exposición <input type="checkbox"/> i. Falta de mantenimiento <input type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna <input type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente <input type="checkbox"/> k. Generación de residuos <input type="checkbox"/> l. Expansión urbana <input type="checkbox"/>
e. Clima <input type="checkbox"/>	m. Conflicto político / social <input type="checkbox"/> n. Desarrollo industrial / comercial <input type="checkbox"/> o. Vandalismo <input type="checkbox"/>
Otro <input type="checkbox"/> Especifique: <input type="text"/>	
Observaciones: <input type="text"/>	
<b>6.2 Entorno (U)</b> <input checked="" type="checkbox"/>	
a. Conservado <input type="checkbox"/> b. Alterado <input checked="" type="checkbox"/> c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/> d. Deteriorado <input type="checkbox"/>	
Observaciones: <input type="text"/>	
6.2.1 Factores de alteración y deterioro (M)	
6.2.1.1 Naturales (M)	6.2.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)
a. Erosión <input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas <input type="checkbox"/> b. Actividades forestales <input type="checkbox"/> c. Actividades extractivas / minería <input type="checkbox"/>
b. Humedad <input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales <input type="checkbox"/> e. Negligencia / abandono <input type="checkbox"/> f. Huaquearía <input checked="" type="checkbox"/>
c. Desastres naturales <input type="checkbox"/>	g. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/> h. Condiciones de uso y exposición <input type="checkbox"/> i. Falta de mantenimiento <input checked="" type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna <input type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente <input type="checkbox"/> k. Generación de residuos <input type="checkbox"/> l. Expansión urbana <input type="checkbox"/>
e. Clima <input type="checkbox"/>	m. Conflicto político / social <input type="checkbox"/> n. Desarrollo industrial / comercial <input type="checkbox"/> o. Vandalismo <input checked="" type="checkbox"/>
Otro <input type="checkbox"/> Especifique: <input type="text"/>	
Observaciones: <input type="text"/>	
<b>6.3. Declaratoria del espacio turístico asociado al atractivo</b> <input type="checkbox"/>	
a. Declarante: <input type="text"/> b. Denominación: <input type="text"/> b. Fecha de declaración: <input type="text"/> c. Alcance: <input type="text"/>	
Observaciones: <input type="text"/>	
<b>7. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA</b> <span style="float: right;">SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/></span>	
<b>7.1 Servicios Básicos</b> <input checked="" type="checkbox"/>	
<b>a. En el atractivo</b> <input checked="" type="checkbox"/>	<b>b. En la ciudad o poblado mas cercano</b> <input checked="" type="checkbox"/>
Agua: <input checked="" type="checkbox"/>	Agua: <input checked="" type="checkbox"/>
Especifique: <input type="text"/>	Especifique: <input type="text"/>
Energía eléctrica: <input checked="" type="checkbox"/>	Energía eléctrica: <input checked="" type="checkbox"/>
Especifique: <input type="text"/>	Especifique: <input type="text"/>
Saneamiento: <input checked="" type="checkbox"/>	Saneamiento: <input checked="" type="checkbox"/>

Especifique: <a href="#">texto</a>		Especifique: <a href="#">texto</a>						
Disposición de desechos <input checked="" type="checkbox"/>		Disposición de desechos <input type="checkbox"/>						
Especifique: <a href="#">texto</a>		Especifique: <a href="#">texto</a>						
Observaciones: <a href="#">texto</a>								
<b>7.2 Señalética en el atractivo</b> <input checked="" type="checkbox"/>								
7.2.1 Ambiente	7.2.2. Tipo	7.2.3. Materialidad				7.2.4. Estado		
		a. Madera	b. Aluminio	c. Otro	Especifique	B	R	M
En áreas urbanas <input type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	0	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de atractivos turísticos	0	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
	Tótems de sitio	0	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
	Tótems direccionales	0	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
En áreas naturales <input type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	0	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Señales turísticas de aproximación	0	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Paneles de direccionamiento hacia atractivos	0	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de atractivos	0	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de direccionamiento hacia atractivos, servicios y actividades	0	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Mesas interpretativas	0	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótem de sitio	0	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótem de direccionamiento	0	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Letreros informativos <input type="checkbox"/>	De información botánica	0	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Normativos de concienciación	0	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Señalética interna de seguridad <input type="checkbox"/>	Protección de los elementos del atractivo	0	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otros <input type="checkbox"/>	<a href="#">texto</a>							
Observaciones: <a href="#">texto</a>								
<b>7.3 Salud (más cercano) (M)</b> <input checked="" type="checkbox"/>								
a. En el atractivo <input type="checkbox"/>		b. En la ciudad o poblado mas cercano <input checked="" type="checkbox"/>						
Hospital o Clínica <input type="checkbox"/>	Cantidad	0	Hospital o Clínica <input type="checkbox"/>	Cantidad	0			
Puesto / Centro de salud <input type="checkbox"/>		0	Puesto / Centro de salud <input type="checkbox"/>		0			
Dispensario médico <input type="checkbox"/>		0	Dispensario médico <input checked="" type="checkbox"/>		1			
Botiquín de primeros auxilios <input type="checkbox"/>		0	Botiquín de primeros auxilios <input type="checkbox"/>		0			
Otros <input type="checkbox"/>		0	Otros <input type="checkbox"/>		0			
Observaciones: <a href="#">texto</a>								

<b>7.4 Seguridad (M)</b> <input type="checkbox"/>			
a. Privada	<input type="checkbox"/>	Detalle	texto
b. Policía nacional	<input checked="" type="checkbox"/>		REGULAR EL SERVICIO DE SEGURIDAD
c. Policía metropolitana / Municipal	<input type="checkbox"/>		texto
d. Otra	<input type="checkbox"/>		texto
Observaciones:		texto	
<b>7.5 Servicio de comunicación de uso público (M)</b> <input checked="" type="checkbox"/>			
<b>a. En el atractivo</b> <input checked="" type="checkbox"/>		<b>b. En la ciudad o poblado mas cercano</b> <input checked="" type="checkbox"/>	
Telefonía (M) <input type="checkbox"/>	Conexión a internet (M) <input type="checkbox"/>	Telefonía (M) <input type="checkbox"/>	Conexión a internet (M) <input checked="" type="checkbox"/>
Fija <input checked="" type="checkbox"/>	Línea telefónica <input checked="" type="checkbox"/> Fibra óptica <input type="checkbox"/>	Fija <input checked="" type="checkbox"/>	Línea telefónica <input type="checkbox"/> Fibra óptica <input checked="" type="checkbox"/>
Móvil <input type="checkbox"/>	Satélite <input type="checkbox"/> Redes inalámbricas <input type="checkbox"/>	Móvil <input type="checkbox"/>	Satélite <input type="checkbox"/> Redes inalámbricas <input type="checkbox"/>
Satelital <input type="checkbox"/>	Telefonía móvil <input type="checkbox"/>	Satelital <input type="checkbox"/>	Telefonía móvil <input type="checkbox"/>
Observaciones:		texto	
<b>Radio portátil (U)</b> <input type="checkbox"/>			
De uso exclusivo para el visitante <input type="checkbox"/>	De uso exclusivo para comunicación interna <input type="checkbox"/>	De uso exclusivo en caso de emergencia <input type="checkbox"/>	
Observaciones:		texto	
<b>7.6 Multiamenazas (M)</b> <input checked="" type="checkbox"/>			
Deslaves <input type="checkbox"/>	Sismos <input type="checkbox"/>	Erupciones volcánicas <input type="checkbox"/>	Incendios forestales <input type="checkbox"/>
Sequía <input type="checkbox"/>	Inundaciones <input checked="" type="checkbox"/>	Aguajes <input checked="" type="checkbox"/>	Tsunami <input type="checkbox"/>
¿Existe un plan de contingencia en caso de catástrofes? <input type="checkbox"/>	Institución que elaboró el documento. texto	Nombre del documento: texto	Año de elaboración: de 0
Observaciones:		texto	
<b>8. POLÍTICAS Y REGULACIONES</b> <span style="float: right;">SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/></span>			
a. ¿El GAD cuenta con el Plan de Desarrollo Turístico Territorial?		SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	Año de elaboración:
b. ¿El atractivo se encuentra dentro de la planificación turística territorial (GAD 'S)?		SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	Especifique:
texto			
c. ¿Existen normativas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?		SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>	Especifique:
texto			
d. ¿Existen ordenanzas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?		SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>	Especifique:
texto			
Observaciones:		texto	
<b>9. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U)</b> <span style="float: right;">SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/></span>			
<b>9.1 ATRACTIVOS NATURALES (M)</b> <input type="checkbox"/>			
9.1.1 En el Agua (M) <input type="checkbox"/>			
a. Buceo <input type="checkbox"/>	b. Kayak de mar <input type="checkbox"/>	c. Kayak lacustre <input type="checkbox"/>	d. Kayak de Río <input type="checkbox"/> e. Surf <input type="checkbox"/>
f. Kite surf <input type="checkbox"/>	g. Rafting <input type="checkbox"/>	h. Snorkel <input type="checkbox"/>	i. Tubing <input type="checkbox"/> j. Regata <input type="checkbox"/>
k. Paseo en panga <input type="checkbox"/>	l. Paseo en bote <input type="checkbox"/>	m. Paseo en lancha <input type="checkbox"/>	n. Paseo en moto acuática <input type="checkbox"/> o. Parasailing <input type="checkbox"/>
p. Esquí acuático <input type="checkbox"/>	q. Banana flotante <input type="checkbox"/>	r. Boya <input type="checkbox"/>	s. Pesa deportiva <input type="checkbox"/> Otro <input type="checkbox"/> texto
Observaciones:		texto	
9.1.2 En el Aire (M) <input type="checkbox"/>			
a. Alas Delta <input type="checkbox"/>	b. Canopy <input type="checkbox"/>	c. Parapente <input type="checkbox"/>	d Otro <input type="checkbox"/> texto
Observaciones:		texto	
9.1.3 En Superficie Terrestre (M) <input checked="" type="checkbox"/>			
a. Montañismo <input type="checkbox"/>	b. Escalada <input type="checkbox"/>	c. Senderismo <input type="checkbox"/>	d. Cicloturismo <input type="checkbox"/> e. Canyoning <input type="checkbox"/>
f. Exploración de cuevas <input type="checkbox"/>	g. Actividades Recreativas <input type="checkbox"/>	h. Cabalgata <input type="checkbox"/>	i. Caminata <input type="checkbox"/> j. Camping <input type="checkbox"/>
k. Picnic <input type="checkbox"/>	l. Observación de flora y fauna <input type="checkbox"/>	m. Observación de astros <input type="checkbox"/>	n. Otro <input type="checkbox"/> texto
Observaciones:		texto	

<b>9.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U)</b> <input checked="" type="checkbox"/>																	
9.2.1 Tangibles e intangibles <input checked="" type="checkbox"/>																	
a. Recorridos guiados <input type="checkbox"/>			b. Recorrido autoguiados <input type="checkbox"/>			c. Visita a talleres artísticos <input type="checkbox"/>											
h. Participación en talleres artísticos <input type="checkbox"/>			d. Visita a talleres artesanales <input type="checkbox"/>			i. Participación en talleres artesanales <input type="checkbox"/>											
e. Exposiciones temáticas permanentes, temporales y eventuales <input type="checkbox"/>			f. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales. <input type="checkbox"/>			i. Actividades vivenciales y/o lúdicas <input type="checkbox"/>											
g. Presentaciones o representaciones en vivo <input type="checkbox"/>			h. Muestras audiovisuales <input type="checkbox"/>			g. Fotografía <input checked="" type="checkbox"/>											
j. Degustación de platos tradicionales <input type="checkbox"/>			l. Participación de la celebración <input checked="" type="checkbox"/>			m. Compra de artesanías <input type="checkbox"/>											
n. Convivencia <input type="checkbox"/>			o. Medicina ancestral <input type="checkbox"/>			Otro <input type="checkbox"/> <a href="#">texto</a>											
Observaciones: <a href="#">texto</a>																	
<b>10. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO</b> SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>																	
<b>10.1. Medios de Promoción del Atractivo (M)</b>																	
¿Existe un plan de promoción turística cantonal?					SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	Especifique: <a href="#">texto</a>								
¿El Atractivo se encuentra incluido en el plan de promoción turístico cantonal?					SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>									
Medio Promocional		Dirección y nombre de los medios promocionales					Periodicidad de la promoción										
a. Página WEB <input checked="" type="checkbox"/>		URL: <a href="https://anconcito.gob.ec/atractivos-turisticos/">https://anconcito.gob.ec/atractivos-turisticos/</a>					Anual										
b. Red Social <input checked="" type="checkbox"/>		Nombre: <a href="#">FACEBOOK</a>					Anual										
c. Revistas Especializadas <input type="checkbox"/>		Nombre: <a href="#">texto</a>					Ninguna										
d. Material POP <input type="checkbox"/>		Nombre: <a href="#">texto</a>					Ninguna										
e. Oficina de Información Turística <input type="checkbox"/>		Nombre: <a href="#">texto</a>					Ninguna										
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa) <input type="checkbox"/>		Nombre: <a href="#">texto</a>					Ninguna										
g. Asistencia a ferias turísticas <input type="checkbox"/>		Nombre: <a href="#">texto</a>					Ninguna										
h. Otro <input type="checkbox"/>		Nombre: <a href="#">texto</a>					Ninguna										
Observaciones: <a href="#">texto</a>																	
<b>10.2. El atractivo forma parte de una oferta establecida (paquete turístico)</b> SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> Especifique: <a href="#">texto</a>																	
Observaciones: <a href="#">texto</a>																	
<b>11. REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA (M)</b> SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>																	
<b>11.1. Frecuencia de visita según datos estadísticos</b> <input checked="" type="checkbox"/>																	
a. ¿Posee un sistema de registro de visitantes?			SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	Tipo: Digital <input type="checkbox"/>	Papel <input type="checkbox"/>	Años de registro	0							
b. ¿Se genera reporte de estadísticas de visita al atractivo?			SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	Frecuencia de los reportes: <a href="#">Ninguna</a>										
c. Temporalidad de visita al atractivo																	
Alta (meses) <input type="checkbox"/>		Especifique	<a href="#">texto</a>					Número de visitantes	0								
Baja (meses) <input checked="" type="checkbox"/>			<a href="#">texto</a>						0								
d. Llegada de turistas																	
<input type="checkbox"/> Turista nacional			Llegadas mensuales		Total anual		<input type="checkbox"/> Turista extranjero			Llegadas mensuales		Total Anual					
Ciudades de origen			<a href="#">texto</a>		0		0		Países de origen			<a href="#">texto</a>		0		0	
			<a href="#">texto</a>		0		0					<a href="#">texto</a>		0		0	
			<a href="#">texto</a>		0		0					<a href="#">texto</a>		0		0	
Observaciones: <a href="#">texto</a>																	
<b>11.2. Frecuencia de visita según informantes clave</b> <input type="checkbox"/>																	
Nombre del Informante Clave: <a href="#">texto</a>					Contactos: <a href="#">(+593)</a>												
Demanda según días de visita <input type="checkbox"/>					Demanda según frecuencia de visita <input type="checkbox"/>												
Lunes a viernes 0		Fines de semana 0		Días feriados 0		Permanente <input type="checkbox"/>		Estacional <input type="checkbox"/>		Esporádica <input type="checkbox"/>		Inexistente <input type="checkbox"/>					
Observaciones: <a href="#">texto</a>																	

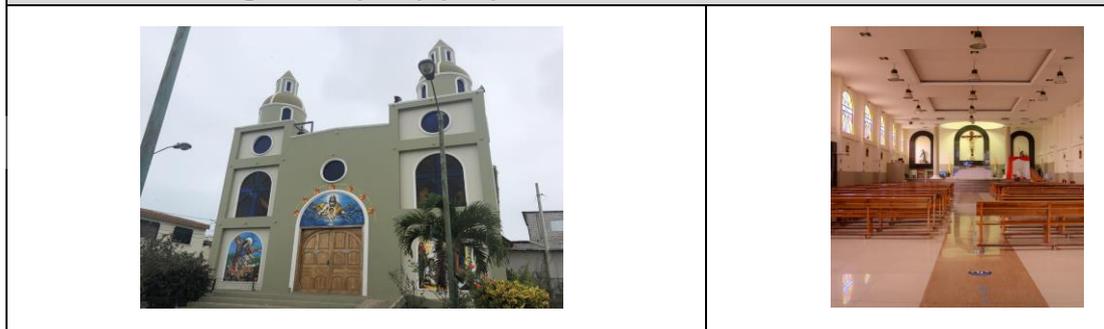
12. RECURSO HUMANO										SI	NO	S/I	
a. Número de personas a cargo de la administración y operación del atractivo					0	d. Número de personas especializadas en turismo					0		
e. Número de personas con nivel de instrucción (M):			f. Número de personas capacitadas por temática (M)				g. Número de personas que manejan algún de idiomas (M)						
Primaria	0	Secundaria	0	Primeros Auxilios	0	Hospitalidad	0	Inglés	0	Alemán	0		
Tercer Nivel	0	Cuarto Nivel	0	Atención al Cliente	0	Guianza	0	Francés	0	Italiano	0		
Otro	texto			Sensibilización de discapacidades	0	Otro	texto		Chino	0	Otro	texto	
Observaciones: texto													

**13. DESCRIPCION DEL ATRACTIVO (500 caracteres)**

EL ATRACTIVO CULTURAL SE ENCUENTRA EN LA PARTE CENTRAL DE LA PLAZA ANCONCITO, CUYA INFRAESTRUCTURA ES BUENA Y SOLO ESTA ACCESIBLE EN HORARIOS DE MISAS.

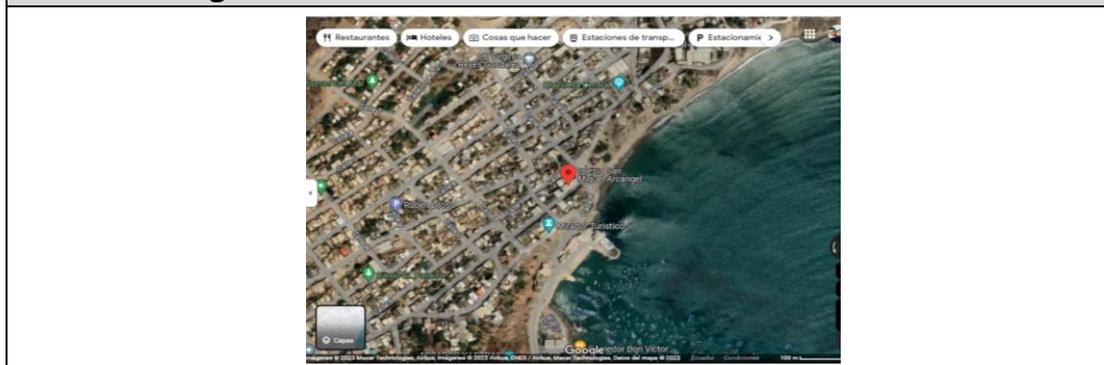
**14. ANEXOS**

**a. Archivo Fotográfico (dos) (HD)**



Fuente: texto

**b. Ubicación gráfica del Atractivo**



Fuente: texto

**FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)**

ELABORADO POR:		VALIDADO POR:		APROBADO POR:	
Apellido y Nombre	EMILY DELGADO GONZALEZ	Apellido y Nombre		Apellido y Nombre	
Institución	UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA	Institución		Institución	
Cargo	ESTUDIANTE	Cargo		Cargo	
Correo Electrónico	<a href="mailto:mailygonzalez1505@gmail.com">mailygonzalez1505@gmail.com</a>	Correo Electrónico	-	Correo Electrónico	
Teléfono	0967846002	Teléfono		Teléfono	
Firma		Firma		Firma	
Fecha	2/11/2023	Fecha		Fecha	

**Tabla 38**  
**El Faro del Barrio Paraíso.**

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																		
Código del atractivo:	2	4	0	3	5	1	M	C	0	1	0	8	0	2	0	0	1	
	Provincia		Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo			
<b>1. DATOS GENERALES</b>																		
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																		
EL FARO DEL BARRIO PARAISO																		
1.2 Categoría					1.3 Tipo					1.4 Subtipo								
MANIFESTACIONES_CULTURALES					ARQUITECTURA					ESPACIO PÚBLICO								
<b>2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO</b>																		
2.1 Provincia					2.2 Cantón					2.3 Parroquia								
SANTA_ELENA					SALINAS					ANCONCITO								
2.4 Barrio, Sector o Comuna					2.5 Calle Principal					2.6 Número				2.7 Transversal				
BARRIO PARAISO																		
2.8 Latitud (grados decimales)					2.9 Longitud (grados decimales) <a href="#">Click</a>					2.10 Altura (msnm)								
2.11 Información del administrador																		
a. Tipo de Administrador: <input type="text"/>					b. Nombre de la Institución: <input type="text"/>													
c. Nombre del Administrador: <input type="text"/>					d. Cargo que ocupa: <input type="text"/>													
e. Teléfono / Celular: <input type="text"/>					f. Correo Electrónico: <input type="text"/>													
Observaciones: <input type="text"/>																		
<b>3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO</b>																		
3.1 Características climatológicas <input type="checkbox"/>																		
a. Clima:					b. Temperatura(°C):					c. Precipitación Pluviométrica (mm):								
3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>																		
a. Cultura <input checked="" type="checkbox"/>					b. Naturaleza <input type="checkbox"/>					c. Aventura <input type="checkbox"/>								
3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico <input type="checkbox"/>																		
a. Pristino <input type="checkbox"/>				b. Primitivo <input type="checkbox"/>				c. Rústico Natural <input type="checkbox"/>				d. Rural <input checked="" type="checkbox"/>				e. Urbano <input type="checkbox"/>		
3.4 Ingreso al atractivo (U) <input type="checkbox"/>																		
a. Tipo de Ingreso		b. Horario de Atención			c. Atención													
		Ingreso	Salida		Todos los días	Fines de semana y feriados	Solo días hábiles	Otro	Especificar									
Libre <input checked="" type="checkbox"/>	0:00	0:00		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Restringido <input type="checkbox"/>	0:00	0:00		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pagado <input type="checkbox"/>	0:00	0:00		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. Maneja un sistema de reservas: <input type="checkbox"/>				f. Forma de Pago:		Efectivo <input type="checkbox"/>		Dinero Electrónico <input type="checkbox"/>		Depósito Bancario <input type="checkbox"/>		Tarjeta de Débito <input type="checkbox"/>						
e. Precio: Desde 0,00 Hasta 0,00		Tarjeta de Crédito <input type="checkbox"/>				Transferencia Bancaria <input type="checkbox"/>		Cheque <input type="checkbox"/>										
g. Meses recomendables de visita:				FIN DE SEMANAS Y FERIADOS														
Observaciones: <input type="text"/>																		
<b>4. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO</b> SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>																		
a. Nombre de la ciudad o poblado más cercano (Que presente condiciones mínimas de servicios):												ANCONCITO						
b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano:		0 km		c. Tiempo estimado de desplazamiento en auto:		de 0:00 h/min		d. Coordenadas (grados decimales):			Lat.: 0		Long.: 0					
Observaciones: <input type="text"/>																		

<b>4.2 Vías de Acceso (M)</b> <input checked="" type="checkbox"/>									
		Tipo de vía	Coordenada de inicio	Coordenada de fin	Distancia (km)	Tipo de material	Estado		
<del>a. Terrestre (M)</del> <input type="checkbox"/>	a. Primer orden	<input checked="" type="checkbox"/>	0	0	0	ASFALTO	Bueno		
	b. Segundo orden	<input type="checkbox"/>	0	0	0	texto			
	c. Tercer orden	<input type="checkbox"/>	0	0	0	texto			
Observaciones: texto									
b. Acuático (U) <input type="checkbox"/>	Marítimo	<input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto	Estado	Puerto / Muelle de Llegada	texto		
	Lacustre	<input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto		Puerto / Muelle de Llegada	texto		
	Fluvial	<input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto		Puerto / Muelle de Llegada	texto		
Observaciones: texto									
c. Aéreo (U) <input type="checkbox"/>	Nacional: <input type="checkbox"/>			Internacional: <input type="checkbox"/>					
Observaciones: texto									
<b>4.3 Servicio de transporte (M)</b> <input checked="" type="checkbox"/>									
a. Bus	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Buseta	<input checked="" type="checkbox"/>	c. Transporte 4x4	<input checked="" type="checkbox"/>	d. Taxi	<input type="checkbox"/>		
e. Moto taxi	<input type="checkbox"/>	f. Teleférico	<input type="checkbox"/>	g. Lancha	<input type="checkbox"/>	h. Bote	<input type="checkbox"/>		
i. Barco	<input type="checkbox"/>	j. Canoa	<input type="checkbox"/>	k. Avión	<input type="checkbox"/>	l. Avioneta	<input type="checkbox"/>		
m. Helicóptero	<input type="checkbox"/>	n. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique					
Observaciones: texto									
<b>4.3.1 Detalle de transporte hacia el atractivo (M)</b> <input checked="" type="checkbox"/>									
a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio	b. Estación / terminal	c. Frecuencia				d. Detalle (Traslado origen / destino)			
		Diaria	Semanal	Mensual	Eventual				
MAR AZUL SA	PARADA VIA PUNTA CARNERO	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	TE TRASLADA A LA CALLE PRINCIPAL DEL ATRACTIVO			
TRUNSA SA	PARADA DEL CENTRO DE SANTA ELENA	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	TE TRASLADA A LA CALLE PRINCIPAL DEL ATRACTIVO			
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto			
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto			
texto	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto			
<b>4.4 Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad (M)</b> <input type="checkbox"/>									
General	<input type="checkbox"/>	Discapacidad Física	<input type="checkbox"/>	Discapacidad Visual	<input type="checkbox"/>	Discapacidad Auditiva	<input type="checkbox"/>		
Discapacidad Intelectual o Psicosocial						<input type="checkbox"/>	d. No es accesible	<input checked="" type="checkbox"/>	
Observaciones: texto									
<b>4.5 Señalización</b> <input checked="" type="checkbox"/>									
a. Señalización de aproximación al atractivo	<input checked="" type="checkbox"/>	Estado (U)	Bueno	<input checked="" type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	Malo	<input type="checkbox"/>	
Observaciones: texto									
<b>5. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS</b>							SI <input type="checkbox"/>	NO <input checked="" type="checkbox"/>	S/I <input type="checkbox"/>
<b>5.1 Planta turística (M)</b> <input type="checkbox"/>									
a. En el Atractivo				<input type="checkbox"/>	b. En la ciudad o poblado cercano				<input type="checkbox"/>
Alojamiento	<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas	Alojamiento	<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas

Hotel	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hotel	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Hostal	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hostal	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Hostería	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hostería	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Hacienda Turística	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hacienda Turística	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Lodge	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Lodge	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Resort	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Resort	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Refugio	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Refugio	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Campamento Turístico	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Campamento Turístico	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Casa de Huéspedes	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Casa de Huéspedes	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Observaciones: <a href="#">texto</a>					Observaciones: <a href="#">texto</a>						
<b>Alimentos y bebidas</b>	<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas	<b>Alimentos y bebidas</b>	<input checked="" type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas		
Restaurantes	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Restaurantes	<input checked="" type="checkbox"/>	0	0	0		
Cafeterías	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Cafeterías	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Bares	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Bares	<input checked="" type="checkbox"/>	0	0	0		
Fuentes de soda	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Fuentes de soda	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Observaciones: <a href="#">texto</a>					Observaciones: <a href="#">texto</a>						
<b>Agencias de Viaje</b>	<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados			<b>Agencias de Viaje</b>	<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados				
Mayoristas	<input type="checkbox"/>	0			Mayoristas	<input type="checkbox"/>	0				
Internacionales	<input type="checkbox"/>	0			Internacionales	<input type="checkbox"/>	0				
Operadoras	<input type="checkbox"/>	0			Operadoras	<input type="checkbox"/>	0				
Observaciones: <a href="#">texto</a>					Observaciones: <a href="#">texto</a>						
<b>Guía</b>	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	0	<b>Guía</b>	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	0
<input type="checkbox"/>	0	0	0	Aventura	0	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Aventura	0
Observaciones: <a href="#">texto</a>					Observaciones: <a href="#">texto</a>						
<b>5.2 Facilidades en el entorno al atractivo</b> <input type="checkbox"/>											
<b>Categoría (M)</b>	<b>Tipo (M)</b>		<b>Cantidad</b>	<b>Coordenadas</b>	<b>Administrador</b>	<b>Accesibilidad universal</b>	<b>Estado (U)</b>				
							<b>B</b>	<b>R</b>	<b>M</b>		
a. De apoyo a la gestión turística <input type="checkbox"/>	Punto de Información		<input type="checkbox"/>	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	I-Tur		<input type="checkbox"/>	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Centro de interpretación		<input type="checkbox"/>	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Centro de facilitación turística		<input type="checkbox"/>	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
b. De observación y vigilancia <input type="checkbox"/>	Centro de recepción de visitantes		<input type="checkbox"/>	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Garitas de guardiana		<input type="checkbox"/>	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Miradores		<input type="checkbox"/>	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Torres de avistamiento de aves		<input type="checkbox"/>	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
c. De recorrido y descanso <input type="checkbox"/>	Torres de vigilancia para salvavidas		<input type="checkbox"/>	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Senderos		<input type="checkbox"/>	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Estaciones de sombra y descanso		<input type="checkbox"/>	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Áreas de acampar		<input type="checkbox"/>	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
d. De servicio <input type="checkbox"/>	Refugio de alta montaña		<input type="checkbox"/>	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Baterías sanitarias		<input type="checkbox"/>	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
e. Otros <input type="checkbox"/>	Estacionamientos		<input type="checkbox"/>	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
			<input type="checkbox"/>	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
Observaciones: <a href="#">texto</a>											

<b>5.3 Complementarios a la actividad turística (M)</b> <input checked="" type="checkbox"/>			
<b>a. En el Atractivo</b> <input type="checkbox"/>		<b>b. En la ciudad o poblado cercano</b> <input type="checkbox"/>	
Alquiler y venta de equipo especializado <input type="checkbox"/>	Venta de artesanías y merchandising <input type="checkbox"/>	Alquiler y venta de equipo especializado <input type="checkbox"/>	Venta de artesanías y merchandising <input type="checkbox"/>
Casa de cambio <input type="checkbox"/>	Cajero automático <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>	Casa de cambio <input type="checkbox"/>
Especifique: <a href="#">texto</a>		Especifique: <a href="#">texto</a>	
Observaciones: <a href="#">texto</a>			
<b>6. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO</b> <b>SI</b> <input checked="" type="checkbox"/> <b>NO</b> <input type="checkbox"/> <b>S/I</b> <input type="checkbox"/>			
<b>6.1 Atractivo (U)</b> <input checked="" type="checkbox"/>			
a. Conservado <input checked="" type="checkbox"/>	b. Alterado <input type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/>	d. Deteriorado <input type="checkbox"/>
Observaciones: <a href="#">texto</a>			
6.1.1 Factores de alteración y deterioro (M)			
6.1.1.1 Naturales (M)		6.1.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)	
a. Erosión <input type="checkbox"/>	b. Humedad <input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas <input type="checkbox"/>	b. Actividades forestales <input type="checkbox"/>
c. Desastres naturales <input type="checkbox"/>	d. Flora/Fauna <input type="checkbox"/>	e. Clima <input type="checkbox"/>	m. Conflicto político / social <input type="checkbox"/>
Otro <input type="checkbox"/>		Especifique: <a href="#">texto</a>	
Observaciones: <a href="#">texto</a>			
<b>6.2 Entorno (U)</b> <input checked="" type="checkbox"/>			
a. Conservado <input type="checkbox"/>	b. Alterado <input checked="" type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/>	d. Deteriorado <input type="checkbox"/>
Observaciones: <a href="#">texto</a>			
6.2.1 Factores de alteración y deterioro (M)			
6.2.1.1 Naturales (M)		6.2.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)	
a. Erosión <input type="checkbox"/>	b. Humedad <input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas <input type="checkbox"/>	b. Actividades forestales <input type="checkbox"/>
c. Desastres naturales <input type="checkbox"/>	d. Flora/Fauna <input type="checkbox"/>	e. Clima <input type="checkbox"/>	m. Conflicto político / social <input type="checkbox"/>
Otro <input type="checkbox"/>		Especifique: <a href="#">texto</a>	
Observaciones: <a href="#">texto</a>			
<b>6.3. Declaratoria del espacio turístico asociado al atractivo</b> <input type="checkbox"/>			
a. Declarante: <a href="#">texto</a>	b. Denominación: <a href="#">texto</a>	b. Fecha de declaración: <a href="#">texto</a>	c. Alcance: <a href="#">texto</a>
Observaciones: <a href="#">texto</a>			
<b>7. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA</b> <b>SI</b> <input type="checkbox"/> <b>NO</b> <input checked="" type="checkbox"/> <b>S/I</b> <input type="checkbox"/>			
<b>7.1 Servicios Básicos</b> <input checked="" type="checkbox"/>			
<b>a. En el atractivo</b> <input checked="" type="checkbox"/>		<b>b. En la ciudad o poblado mas cercano</b> <input checked="" type="checkbox"/>	
Agua: <input type="checkbox"/>	Especifique: <a href="#">texto</a>	Agua: <input checked="" type="checkbox"/>	Especifique: <a href="#">texto</a>
Energía eléctrica: <input checked="" type="checkbox"/>	Especifique: <a href="#">texto</a>	Energía eléctrica: <input checked="" type="checkbox"/>	Especifique: <a href="#">texto</a>
Saneamiento: <input type="checkbox"/>		Saneamiento: <input checked="" type="checkbox"/>	

Especifique: <input type="text"/>				Especifique: <input type="text"/>				
Disposición de desechos <input type="checkbox"/>				Disposición de desechos <input type="checkbox"/>				
Especifique: <input type="text"/>				Especifique: <input type="text"/>				
Observaciones: <input type="text"/>								
<b>7.2 Señalética en el atractivo</b> <input checked="" type="checkbox"/>								
7.2.1 Ambiente	7.2.2. Tipo	7.2.3. Materialidad				7.2.4. Estado		
		a. Madera	b. Aluminio	c. Otro	Especifique	B	R	M
En áreas urbanas <input checked="" type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
	Tótems de atractivos turísticos	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
	Tótems de sitio	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
	Tótems direccionales	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
En áreas naturales <input checked="" type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
	Señales turísticas de aproximación	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
	Paneles de direccionamiento hacia atractivos	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
	Panel informativo de atractivos	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
	Panel informativo de direccionamiento hacia atractivos, servicios y actividades	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
	Mesas interpretativas	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
	Tótem de sitio	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
	Tótem de direccionamiento	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Letreros informativos <input checked="" type="checkbox"/>	De información botánica	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Normativos de concienciación	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Señalética interna de seguridad <input checked="" type="checkbox"/>	Protección de los elementos del atractivo	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Otros <input type="checkbox"/>	<input type="text"/>							
Observaciones: <input type="text"/>								
<b>7.3 Salud (más cercano) (M)</b> <input checked="" type="checkbox"/>								
a. En el atractivo <input type="checkbox"/>				b. En la ciudad o poblado mas cercano <input checked="" type="checkbox"/>				
Hospital o Clínica <input type="checkbox"/>	Cantidad	0	Hospital o Clínica <input type="checkbox"/>	Cantidad	0			
Puesto / Centro de salud <input type="checkbox"/>		0	Puesto / Centro de salud <input type="checkbox"/>		0			
Dispensario médico <input type="checkbox"/>		0	Dispensario médico <input checked="" type="checkbox"/>		1			
Botiquín de primeros auxilios <input type="checkbox"/>		0	Botiquín de primeros auxilios <input type="checkbox"/>		0			
Otros <input type="checkbox"/>		0	Otros <input type="checkbox"/>		0			
Observaciones: <input type="text"/>								

<b>7.4 Seguridad (M)</b> <input type="checkbox"/>			
a. Privada	<input type="checkbox"/>	Detalle	texto
b. Policía nacional	<input checked="" type="checkbox"/>		RÉGULAR EL SERVICIO DE SEGURIDAD
c. Policía metropolitana / Municipal	<input type="checkbox"/>		texto
d. Otra	<input type="checkbox"/>		texto
Observaciones: texto			
<b>7.5 Servicio de comunicación de uso público (M)</b> <input checked="" type="checkbox"/>			
<b>a. En el atractivo</b> <input checked="" type="checkbox"/>		<b>b. En la ciudad o poblado mas cercano</b> <input checked="" type="checkbox"/>	
Telefonía (M) <input type="checkbox"/> Conexión a internet (M) <input checked="" type="checkbox"/>		Telefonía (M) <input type="checkbox"/> Conexión a internet (M) <input checked="" type="checkbox"/>	
Fija <input type="checkbox"/>	Línea telefónica <input type="checkbox"/> Fibra óptica <input checked="" type="checkbox"/>	Fija <input checked="" type="checkbox"/>	Línea telefónica <input type="checkbox"/> Fibra óptica <input checked="" type="checkbox"/>
Móvil <input type="checkbox"/>	Satélite <input type="checkbox"/> Redes inalámbricas <input type="checkbox"/>	Móvil <input type="checkbox"/>	Satélite <input type="checkbox"/> Redes inalámbricas <input type="checkbox"/>
Satelital <input type="checkbox"/>	Telefonía móvil <input type="checkbox"/>	Satelital <input type="checkbox"/>	Telefonía móvil <input type="checkbox"/>
Observaciones: texto			
Radio portátil (U) <input type="checkbox"/>			
De uso exclusivo para el visitante <input type="checkbox"/> De uso exclusivo para comunicación interna <input type="checkbox"/> De uso exclusivo en caso de emergencia <input type="checkbox"/>			
Observaciones: texto			
<b>7.6 Multiamenazas (M)</b> <input checked="" type="checkbox"/>			
Deslaves <input type="checkbox"/> Sismos <input type="checkbox"/> Erupciones volcánicas <input type="checkbox"/> Incendios forestales <input type="checkbox"/>			
Sequía <input type="checkbox"/> Inundaciones <input checked="" type="checkbox"/> Aguajes <input checked="" type="checkbox"/> Tsunami <input type="checkbox"/>			
¿Existe un plan de contingencia en caso de catástrofes?	<input type="checkbox"/>	Institución que elaboró el documento: texto	Nombre del documento: texto Año de elaboración: de 0
Observaciones: texto			
<b>8. POLÍTICAS Y REGULACIONES</b> <span style="float: right;">SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/></span>			
a. ¿El GAD cuenta con el Plan de Desarrollo Turístico Territorial?		SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	Año de elaboración: <input type="text"/>
b. ¿El atractivo se encuentra dentro de la planificación turística territorial (GAD'S)?		SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	Especifique: texto
c. ¿Existen normativas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?		SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>	Especifique: texto
d. ¿Existen ordenanzas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?		SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>	Especifique: texto
Observaciones: texto			
<b>9. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U)</b> <span style="float: right;">SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/></span>			
<b>9.1 ATRACTIVOS NATURALES (M)</b> <input type="checkbox"/>			
9.1.1 En el Agua (M) <input type="checkbox"/>			
a. Buceo <input type="checkbox"/>	b. Kayak de mar <input type="checkbox"/>	c. Kayak lacustre <input type="checkbox"/>	d. Kayak de Río <input type="checkbox"/> e. Surf <input type="checkbox"/>
f. Kite surf <input type="checkbox"/>	g. Rafting <input type="checkbox"/>	h. Snorkel <input type="checkbox"/>	i. Tubing <input type="checkbox"/> j. Regata <input type="checkbox"/>
k. Paseo en panga <input type="checkbox"/>	l. Paseo en bote <input type="checkbox"/>	m. Paseo en lancha <input type="checkbox"/>	n. Paseo en moto acuática <input type="checkbox"/> o. Parasailing <input type="checkbox"/>
p. Esquí acuático <input type="checkbox"/>	q. Banana flotante <input type="checkbox"/>	r. Boya <input type="checkbox"/>	s. Pesa deportiva <input type="checkbox"/> Otro <input type="checkbox"/> texto
Observaciones: texto			
9.1.2 En el Aire (M) <input type="checkbox"/>			
a. Alas Delta <input type="checkbox"/>	b. Canopy <input type="checkbox"/>	c. Parapente <input type="checkbox"/>	d. Otro <input type="checkbox"/> texto
Observaciones: texto			
9.1.3 En Superficie Terrestre (M) <input checked="" type="checkbox"/>			
a. Montañismo <input type="checkbox"/>	b. Escalada <input type="checkbox"/>	c. Senderismo <input type="checkbox"/>	d. Cicloturismo <input type="checkbox"/> e. Canyoning <input type="checkbox"/>
f. Exploración de cuevas <input type="checkbox"/>	g. Actividades Recreativas <input type="checkbox"/>	h. Cabalgata <input type="checkbox"/>	i. Caminata <input type="checkbox"/> j. Camping <input type="checkbox"/>
k. Picnic <input type="checkbox"/>	l. Observación de flora y fauna <input type="checkbox"/>	m. Observación de astros <input type="checkbox"/>	n. Otro <input type="checkbox"/> texto
Observaciones: texto			

<b>9.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U)</b> <input checked="" type="checkbox"/>													
9.2.1 Tangibles e intangibles <input checked="" type="checkbox"/>													
a. Recorridos guiados	<input type="checkbox"/>	b. Recorrido autoguiados	<input type="checkbox"/>	c. Visita a talleres artísticos	<input type="checkbox"/>								
h. Participación en talleres artísticos	<input type="checkbox"/>	d. Visita a talleres artesanales	<input type="checkbox"/>	i. Participación en talleres artesanales	<input type="checkbox"/>								
e. Exposiciones temáticas permanentes, temporales y eventuales	<input type="checkbox"/>	f. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales.	<input type="checkbox"/>	i. Actividades vivenciales y/o lúdicas	<input type="checkbox"/>								
g. Presentaciones o representaciones en vivo	<input type="checkbox"/>	h. Muestras audiovisuales	<input type="checkbox"/>	g. Fotografía	<input checked="" type="checkbox"/>								
j. Degustación de platos tradicionales	<input type="checkbox"/>	l. Participación de la celebración	<input type="checkbox"/>	m. Compra de artesanías	<input type="checkbox"/>								
n. Convivencia	<input type="checkbox"/>	o. Medicina ancestral	<input type="checkbox"/>	Otro	<input type="checkbox"/>	texto							
Observaciones: texto													
<b>10. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO</b>					SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	SI/	<input type="checkbox"/>			
<b>10.1. Medios de Promoción del Atractivo (M)</b>													
¿Existe un plan de promoción turística cantonal? SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Especifique: texto													
¿El Atractivo se encuentra incluido en el plan de promoción turístico cantonal? SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>													
Medio Promocional		Dirección y nombre de los medios promocionales					Periodicidad de la promoción						
a. Página WEB	<input checked="" type="checkbox"/>	URL: <a href="https://anconcito.gob.ec/atractivos-turisticos/">https://anconcito.gob.ec/atractivos-turisticos/</a>					Anual						
b. Red Social	<input checked="" type="checkbox"/>	Nombre: FACEBOOK					Anual						
c. Revistas Especializadas	<input type="checkbox"/>	Nombre: texto					Ninguna						
d. Material POP	<input type="checkbox"/>	Nombre: texto					Ninguna						
e. Oficina de Información Turística	<input type="checkbox"/>	Nombre: texto					Ninguna						
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa)	<input type="checkbox"/>	Nombre: texto					Ninguna						
g. Asistencia a ferias turísticas	<input type="checkbox"/>	Nombre: texto					Ninguna						
h. Otro	<input type="checkbox"/>	Nombre: texto					Ninguna						
Observaciones: texto													
<b>10.2. El atractivo forma parte de una oferta establecida (paquete turístico)</b> SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> Especifique: texto													
Observaciones: texto													
<b>11. REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA (M)</b>					SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	SI/	<input type="checkbox"/>			
<b>11.1. Frecuencia de visita según datos estadísticos</b> <input checked="" type="checkbox"/>													
a. ¿Posee un sistema de registro de visitantes? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> Tipo: Digital <input type="checkbox"/> Papel <input type="checkbox"/> Años de registro 0													
b. ¿Se genera reporte de estadísticas de visita al atractivo? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> Frecuencia de los reportes: Ninguna													
c. Temporalidad de visita al atractivo													
Alta (meses)	<input type="checkbox"/>	Especifique	texto					Número de visitantes	0				
Baja (meses)	<input checked="" type="checkbox"/>		texto						0				
d. Llegada de turistas													
<input type="checkbox"/>	Turista nacional		Llegadas mensuales	Total anual	<input type="checkbox"/>	Turista extranjero		Llegadas mensuales	Total Anual				
Ciudades de origen	texto	0	0	Países de origen	texto	0	0						
	texto	0	0		texto	0	0						
	texto	0	0		texto	0	0						
Observaciones: texto													
<b>11.2. Frecuencia de visita según informantes clave</b> <input type="checkbox"/>													
Nombre del Informante Clave: texto					Contactos: (+593)								
Demanda según días de visita <input type="checkbox"/>					Demanda según frecuencia de visita <input type="checkbox"/>								
Lunes a viernes	0	Fines de semana	0	Días feriados	0	Permanente	<input type="checkbox"/>	Estacional	<input type="checkbox"/>	Esporádica	<input type="checkbox"/>	Inexistente	<input type="checkbox"/>
Observaciones: texto													

12. RECURSO HUMANO										SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
a. Número de personas a cargo de la administración y operación del atractivo <input type="checkbox"/> 0					d. Número de personas especializadas en turismo <input type="checkbox"/> 0												
e. Número de personas con nivel de instrucción (M): <input type="checkbox"/>			f. Número de personas capacitadas por temática (M) <input type="checkbox"/>			g. Número de personas que manejan algún de Idiomas (M) <input type="checkbox"/>											
Primaria		0	Secundaria		0	Primeros Auxilios		0	Hospitalidad		0	Inglés		0	Alemán		0
Tercer Nivel		0	Cuarto Nivel		0	Atención al Cliente		0	Guianza		0	Francés		0	Italiano		0
Otro		texto		Sensibilización de discapacidades		0	Otro		texto		Chino		0	Otro		texto	
Observaciones: texto																	

**13. DESCRIPCION DEL ATRACTIVO (500 caracteres)**

EL ATRACTIVO SE ENCUENTRA A TODO PÚBLICO, PERO NO EXISTE SEGURIDAD.

**14. ANEXOS**

**a. Archivo Fotográfico (dos) (HD)**



Fuente: texto

**b. Ubicación gráfica del Atractivo**



Fuente: texto

**FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)**

ELABORADO POR:		VALIDADO POR:		APROBADO	
Apellido y Nombre	EMILY DELGADO GONZALEZ	Apellido y Nombre		Apellido y Nombre	
Institución	UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA	Institución		Institución	
Cargo	ESTUDIANTE	Cargo		Cargo	
Correo Electrónico	<a href="mailto:mailygonzalez1505@gmail.com">mailygonzalez1505@gmail.com</a>	Correo Electrónico	-	Correo Electrónico	
Teléfono	0967846002	Teléfono		Teléfono	
Firma		Firma		Firma	
Fecha	2/11/2023	Fecha		Fecha	

**Tabla 39**  
**Mirador Turístico Anconcito.**

Código del atractivo:	2	4	0	3	5	1	A	N	0	9	0	1	0	2	0	0	1				
	Provincia		Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo						
<b>1. DATOS GENERALES</b>																					
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																					
MIRADOR TURÍSTICO ANCONCITO																					
1.2 Categoría				1.3 Tipo				1.4 Subtipo													
ATRATIVOS_NATURALES				COSTAS_O_LITORALES				PLAYA													
<b>2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO</b>																					
2.1 Provincia				2.2 Cantón				2.3 Parroquia													
SANTA_ELENA				SALINAS				ANCONCITO													
2.4 Barrio, Sector o Comuna				2.5 Calle Principal				2.6 Número				2.7 Transversal									
BARRIO 9 DE OCTUBRE																					
2.8 Latitud (grados decimales)				2.9 Longitud (grados decimales)				Click		2.10 Altura (msnm)											
2.11 Información del administrador																					
a. Tipo de Administrador:				texto				b. Nombre de la Institución:				texto									
c. Nombre del Administrador:				texto				d. Cargo que ocupa:				texto									
e. Teléfono / Celular:				(+593)				f. Correo Electrónico:				texto									
Observaciones:				texto																	
<b>3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO</b>																					
3.1 Características climatológicas <input type="checkbox"/>																					
a. Clima:				b. Temperatura(°C):				c. Precipitación Pluviométrica (mm):													
3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>																					
a. Cultura <input type="checkbox"/>				b. Naturaleza <input checked="" type="checkbox"/>				c. Aventura <input type="checkbox"/>													
3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico <input type="checkbox"/>																					
a. Prístino <input type="checkbox"/>				b. Primitivo <input type="checkbox"/>				c. Rústico Natural <input type="checkbox"/>				d. Rural <input checked="" type="checkbox"/>				e. Urbano <input type="checkbox"/>					
3.4 Ingreso al atractivo (U) <input type="checkbox"/>																					
a. Tipo de Ingreso		b. Horario de Atención				c. Atención															
		Ingreso	Salida	Todos los días		Fines de semana y feriados		Solo días hábiles			Otro		Especificar								
Libre <input checked="" type="checkbox"/>	0:00	0:00	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>		texto									
Restringido <input type="checkbox"/>	0:00	0:00	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>		texto									
Pagado <input type="checkbox"/>	0:00	0:00	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>		texto									
d. Maneja un sistema de reservas: <input type="checkbox"/>				f. Forma de Pago:		Efectivo <input type="checkbox"/>		Dinero Electrónico <input type="checkbox"/>		Depósito Bancario <input type="checkbox"/>		Tarjeta de Débito <input type="checkbox"/>									
e. Precio:		Desde 0,00	Hasta 0,00			Tarjeta de Crédito <input type="checkbox"/>		Transferencia Bancaria <input type="checkbox"/>		Cheque <input type="checkbox"/>											
g. Meses recomendables de visita:				FIN DE SEMANAS Y FERIADOS																	
Observaciones:				texto																	
<b>4. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO</b>																					
												SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>				
a. Nombre de la ciudad o poblado más cercano (Que presente condiciones mínimas de servicios):												ANCONCITO									
b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano:		0 km		c. Tiempo estimado de desplazamiento en auto:		de 0:00 h/min		d. Coordenadas (grados decimales):		Lat.:		0		Long.:		0					
Observaciones:				texto																	

<b>4.2 Vías de Acceso (M)</b> <input checked="" type="checkbox"/>								
		Tipo de vía	Coordenada de inicio	Coordenada de fin	Distancia (km)	Tipo de material	Estado	
a. Terrestre (M) <input type="checkbox"/>	a. Primer orden	<input checked="" type="checkbox"/>	0	0	0	ASFALTO	Bueno	
	b. Segundo orden	<input type="checkbox"/>	0	0	0	texto		
	c. Tercer orden	<input type="checkbox"/>	0	0	0	texto		
Observaciones: texto								
b. Acuático (U) <input type="checkbox"/>	Marítimo	<input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto	Estado	Puerto / Muelle de Llegada	texto	Estado
	Lacustre	<input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto		Puerto / Muelle de Llegada	texto	
	Fluvial	<input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto		Puerto / Muelle de Llegada	texto	
Observaciones: texto								
c. Aéreo (U) <input type="checkbox"/>	Nacional: <input type="checkbox"/>			Internacional: <input type="checkbox"/>				
Observaciones: texto								
<b>4.3 Servicio de transporte (M)</b> <input checked="" type="checkbox"/>								
a. Bus <input checked="" type="checkbox"/>	b. Buseta <input checked="" type="checkbox"/>	c. Transporte 4x4 <input checked="" type="checkbox"/>	d. Taxi <input type="checkbox"/>	e. Moto taxi <input type="checkbox"/>	f. Teleférico <input type="checkbox"/>			
g. Lancha <input type="checkbox"/>	h. Bote <input type="checkbox"/>	i. Barco <input type="checkbox"/>	j. Canoa <input type="checkbox"/>	k. Avión <input type="checkbox"/>	l. Avioneta <input type="checkbox"/>			
m. Helicóptero <input type="checkbox"/>	n. Otro <input type="checkbox"/>	Especifique						
Observaciones: texto								
<b>4.3.1 Detalle de transporte hacia el atractivo (M)</b> <input checked="" type="checkbox"/>								
a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio	b. Estación / terminal	c. Frecuencia				d. Detalle (Traslado origen / destino)		
		Diaria	Semanal	Mensual	Eventual			
MAR AZUL SA	PARADA VIA PUNTA CARNERO	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	TE TRASLADA A LA CALLE PRINCIPAL DEL ATRACTIVO		
TRUNSA SA	PARADA DEL CENTRO DE SANTA ELENA	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	TE TRASLADA A LA CALLE PRINCIPAL DEL ATRACTIVO		
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto		
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto		
texto	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto		
<b>4.4 Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad (M)</b> <input type="checkbox"/>								
General <input type="checkbox"/>	Discapacidad Física <input type="checkbox"/>	Discapacidad Visual <input type="checkbox"/>	Discapacidad Auditiva <input type="checkbox"/>	Discapacidad Intelectual o Psicosocial <input type="checkbox"/>		d. No es accesible <input checked="" type="checkbox"/>		
Observaciones: texto								
<b>4.5 Señalización</b> <input checked="" type="checkbox"/>								
a. Señalización de aproximación al atractivo <input checked="" type="checkbox"/>	Estado (U)	Bueno <input checked="" type="checkbox"/>	Regular <input type="checkbox"/>	Malo <input type="checkbox"/>				
Observaciones: texto								

5. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS											
SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>											
5.1 Planta turística (M) <input type="checkbox"/>											
a. En el Atractivo <input type="checkbox"/>					b. En la ciudad o poblado cercano <input type="checkbox"/>						
Alojamiento <input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas		Alojamiento <input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas			
Hotel <input type="checkbox"/>	0	0	0		Hotel <input type="checkbox"/>	0	0	0			
Hostal <input type="checkbox"/>	0	0	0		Hostal <input type="checkbox"/>	0	0	0			
Hostería <input type="checkbox"/>	0	0	0		Hostería <input type="checkbox"/>	0	0	0			
Hacienda Turística <input type="checkbox"/>	0	0	0		Hacienda Turística <input type="checkbox"/>	0	0	0			
Lodge <input type="checkbox"/>	0	0	0		Lodge <input type="checkbox"/>	0	0	0			
Resort <input type="checkbox"/>	0	0	0		Resort <input type="checkbox"/>	0	0	0			
Refugio <input type="checkbox"/>	0	0	0		Refugio <input type="checkbox"/>	0	0	0			
Campamento Turístico <input type="checkbox"/>	0	0	0		Campamento Turístico <input type="checkbox"/>	0	0	0			
Casa de Huéspedes <input type="checkbox"/>	0	0	0		Casa de Huéspedes <input type="checkbox"/>	0	0	0			
Observaciones: <a href="#">texto</a>					Observaciones: <a href="#">texto</a>						
Alimentos y bebidas <input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas		Alimentos y bebidas <input checked="" type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas			
Restaurantes <input type="checkbox"/>	0	0	0		Restaurantes <input checked="" type="checkbox"/>	0	0	0			
Cafeterías <input type="checkbox"/>	0	0	0		Cafeterías <input type="checkbox"/>	0	0	0			
Bares <input type="checkbox"/>	0	0	0		Bares <input checked="" type="checkbox"/>	0	0	0			
Fuentes de soda <input type="checkbox"/>	0	0	0		Fuentes de soda <input type="checkbox"/>	0	0	0			
Observaciones: <a href="#">texto</a>					Observaciones: <a href="#">texto</a>						
Agencias de Viaje <input type="checkbox"/>		Establecimientos registrados			Agencias de Viaje <input type="checkbox"/>		Establecimientos registrados				
Mayoristas <input type="checkbox"/>		0			Mayoristas <input type="checkbox"/>		0				
Internacionales <input type="checkbox"/>		0			Internacionales <input type="checkbox"/>		0				
Operadoras <input type="checkbox"/>		0			Operadoras <input type="checkbox"/>		0				
Observaciones: <a href="#">texto</a>					Observaciones: <a href="#">texto</a>						
Guía	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	0	Guía	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	0
<input type="checkbox"/>	0	0	0	Aventura	0	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Aventura	0
Observaciones: <a href="#">texto</a>					Observaciones: <a href="#">texto</a>						
5.2 Facilidades en el entorno al atractivo <input type="checkbox"/>											
Categoría (M)	Tipo (M)		Cantidad	Coordenadas	Administrador	Accesibilidad universal	Estado (U)				
a. De apoyo a la gestión turística <input type="checkbox"/>	Punto de Información		<input type="checkbox"/>	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	I-Tur		<input type="checkbox"/>	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Centro de interpretación		<input type="checkbox"/>	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Centro de facilitación turística		<input type="checkbox"/>	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Centro de recepción de visitantes		<input type="checkbox"/>	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
b. De observación y vigilancia <input type="checkbox"/>	Garitas de guardiana		<input type="checkbox"/>	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Miradores		<input type="checkbox"/>	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Torres de avistamiento de aves		<input type="checkbox"/>	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Torres de vigilancia para salvavidas		<input type="checkbox"/>	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
c. De recorrido y descanso <input type="checkbox"/>	Senderos		<input type="checkbox"/>	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Estaciones de sombra y descanso		<input type="checkbox"/>	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Áreas de acampar		<input type="checkbox"/>	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Refugio de alta montaña		<input type="checkbox"/>	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
d. De servicio <input type="checkbox"/>	Baterías sanitarias		<input type="checkbox"/>	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Estacionamientos		<input type="checkbox"/>	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
e. Otros <input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Observaciones: <a href="#">texto</a>											

<b>5.3 Complementarios a la actividad turística (M)</b> <input checked="" type="checkbox"/>			
<b>a. En el Atractivo</b> <input type="checkbox"/>		<b>b. En la ciudad o poblado cercano</b> <input type="checkbox"/>	
Alquiler y venta de equipo especializado <input type="checkbox"/>	Venta de artesanías y merchandising <input type="checkbox"/>	Alquiler y venta de equipo especializado <input type="checkbox"/>	Venta de artesanías y merchandising <input type="checkbox"/>
Casa de cambio <input type="checkbox"/>	Cajero automático <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>	Casa de cambio <input type="checkbox"/>
Especifique: <a href="#">texto</a>		Especifique: <a href="#">texto</a>	
Observaciones: <a href="#">texto</a>			
<b>6. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO</b> <span style="float: right;">SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/></span>			
<b>6.1 Atractivo (U)</b> <input checked="" type="checkbox"/>			
a. Conservado <input checked="" type="checkbox"/>	b. Alterado <input type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/>	d. Deteriorado <input type="checkbox"/>
Observaciones: <a href="#">texto</a>			
6.1.1 Factores de alteración y deterioro (M)			
6.1.1.1 Naturales (M)		6.1.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)	
a. Erosión <input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas <input type="checkbox"/>	b. Actividades forestales <input type="checkbox"/>	c. Actividades extractivas / minería <input type="checkbox"/>
b. Humedad <input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales <input type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono <input type="checkbox"/>	f. Huaquearía <input type="checkbox"/>
c. Desastres naturales <input type="checkbox"/>	g. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/>	h. Condiciones de uso y exposición <input type="checkbox"/>	i. Falta de mantenimiento <input type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna <input type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente <input type="checkbox"/>	k. Generación de residuos <input type="checkbox"/>	l. Expansión urbana <input type="checkbox"/>
e. Clima <input type="checkbox"/>	m. Conflicto político / social <input type="checkbox"/>	n. Desarrollo industrial / comercial <input type="checkbox"/>	o. Vandalismo <input checked="" type="checkbox"/>
Otro <input type="checkbox"/>	Especifique: <a href="#">texto</a>		
Observaciones: <a href="#">texto</a>			
<b>6.2 Entorno (U)</b> <input checked="" type="checkbox"/>			
a. Conservado <input type="checkbox"/>	b. Alterado <input checked="" type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/>	d. Deteriorado <input type="checkbox"/>
Observaciones: <a href="#">texto</a>			
6.2.1 Factores de alteración y deterioro (M)			
6.2.1.1 Naturales (M)		6.2.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)	
a. Erosión <input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas <input type="checkbox"/>	b. Actividades forestales <input type="checkbox"/>	c. Actividades extractivas / minería <input type="checkbox"/>
b. Humedad <input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales <input type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono <input type="checkbox"/>	f. Huaquearía <input type="checkbox"/>
c. Desastres naturales <input type="checkbox"/>	g. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/>	h. Condiciones de uso y exposición <input type="checkbox"/>	i. Falta de mantenimiento <input checked="" type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna <input type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente <input type="checkbox"/>	k. Generación de residuos <input type="checkbox"/>	l. Expansión urbana <input type="checkbox"/>
e. Clima <input type="checkbox"/>	m. Conflicto político / social <input type="checkbox"/>	n. Desarrollo industrial / comercial <input type="checkbox"/>	o. Vandalismo <input checked="" type="checkbox"/>
Otro <input type="checkbox"/>	Especifique: <a href="#">texto</a>		
Observaciones: <a href="#">texto</a>			
<b>6.3. Declaratoria del espacio turístico asociado al atractivo</b> <input type="checkbox"/>			
a. Declarante: <a href="#">texto</a>	b. Denominación: <a href="#">texto</a>	b. Fecha de declaración: <a href="#">texto</a>	c. Alcance: <a href="#">texto</a>
Observaciones: <a href="#">texto</a>			
<b>7. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA</b> <span style="float: right;">SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/></span>			
<b>7.1 Servicios Básicos</b> <input checked="" type="checkbox"/>			
<b>a. En el atractivo</b> <input checked="" type="checkbox"/>		<b>b. En la ciudad o poblado mas cercano</b> <input checked="" type="checkbox"/>	
Agua: <input type="checkbox"/>	Agua <input checked="" type="checkbox"/>		
Especifique: <a href="#">texto</a>	Especifique: <a href="#">texto</a>		
Energía eléctrica: <input checked="" type="checkbox"/>	Energía eléctrica <input checked="" type="checkbox"/>		
Especifique: <a href="#">texto</a>	Especifique: <a href="#">texto</a>		
Saneamiento: <input type="checkbox"/>	Saneamiento: <input checked="" type="checkbox"/>		

Especifique: <a href="#">texto</a>				Especifique: <a href="#">texto</a>				
Disposición de desechos <input type="checkbox"/>				Disposición de desechos <input type="checkbox"/>				
Especifique: <a href="#">texto</a>				Especifique: <a href="#">texto</a>				
Observaciones: <a href="#">texto</a>								
<b>7.2 Señalética en el atractivo</b> <input checked="" type="checkbox"/>								
7.2.1 Ambiente	7.2.2. Tipo	7.2.3. Materialidad				7.2.4. Estado		
		a. Madera	b. Aluminio	c. Otro	Especifique	B	R	M
En áreas urbanas <input checked="" type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	0	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
	Tótems de atractivos turísticos	0	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
	Tótems de sitio	0	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
	Tótems direccionales	0	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
En áreas naturales <input checked="" type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	0	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
	Señales turísticas de aproximación	0	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
	Paneles de direccionamiento hacia atractivos	0	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
	Panel informativo de atractivos	0	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
	Panel informativo de direccionamiento hacia atractivos, servicios y actividades	0	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
	Mesas interpretativas	0	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
	Tótem de sitio	0	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
	Tótem de direccionamiento	0	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Letreros informativos <input checked="" type="checkbox"/>	De información botánica	0	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Normativos de concienciación	0	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Señalética interna de seguridad <input checked="" type="checkbox"/>	Protección de los elementos del atractivo	0	0	0	<a href="#">texto</a>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Otros <input type="checkbox"/>	<a href="#">texto</a>							
Observaciones: <a href="#">texto</a>								
<b>7.3 Salud (más cercano) (M)</b> <input checked="" type="checkbox"/>								
a. En el atractivo <input type="checkbox"/>				b. En la ciudad o poblado mas cercano <input checked="" type="checkbox"/>				
Hospital o Clínica <input type="checkbox"/>	Cantidad	0	Hospital o Clínica <input type="checkbox"/>	Cantidad	0			
Puesto / Centro de salud <input type="checkbox"/>		0	Puesto / Centro de salud <input type="checkbox"/>		0			
Dispensario médico <input type="checkbox"/>		0	Dispensario médico <input checked="" type="checkbox"/>		1			
Botiquín de primeros auxilios <input type="checkbox"/>		0	Botiquín de primeros auxilios <input type="checkbox"/>		0			
Otros <input type="checkbox"/>		0	Otros <input type="checkbox"/>		0			
Observaciones: <a href="#">texto</a>								
<b>7.4 Seguridad (M)</b> <input type="checkbox"/>								
a. Privada <input type="checkbox"/>	Detalle	<a href="#">texto</a>						
b. Policía nacional <input checked="" type="checkbox"/>		REGULAR EL SERVICIO DE SEGURIDAD						
c. Policía metropolitana / Municipal <input type="checkbox"/>		<a href="#">texto</a>						
d. Otra <input type="checkbox"/>		<a href="#">texto</a>						
Observaciones: <a href="#">texto</a>								

<b>7.5 Servicio de comunicación de uso público (M)</b> <input checked="" type="checkbox"/>									
<b>a. En el atractivo</b> <input checked="" type="checkbox"/>					<b>b. En la ciudad o poblado mas cercano</b> <input checked="" type="checkbox"/>				
Telefonía (M) <input type="checkbox"/>		Conexión a internet (M) <input checked="" type="checkbox"/>			Telefonía (M) <input type="checkbox"/>		Conexión a internet (M) <input checked="" type="checkbox"/>		
Fija <input type="checkbox"/>	Línea telefónica <input type="checkbox"/>	Fibra óptica <input checked="" type="checkbox"/>			Fija <input checked="" type="checkbox"/>	Línea telefónica <input type="checkbox"/>	Fibra óptica <input checked="" type="checkbox"/>		
Móvil <input type="checkbox"/>	Satélite <input type="checkbox"/>	Redes inalámbricas <input type="checkbox"/>			Móvil <input type="checkbox"/>	Satélite <input type="checkbox"/>	Redes inalámbricas <input type="checkbox"/>		
Satelital <input type="checkbox"/>	Telefonía móvil <input type="checkbox"/>					Satelital <input type="checkbox"/>	Telefonía móvil <input type="checkbox"/>		
Observaciones: <a href="#">texto</a>									
Radio portátil (U) <input type="checkbox"/>									
De uso exclusivo para el visitante <input type="checkbox"/>			De uso exclusivo para comunicación interna <input type="checkbox"/>			De uso exclusivo en caso de emergencia <input type="checkbox"/>			
Observaciones: <a href="#">texto</a>									
<b>7.6 Multiamenazas (M)</b> <input checked="" type="checkbox"/>									
Deslaves <input type="checkbox"/>		Sismos <input type="checkbox"/>		Erupciones volcánicas <input type="checkbox"/>		Incendios forestales <input type="checkbox"/>			
Sequía <input type="checkbox"/>		Inundaciones <input checked="" type="checkbox"/>		Aguajes <input checked="" type="checkbox"/>		Tsunami <input type="checkbox"/>			
¿Existe un plan de contingencia en caso de catástrofes? <input type="checkbox"/>		Institución que elaboró el documento. <a href="#">texto</a>		Nombre del documento: <a href="#">texto</a>		Año de elaboración: <input type="text" value="0"/>			
Observaciones: <a href="#">texto</a>									
<b>8. POLÍTICAS Y REGULACIONES</b>							SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	S/I <input type="checkbox"/>
a. ¿El GAD cuenta con el Plan de Desarrollo Turístico Territorial?				SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	Año de elaboración: <input type="text"/>			
b. ¿El atractivo se encuentra dentro de la planificación turística territorial (GAD'S)?				SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	Especifique: <a href="#">texto</a>			
c. ¿Existen normativas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?				SI <input type="checkbox"/>	NO <input checked="" type="checkbox"/>	Especifique: <a href="#">texto</a>			
d. ¿Existen ordenanzas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?				SI <input type="checkbox"/>	NO <input checked="" type="checkbox"/>	Especifique: <a href="#">texto</a>			
Observaciones: <a href="#">texto</a>									
<b>9. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U)</b>							SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	S/I <input type="checkbox"/>
<b>9.1 ATRACTIVOS NATURALES (M)</b> <input checked="" type="checkbox"/>									
9.1.1 En el Agua (M) <input type="checkbox"/>									
a. Buceo <input type="checkbox"/>	b. Kayak de mar <input type="checkbox"/>	c. Kayak lacustre <input type="checkbox"/>	d. Kayak de Rio <input type="checkbox"/>	e. Surf <input type="checkbox"/>					
f. Kite surf <input type="checkbox"/>	g. Rafting <input type="checkbox"/>	h. Snorkel <input type="checkbox"/>	i. Tubing <input type="checkbox"/>	j. Regata <input type="checkbox"/>					
k. Paseo en panga <input type="checkbox"/>	l. Paseo en bote <input type="checkbox"/>	m. Paseo en lancha <input type="checkbox"/>	n. Paseo en moto acuática <input type="checkbox"/>	o. Parasailing <input type="checkbox"/>					
p. Esquí acuático <input type="checkbox"/>	q. Banana flotante <input type="checkbox"/>	r. Boya <input type="checkbox"/>	s. Pesa deportiva <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>	<a href="#">texto</a>				
Observaciones: <a href="#">texto</a>									
9.1.2 En el Aire (M) <input type="checkbox"/>									
a. Alas Delta <input type="checkbox"/>	b. Canopy <input type="checkbox"/>	c. Parapente <input type="checkbox"/>	d. Otro <input type="checkbox"/>	<a href="#">texto</a>					
Observaciones: <a href="#">texto</a>									
9.1.3 En Superficie Terrestre (M) <input checked="" type="checkbox"/>									
a. Montañismo <input type="checkbox"/>	b. Escalada <input type="checkbox"/>	c. Senderismo <input type="checkbox"/>	d. Cicloturismo <input type="checkbox"/>	e. Canyoning <input type="checkbox"/>					
f. Exploración de cuevas <input type="checkbox"/>	g. Actividades Recreativas <input type="checkbox"/>	h. Cabalgata <input type="checkbox"/>	i. Caminata <input checked="" type="checkbox"/>	j. Camping <input type="checkbox"/>					
k. Picnic <input type="checkbox"/>	l. Observación de flora y fauna <input type="checkbox"/>	m. Observación de astros <input type="checkbox"/>	n. Otro <input type="checkbox"/>	<a href="#">texto</a>					
Observaciones: <a href="#">texto</a>									

<b>9.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U)</b> <input type="checkbox"/>											
9.2.1 Tangibles e intangibles <input type="checkbox"/>											
a. Recorridos guiados <input type="checkbox"/>			b. Recorrido autoguiados <input type="checkbox"/>			c. Visita a talleres artísticos <input type="checkbox"/>					
h. Participación en talleres artísticos <input type="checkbox"/>			d. Visita a talleres artesanales <input type="checkbox"/>			i. Participación en talleres artesanales <input type="checkbox"/>					
e. Exposiciones temáticas permanentes, temporales y eventuales <input type="checkbox"/>			f. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales. <input type="checkbox"/>			i. Actividades vivenciales y/o lúdicas <input type="checkbox"/>					
g. Presentaciones o representaciones en vivo <input type="checkbox"/>			h. Muestras audiovisuales <input type="checkbox"/>			g. Fotografía <input type="checkbox"/>					
j. Degustación de platos tradicionales <input type="checkbox"/>			l. Participación de la celebración <input type="checkbox"/>			m. Compra de artesanías <input type="checkbox"/>					
n. Convivencia <input type="checkbox"/>			o. Medicina ancestral <input type="checkbox"/>			Otro <input type="checkbox"/>			texto		
Observaciones: texto											
<b>10. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO</b> SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>											
<b>10.1. Medios de Promoción del Atractivo (M)</b>											
¿Existe un plan de promoción turística cantonal? SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Especifique: texto											
¿El Atractivo se encuentra incluido en el plan de promoción turístico cantonal? SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>											
Medio Promocional		Dirección y nombre de los medios promocionales					Periodicidad de la promoción				
a. Página WEB <input checked="" type="checkbox"/>		URL: <a href="https://anconito.gob.ec/atractivos-turisticos/">https://anconito.gob.ec/atractivos-turisticos/</a>					Anual				
b. Red Social <input checked="" type="checkbox"/>		Nombre: FACEBOOK					Anual				
c. Revistas Especializadas <input type="checkbox"/>		Nombre: texto					Ninguna				
d. Material POP <input type="checkbox"/>		Nombre: texto					Ninguna				
e. Oficina de Información Turística <input type="checkbox"/>		Nombre: texto					Ninguna				
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa) <input type="checkbox"/>		Nombre: texto					Ninguna				
g. Asistencia a ferias turísticas <input type="checkbox"/>		Nombre: texto					Ninguna				
h. Otro <input type="checkbox"/>		Nombre: texto					Ninguna				
Observaciones: texto											
<b>10.2. El atractivo forma parte de una oferta establecida (paquete turístico)</b> SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> Especifique: texto											
Observaciones: texto											
<b>11. REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA (M)</b> SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>											
<b>11.1. Frecuencia de visita según datos estadísticos</b> <input checked="" type="checkbox"/>											
a. ¿Posee un sistema de registro de visitantes? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> Tipo: Digital <input type="checkbox"/> Papel <input type="checkbox"/> Años de registro 0											
b. ¿Se genera reporte de estadísticas de visita al atractivo? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> Frecuencia de los reportes: Ninguna											
c. Temporalidad de visita al atractivo											
Alta (meses) <input type="checkbox"/>		texto					Número de visitantes		0		
Baja (meses) <input checked="" type="checkbox"/>		texto					Número de visitantes		0		
d. Llegada de turistas											
<input type="checkbox"/> Turista nacional		Llegadas mensuales		Total anual		<input type="checkbox"/> Turista extranjero		Llegadas mensuales		Total Anual	
Ciudades de origen		texto	0	0	Paises de origen		texto	0	0		
		texto	0	0			texto	0	0		
		texto	0	0			texto	0	0		
Observaciones: texto											
<b>11.2. Frecuencia de visita según informantes clave</b> <input type="checkbox"/>											
Nombre del Informante Clave: texto					Contactos: (+593)						
Demanda según días de visita <input type="checkbox"/>					Demanda según frecuencia de visita <input type="checkbox"/>						
Lunes a viernes 0		Fines de semana 0		Días feriados 0		Permanente <input type="checkbox"/>		Estacional <input type="checkbox"/>		Esporádica <input type="checkbox"/>	Inexistente <input type="checkbox"/>
Observaciones: texto											

12. RECURSO HUMANO				SI	NO	S/I					
a. Número de personas a cargo de la administración y operación del atractivo <input type="checkbox"/>		0		d. Número de personas especializadas en turismo <input type="checkbox"/>		0					
e. Número de personas con nivel de instrucción (M): <input type="checkbox"/>		f. Número de personas capacitadas por temática (M) <input type="checkbox"/>		g. Número de personas que manejan algún de idiomas (M) <input type="checkbox"/>							
Primaria	0	Secundaria	0	Primeros Auxilios	0	Hospitalidad	0	Inglés	0	Alemán	0
Tercer Nivel	0	Cuarto Nivel	0	Atención al Cliente	0	Guianza	0	Francés	0	Italiano	0
Otro	texto	Sensibilización de discapacidades	0	Otro	texto	Chino	0	Otro	texto		
Observaciones: texto											

**13. DESCRIPCION DEL ATRACTIVO (500 caracteres)**

EL ATRACTIVO SE ENCUENTRA A TODO PÚBLICO, PERO NO EXISTE SEGURIDAD.

**14. ANEXOS**

**a. Archivo Fotográfico (dos) (HD)**



Fuente: texto

**b. Ubicación gráfica del Atractivo**



Fuente: texto

**FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)**

ELABORADO POR:		VALIDADO POR:		APROBADO POR:	
Apellido y Nombre	EMILY DELGADO GONZALEZ	Apellido y Nombre		Apellido y Nombre	
Institución	UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA	Institución		Institución	
Cargo	ESTUDIANTE	Cargo		Cargo	
Correo Electrónico	<a href="mailto:mailygonzalez1505@gmail.com">mailygonzalez1505@gmail.com</a>	Correo Electrónico	-	Correo Electrónico	
Teléfono	0967846002	Teléfono		Teléfono	
Firma		Firma		Firma	
Fecha	2/11/2023	Fecha		Fecha	

**Tabla 40**  
**La Gastronomía**

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																	
Código del atractivo:	2	4	0	3	5	1	M	C	0	2	0	7	0	2	0	1	
	Provincia		Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo		
<b>1. DATOS GENERALES</b>																	
<b>1.1 Nombre del Atractivo Turístico</b>																	
GASTRONOMÍA EN GENERAL																	
<b>1.2 Categoría</b>					<b>1.3 Tipo</b>					<b>1.4 Subtipo</b>							
MANIFESTACIONES_CULTURALES					ACERVO_CULTURAL_Y_POPULAR					GASTRONOMÍA							
<b>2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO</b>																	
<b>2.1 Provincia</b>					<b>2.2 Cantón</b>					<b>2.3 Parroquia</b>							
SANTA_ELENA					SALINAS					ANCONCITO							
<b>2.4 Barrio, Sector o Comuna</b>					<b>2.5 Calle Principal</b>					<b>2.6 Número</b>			<b>2.7 Transversal</b>				
ANCONCITO																	
<b>2.8 Latitud (grados decimales)</b>					<b>2.9 Longitud (grados decimales)</b>					<a href="#">Click</a>		<b>2.10 Altura (msnm)</b>					
<b>2.11 Información del administrador</b>																	
a. Tipo de Administrador: texto					b. Nombre de la Institución: texto												
c. Nombre del Administrador: texto					d. Cargo que ocupa: texto												
e. Teléfono / Celular: (+593)					f. Correo Electrónico: texto												
Observaciones: texto																	
<b>3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO</b>																	
<b>3.1 Características climatológicas</b> <input type="checkbox"/>																	
a. Clima:					b. Temperatura(°C):					c. Precipitación Pluviométrica (mm):							
<b>3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U)</b> <input checked="" type="checkbox"/>																	
a. Cultura <input checked="" type="checkbox"/>					b. Naturaleza <input type="checkbox"/>					c. Aventura <input type="checkbox"/>							
<b>3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico</b> <input type="checkbox"/>																	
a. Prístino <input type="checkbox"/>			b. Primitivo <input type="checkbox"/>			c. Rústico Natural <input type="checkbox"/>			d. Rural <input checked="" type="checkbox"/>			e. Urbano <input type="checkbox"/>					
<b>3.4 Ingreso al atractivo (U)</b> <input type="checkbox"/>																	
a. Tipo de Ingreso		b. Horario de Atención				c. Atención											
		Ingreso	Salida			Todos los días		Fines de semana y feriados		Solo días hábiles		Otro		Especificar			
Libre <input checked="" type="checkbox"/>		0:00	0:00			<input checked="" type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		texto			
Restringido <input type="checkbox"/>		0:00	0:00			<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		texto			
Pagado <input type="checkbox"/>		0:00	0:00			<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		texto			
d. Maneja un sistema de reservas: <input type="checkbox"/>					f. Forma de Pago:		Efectivo <input type="checkbox"/>		Dinero Electrónico <input type="checkbox"/>		Depósito Bancario <input type="checkbox"/>		Tarjeta de Débito <input type="checkbox"/>				
e. Precio: Desde 0,00 Hasta 0,00				Tarjeta de Crédito <input type="checkbox"/>			Transferencia Bancaria <input type="checkbox"/>		Cheque <input type="checkbox"/>								
g. Meses recomendables de visita:																	
Observaciones:																	

4. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO							SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>																																													
a. Nombre de la ciudad o poblado más cercano (Que presente condiciones mínimas de servicios):							ANCONCITO																																																		
b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano:		0 km	c. Tiempo estimado de desplazamiento en auto:		0:00 h/min	d. Coordenadas (grados decimales):		Lat.: 0	Long.: 0																																																
Observaciones: <input type="text"/>																																																									
<b>4.2 Vías de Acceso (M)</b> <input checked="" type="checkbox"/>																																																									
<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2"></th> <th>Tipo de vía</th> <th>Coordenada de inicio</th> <th>Coordenada de fin</th> <th>Distancia (km)</th> <th>Tipo de material</th> <th>Estado</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="3">a. Terrestre (M)</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td>a. Primer orden <input checked="" type="checkbox"/></td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>texto</td> <td>Bueno</td> </tr> <tr> <td></td> <td>b. Segundo orden <input type="checkbox"/></td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>texto</td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td>c. Tercer orden <input type="checkbox"/></td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>texto</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>														Tipo de vía	Coordenada de inicio	Coordenada de fin	Distancia (km)	Tipo de material	Estado	a. Terrestre (M)	<input type="checkbox"/>	a. Primer orden <input checked="" type="checkbox"/>	0	0	0	texto	Bueno		b. Segundo orden <input type="checkbox"/>	0	0	0	texto			c. Tercer orden <input type="checkbox"/>	0	0	0	texto																	
		Tipo de vía	Coordenada de inicio	Coordenada de fin	Distancia (km)	Tipo de material	Estado																																																		
a. Terrestre (M)	<input type="checkbox"/>	a. Primer orden <input checked="" type="checkbox"/>	0	0	0	texto	Bueno																																																		
		b. Segundo orden <input type="checkbox"/>	0	0	0	texto																																																			
		c. Tercer orden <input type="checkbox"/>	0	0	0	texto																																																			
Observaciones: <input type="text"/>																																																									
<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="3">b. Acuático (U)</th> <th rowspan="3"><input type="checkbox"/></th> <th>Marítimo</th> <th><input type="checkbox"/></th> <th>Puerto / Muelle de partida</th> <th>texto</th> <th rowspan="3">Estado</th> <th>Puerto / Muelle de Llegada</th> <th>texto</th> <th rowspan="3">Estado</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Lacustre</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td>Puerto / Muelle de partida</td> <td>texto</td> <td>Puerto / Muelle de Llegada</td> <td>texto</td> </tr> <tr> <td>Fluvial</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td>Puerto / Muelle de partida</td> <td>texto</td> <td>Puerto / Muelle de Llegada</td> <td>texto</td> </tr> </tbody> </table>												b. Acuático (U)	<input type="checkbox"/>	Marítimo	<input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto	Estado	Puerto / Muelle de Llegada	texto	Estado	Lacustre	<input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto	Puerto / Muelle de Llegada	texto	Fluvial	<input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto	Puerto / Muelle de Llegada	texto																								
b. Acuático (U)	<input type="checkbox"/>	Marítimo	<input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto	Estado	Puerto / Muelle de Llegada	texto	Estado																																																
		Lacustre	<input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto		Puerto / Muelle de Llegada	texto																																																	
		Fluvial	<input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto		Puerto / Muelle de Llegada	texto																																																	
Observaciones: <input type="text"/>																																																									
<table border="1"> <tbody> <tr> <td colspan="2">c. Aéreo (U)</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td colspan="4">Nacional: <input type="checkbox"/></td> <td colspan="5">Internacional: <input type="checkbox"/></td> </tr> </tbody> </table>												c. Aéreo (U)		<input type="checkbox"/>	Nacional: <input type="checkbox"/>				Internacional: <input type="checkbox"/>																																						
c. Aéreo (U)		<input type="checkbox"/>	Nacional: <input type="checkbox"/>				Internacional: <input type="checkbox"/>																																																		
Observaciones: <input type="text"/>																																																									
<b>4.3 Servicio de transporte (M)</b> <input checked="" type="checkbox"/>																																																									
<table border="1"> <tbody> <tr> <td>a. Bus</td> <td><input checked="" type="checkbox"/></td> <td>b. Buseta</td> <td><input checked="" type="checkbox"/></td> <td>c. Transporte 4x4</td> <td><input checked="" type="checkbox"/></td> <td>d. Taxi</td> <td><input checked="" type="checkbox"/></td> <td>e. Moto taxi</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td>f. Teleférico</td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>g. Lancha</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td>h. Bote</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td>i. Barco</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td>j. Canoa</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td>k. Avión</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td>l. Avioneta</td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>m. Helicóptero</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td>n. Otro</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td colspan="8">Especifique</td> </tr> </tbody> </table>												a. Bus	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Buseta	<input checked="" type="checkbox"/>	c. Transporte 4x4	<input checked="" type="checkbox"/>	d. Taxi	<input checked="" type="checkbox"/>	e. Moto taxi	<input type="checkbox"/>	f. Teleférico	<input type="checkbox"/>	g. Lancha	<input type="checkbox"/>	h. Bote	<input type="checkbox"/>	i. Barco	<input type="checkbox"/>	j. Canoa	<input type="checkbox"/>	k. Avión	<input type="checkbox"/>	l. Avioneta	<input type="checkbox"/>	m. Helicóptero	<input type="checkbox"/>	n. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique																	
a. Bus	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Buseta	<input checked="" type="checkbox"/>	c. Transporte 4x4	<input checked="" type="checkbox"/>	d. Taxi	<input checked="" type="checkbox"/>	e. Moto taxi	<input type="checkbox"/>	f. Teleférico	<input type="checkbox"/>																																														
g. Lancha	<input type="checkbox"/>	h. Bote	<input type="checkbox"/>	i. Barco	<input type="checkbox"/>	j. Canoa	<input type="checkbox"/>	k. Avión	<input type="checkbox"/>	l. Avioneta	<input type="checkbox"/>																																														
m. Helicóptero	<input type="checkbox"/>	n. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique																																																					
Observaciones: <input type="text"/>																																																									
<b>4.3.1 Detalle de transporte hacia el atractivo (M)</b> <input checked="" type="checkbox"/>																																																									
<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio</th> <th rowspan="2">b. Estación / terminal</th> <th colspan="4">c. Frecuencia</th> <th rowspan="2">d. Detalle (Traslado origen / destino)</th> </tr> <tr> <th>Diaria</th> <th>Semanal</th> <th>Mensual</th> <th>Eventual</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>MAR AZUL SA LINEA "14"</td> <td>TERMINAL TERRESTRE SUMPÁ</td> <td><input checked="" type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td>TE TRASLADA A LA CALLE PRINCIPAL DEL ATRACTIVO</td> </tr> <tr> <td>CONSORCIO CITSE LINEA "15"</td> <td>PLAZA CENTRAL DE SALINAS</td> <td><input checked="" type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td>TE TRASLADA A LA CALLE PRINCIPAL DEL ATRACTIVO</td> </tr> <tr> <td>TRUNSA SA LINEA "12"</td> <td>TERMINAL TERRESTRE SUMPÁ</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td>TE TRASLADA A LA CALLE PRINCIPAL DEL ATRACTIVO</td> </tr> <tr> <td>texto</td> <td>texto</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td>texto</td> </tr> <tr> <td>texto</td> <td>texto</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td>texto</td> </tr> </tbody> </table>												a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio	b. Estación / terminal	c. Frecuencia				d. Detalle (Traslado origen / destino)	Diaria	Semanal	Mensual	Eventual	MAR AZUL SA LINEA "14"	TERMINAL TERRESTRE SUMPÁ	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	TE TRASLADA A LA CALLE PRINCIPAL DEL ATRACTIVO	CONSORCIO CITSE LINEA "15"	PLAZA CENTRAL DE SALINAS	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	TE TRASLADA A LA CALLE PRINCIPAL DEL ATRACTIVO	TRUNSA SA LINEA "12"	TERMINAL TERRESTRE SUMPÁ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	TE TRASLADA A LA CALLE PRINCIPAL DEL ATRACTIVO	texto	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto	texto	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto
a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio	b. Estación / terminal	c. Frecuencia				d. Detalle (Traslado origen / destino)																																																			
		Diaria	Semanal	Mensual	Eventual																																																				
MAR AZUL SA LINEA "14"	TERMINAL TERRESTRE SUMPÁ	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	TE TRASLADA A LA CALLE PRINCIPAL DEL ATRACTIVO																																																			
CONSORCIO CITSE LINEA "15"	PLAZA CENTRAL DE SALINAS	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	TE TRASLADA A LA CALLE PRINCIPAL DEL ATRACTIVO																																																			
TRUNSA SA LINEA "12"	TERMINAL TERRESTRE SUMPÁ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	TE TRASLADA A LA CALLE PRINCIPAL DEL ATRACTIVO																																																			
texto	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto																																																			
texto	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto																																																			
<b>4.4 Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad (M)</b> <input type="checkbox"/>																																																									
<table border="1"> <tbody> <tr> <td>General</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td>Discapacidad Física</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td>Discapacidad Visual</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td>Discapacidad Auditiva</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td>Discapacidad Intelectual o Psicosocial</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td>d. No es accesible</td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> </tbody> </table>												General	<input type="checkbox"/>	Discapacidad Física	<input type="checkbox"/>	Discapacidad Visual	<input type="checkbox"/>	Discapacidad Auditiva	<input type="checkbox"/>	Discapacidad Intelectual o Psicosocial	<input type="checkbox"/>	d. No es accesible	<input type="checkbox"/>																																		
General	<input type="checkbox"/>	Discapacidad Física	<input type="checkbox"/>	Discapacidad Visual	<input type="checkbox"/>	Discapacidad Auditiva	<input type="checkbox"/>	Discapacidad Intelectual o Psicosocial	<input type="checkbox"/>	d. No es accesible	<input type="checkbox"/>																																														
Observaciones: <input type="text"/>																																																									
<b>4.5 Señalización</b> <input checked="" type="checkbox"/>																																																									
<table border="1"> <tbody> <tr> <td>a. Señalización de aproximación al atractivo</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td>Estado (U)</td> <td>Bueno</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td>Regular</td> <td><input checked="" type="checkbox"/></td> <td>Malo</td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> </tbody> </table>												a. Señalización de aproximación al atractivo	<input type="checkbox"/>	Estado (U)	Bueno	<input type="checkbox"/>	Regular	<input checked="" type="checkbox"/>	Malo	<input type="checkbox"/>																																					
a. Señalización de aproximación al atractivo	<input type="checkbox"/>	Estado (U)	Bueno	<input type="checkbox"/>	Regular	<input checked="" type="checkbox"/>	Malo	<input type="checkbox"/>																																																	
Observaciones: <input type="text"/>																																																									

5. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS										SI	NO	SI	
5.1 Planta turística (M)										<input type="checkbox"/>			
a. En el Atractivo					<input type="checkbox"/>	b. En la ciudad o poblado cercano					<input type="checkbox"/>		
Alojamiento		Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas	Alojamiento		Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas				
Hotel	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hotel	<input type="checkbox"/>	0	0	0				
Hostal	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hostal	<input type="checkbox"/>	0	0	0				
Hostería	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hostería	<input type="checkbox"/>	0	0	0				
Hacienda Turística	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hacienda Turística	<input type="checkbox"/>	0	0	0				
Lodge	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Lodge	<input type="checkbox"/>	0	0	0				
Resort	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Resort	<input type="checkbox"/>	0	0	0				
Refugio	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Refugio	<input type="checkbox"/>	0	0	0				
Campamento Turístico	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Campamento Turístico	<input type="checkbox"/>	0	0	0				
Casa de Huéspedes	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Casa de Huéspedes	<input type="checkbox"/>	0	0	0				
Observaciones: <input type="text"/>					Observaciones: <input type="text"/>								
Alimentos y bebidas		Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas	Alimentos y bebidas		Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas				
Restaurantes	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Restaurantes	<input type="checkbox"/>	0	0	0				
Cafeterías	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Cafeterías	<input type="checkbox"/>	0	0	0				
Bares	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Bares	<input type="checkbox"/>	0	0	0				
Fuentes de soda	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Fuentes de soda	<input type="checkbox"/>	0	0	0				
Observaciones: <input type="text"/>					Observaciones: <input type="text"/>								
Agencias de Viaje		Establecimientos registrados			Agencias de Viaje		Establecimientos registrados						
Mayoristas	<input type="checkbox"/>	0			Mayoristas	<input type="checkbox"/>	0						
Internacionales	<input type="checkbox"/>	0			Internacionales	<input type="checkbox"/>	0						
Operadoras	<input type="checkbox"/>	0			Operadoras	<input type="checkbox"/>	0						
Observaciones: <input type="text"/>					Observaciones: <input type="text"/>								
Guía		Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	0	Guía		Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	0
<input type="checkbox"/>	0	0	0	Aventura	0	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Aventura	0		
Observaciones: <input type="text"/>					Observaciones: <input type="text"/>								
5.2 Facilidades en el entorno al atractivo										<input type="checkbox"/>			
Categoría (M)		Tipo (M)		Cantidad	Coordenadas	Administrador	Accesibilidad universal	Estado (U)					
a. De apoyo a la gestión turística	<input type="checkbox"/>	Punto de Información		<input type="checkbox"/>	0	0	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
		I-Tur		<input type="checkbox"/>	0	0	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
		Centro de interpretación		<input type="checkbox"/>	0	0	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
		Centro de facilitación turística		<input type="checkbox"/>	0	0	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
		Centro de recepción de visitantes		<input type="checkbox"/>	0	0	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
b. De observación y vigilancia	<input type="checkbox"/>	Garitas de guardianía		<input type="checkbox"/>	0	0	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
		Miradores		<input type="checkbox"/>	0	0	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
		Torres de avistamiento de aves		<input type="checkbox"/>	0	0	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
		Torres de vigilancia para		<input type="checkbox"/>	0	0	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			

c. De recorrido y descanso <input type="checkbox"/>	Senderos <input checked="" type="checkbox"/>	1	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Estaciones de sombra y descanso <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Áreas de acampar <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Refugio de alta montaña <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. De servicio <input type="checkbox"/>	Baterías sanitarias <input checked="" type="checkbox"/>	1	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
	Estacionamientos <input checked="" type="checkbox"/>	1	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. Otros <input type="checkbox"/>		0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Observaciones: texto								
<b>5.3 Complementarios a la actividad turística (M)</b> <input type="checkbox"/>								
<b>a. En el Atractivo</b> <input type="checkbox"/>					<b>b. En la ciudad o poblado cercano</b> <input type="checkbox"/>			
Alquiler y venta de equipo especializado <input type="checkbox"/>	Venta de artesanías y merchandising <input type="checkbox"/>				Alquiler y venta de equipo especializado <input type="checkbox"/>	Venta de artesanías y merchandising <input type="checkbox"/>		
Casa de cambio <input type="checkbox"/>	Cajero automático <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>				Casa de cambio <input type="checkbox"/>	Cajero automático <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>
Especifique: texto			Especifique: texto					
Observaciones: texto								
<b>6. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO</b> <span style="float: right;">SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/></span>								
<b>6.1 Atractivo (U)</b> <input checked="" type="checkbox"/>								
a. Conservado <input type="checkbox"/>	b. Alterado <input checked="" type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/>	d. Deteriorado <input type="checkbox"/>					
Observaciones: texto								
6.1.1 Factores de alteración y deterioro (M)								
6.1.1.1 Naturales (M)				6.1.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)				
a. Erosión <input type="checkbox"/>				a. Actividades agrícolas y ganaderas <input type="checkbox"/>	b. Actividades forestales <input type="checkbox"/>	c. Actividades extractivas / minería <input type="checkbox"/>		
b. Humedad <input type="checkbox"/>				d. Actividades industriales <input type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono <input checked="" type="checkbox"/>	f. Huaquearía <input checked="" type="checkbox"/>		
c. Desastres naturales <input checked="" type="checkbox"/>				g. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/>	h. Condiciones de uso y exposición <input type="checkbox"/>	i. Falta de mantenimiento <input checked="" type="checkbox"/>		
d. Flora/Fauna <input type="checkbox"/>				j. Contaminación del ambiente <input checked="" type="checkbox"/>	k. Generación de residuos <input checked="" type="checkbox"/>	l. Expansión urbana <input type="checkbox"/>		
e. Clima <input type="checkbox"/>				m. Conflicto político / social <input type="checkbox"/>	n. Desarrollo industrial / comercial <input type="checkbox"/>	o. Vandalismo <input checked="" type="checkbox"/>		
Otro <input type="checkbox"/>	Especifique: texto							
Observaciones: texto								
<b>6.2 Entorno (U)</b> <input checked="" type="checkbox"/>								
a. Conservado <input type="checkbox"/>	b. Alterado <input checked="" type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/>	d. Deteriorado <input type="checkbox"/>					
Observaciones: texto								
6.2.1 Factores de alteración y deterioro (M)								
6.2.1.1 Naturales (M)				6.2.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)				
a. Erosión <input type="checkbox"/>				a. Actividades agrícolas y ganaderas <input type="checkbox"/>	b. Actividades forestales <input type="checkbox"/>	c. Actividades extractivas / minería <input type="checkbox"/>		
b. Humedad <input type="checkbox"/>				d. Actividades industriales <input type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono <input checked="" type="checkbox"/>	f. Huaquearía <input checked="" type="checkbox"/>		
c. Desastres naturales <input checked="" type="checkbox"/>				g. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/>	h. Condiciones de uso y exposición <input type="checkbox"/>	i. Falta de mantenimiento <input checked="" type="checkbox"/>		
d. Flora/Fauna <input type="checkbox"/>				j. Contaminación del ambiente <input checked="" type="checkbox"/>	k. Generación de residuos <input checked="" type="checkbox"/>	l. Expansión urbana <input type="checkbox"/>		
e. Clima <input type="checkbox"/>				m. Conflicto político / social <input type="checkbox"/>	n. Desarrollo industrial / comercial <input type="checkbox"/>	o. Vandalismo <input checked="" type="checkbox"/>		
Otro <input type="checkbox"/>	Especifique: texto							
Observaciones: texto								

<b>6.3. Declaratoria del espacio turístico asociado al atractivo</b> <input type="checkbox"/>									
a. Declarante: <input type="text"/>			b. Denominación: <input type="text"/>			b. Fecha de declaración: <input type="text"/>		c. Alcance: <input type="text"/>	
Observaciones: <input type="text"/>									
<b>7. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA</b> <span style="float: right;">SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/></span>									
<b>7.1 Servicios Básicos</b> <input checked="" type="checkbox"/>									
<b>a. En el atractivo</b> <input type="checkbox"/>					<b>b. En la ciudad o poblado mas cercano</b> <input checked="" type="checkbox"/>				
Agua: <input type="checkbox"/>					Agua <input checked="" type="checkbox"/>				
Especifique: <input type="text"/>					Especifique: EN CIERTAS PARTES HABITABLES				
Energía eléctrica: <input type="checkbox"/>					Energía eléctrica <input checked="" type="checkbox"/>				
Especifique: <input type="text"/>					Especifique: EN CIERTAS PARTES HABITABLES				
Saneamiento: <input type="checkbox"/>					Saneamiento: <input checked="" type="checkbox"/>				
Especifique: <input type="text"/>					Especifique: EN CIERTAS PARTES HABITABLES				
Disposición de desechos <input type="checkbox"/>					Disposición de desechos <input type="checkbox"/>				
Especifique: <input type="text"/>					Especifique: EN CIERTAS PARTES HABITABLES				
Observaciones: NO TODOS CUENTAS CON SERVICIOS BÁSICOS Y CARECEN DE ALCANTARILLADO, FALTA DE APOYO DE AUTORIDADES COMPETENTES MUNICIPALES.									
<b>7.2 Señalética en el atractivo</b> <input checked="" type="checkbox"/>									
7.2.1 Ambiente	7.2.2. Tipo	7.2.3. Materialidad				7.2.4. Estado			
		a. Madera	b. Aluminio	c. Otro	Especifique	B	R	M	
En áreas urbanas <input checked="" type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Pictogramas de restricción	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Tótems de atractivos turísticos	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Tótems de sitio	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Tótems direccionales	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
En áreas naturales <input checked="" type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Pictogramas de restricción	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Señales turísticas de aproximación	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Paneles de direccionamiento hacia atractivos	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Panel informativo de atractivos	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Panel informativo de direccionamiento hacia atractivos, servicios y actividades	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Mesas interpretativas	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Tótem de sitio	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Tótem de direccionamiento	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
Letreros informativos <input checked="" type="checkbox"/>	De información botánica	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Normativos de concienciación	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Señalética interna de seguridad <input checked="" type="checkbox"/>	Protección de los elementos del atractivo	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Otros <input type="checkbox"/>	<input type="text"/>								
Observaciones: <input type="text"/>									

<b>7.3 Salud (más cercano) (M)</b> <input checked="" type="checkbox"/>											
<b>a. En el atractivo</b> <input type="checkbox"/>					<b>b. En la ciudad o poblado mas cercano</b> <input checked="" type="checkbox"/>						
Hospital o Clínica	<input type="checkbox"/>	Cantidad	0	Hospital o Clínica	<input type="checkbox"/>	Cantidad	0				
Puesto / Centro de salud	<input type="checkbox"/>		0	Puesto / Centro de salud	<input type="checkbox"/>		0				
Dispensario médico	<input type="checkbox"/>		0	Dispensario médico	<input checked="" type="checkbox"/>		1				
Botiquín de primeros auxilios	<input type="checkbox"/>		0	Botiquín de primeros auxilios	<input type="checkbox"/>		0				
Otros	<input type="checkbox"/>		0	Otros	<input type="checkbox"/>		0				
Observaciones: <input type="text"/>											
<b>7.4 Seguridad (M)</b> <input checked="" type="checkbox"/>											
a. Privada	<input type="checkbox"/>	Detalle	<input type="text"/>								
b. Policía nacional	<input checked="" type="checkbox"/>		REGULAR EL SERVICIO DE SEGURIDAD								
c. Policía metropolitana / Municipal	<input type="checkbox"/>		<input type="text"/>								
d. Otra	<input type="checkbox"/>		<input type="text"/>								
Observaciones: <input type="text"/>											
<b>7.5 Servicio de comunicación de uso público (M)</b> <input checked="" type="checkbox"/>											
<b>a. En el atractivo</b> <input checked="" type="checkbox"/>					<b>b. En la ciudad o poblado mas cercano</b> <input checked="" type="checkbox"/>						
Telefonía (M) <input checked="" type="checkbox"/>		Conexión a internet (M) <input checked="" type="checkbox"/>			Telefonía (M) <input checked="" type="checkbox"/>		Conexión a internet (M) <input checked="" type="checkbox"/>				
Fija	<input type="checkbox"/>	Línea telefónica	<input type="checkbox"/>	Fibra óptica	<input type="checkbox"/>	Fija	<input type="checkbox"/>	Línea telefónica	<input type="checkbox"/>	Fibra óptica	<input type="checkbox"/>
Móvil	<input checked="" type="checkbox"/>	Satélite	<input type="checkbox"/>	Redes inalámbricas	<input type="checkbox"/>	Móvil	<input checked="" type="checkbox"/>	Satélite	<input type="checkbox"/>	Redes inalámbricas	<input type="checkbox"/>
Satelital	<input type="checkbox"/>	Telefonía móvil			<input checked="" type="checkbox"/>	Satelital	<input type="checkbox"/>	Telefonía móvil			<input checked="" type="checkbox"/>
Observaciones: <input type="text"/>											
Radio portátil (U) <input type="checkbox"/>											
De uso exclusivo para el visitante			<input type="checkbox"/>	De uso exclusivo para comunicación interna			<input type="checkbox"/>	De uso exclusivo en caso de emergencia			<input type="checkbox"/>
Observaciones: <input type="text"/>											
<b>7.6 Multiamenazas (M)</b> <input checked="" type="checkbox"/>											
Deslaves		<input type="checkbox"/>	Sismos		<input type="checkbox"/>	Erupciones volcánicas		<input type="checkbox"/>	Incendios forestales		<input type="checkbox"/>
Sequía		<input type="checkbox"/>	Inundaciones		<input checked="" type="checkbox"/>	Aguajes		<input checked="" type="checkbox"/>	Tsunami		<input checked="" type="checkbox"/>
¿Existe un plan de contingencia en caso de catástrofes?		<input type="checkbox"/>	Institución que elaboró el documento.		<input type="text"/>	Nombre del documento:		<input type="text"/>	Año de elaboración:		0
Observaciones: <input type="text"/>											
<b>8. POLÍTICAS Y REGULACIONES</b> <span style="float: right;">SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/></span>											
a. ¿El GAD cuenta con el Plan de Desarrollo Turístico Territorial?					SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	Año de elaboración:		
b. ¿El atractivo se encuentra dentro de la planificación turística territorial (GAD'S)?					SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique:		
<input type="text"/>											
c. ¿Existen normativas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?					SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique:		
<input type="text"/>											
d. ¿Existen ordenanzas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?					SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique:		
<input type="text"/>											
Observaciones: <input type="text"/>											

9. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U)							SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
<b>9.1 ATRACTIVOS NATURALES (M)</b>							<input checked="" type="checkbox"/>							
9.1.1 En el Agua (M)							<input checked="" type="checkbox"/>							
a. Buceo	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Kayak de mar	<input type="checkbox"/>	c. Kayak lacustre	<input type="checkbox"/>	d. Kayak de Río	<input type="checkbox"/>	e. Surf	<input checked="" type="checkbox"/>					
f. Kite surf	<input type="checkbox"/>	g. Rafting	<input type="checkbox"/>	h. Snorkel	<input checked="" type="checkbox"/>	i. Tubing	<input type="checkbox"/>	j. Regata	<input type="checkbox"/>					
k. Paseo en panga	<input type="checkbox"/>	l. Paseo en bote	<input checked="" type="checkbox"/>	m. Paseo en lancha	<input type="checkbox"/>	n. Paseo en moto acuática	<input type="checkbox"/>	o. Parasailing	<input type="checkbox"/>					
p. Esquí acuático	<input type="checkbox"/>	q. Banana flotante	<input type="checkbox"/>	r. Boya	<input type="checkbox"/>	s. Pesa deportiva	<input type="checkbox"/>	Otro	<input type="checkbox"/>	texto				
Observaciones:							texto							
9.1.2 En el Aire (M)							<input type="checkbox"/>							
a. Alas Delta	<input type="checkbox"/>	b. Canopy	<input type="checkbox"/>	c. Parapente	<input type="checkbox"/>	d Otro	<input type="checkbox"/>	texto						
Observaciones:							texto							
9.1.3 En Superficie Terrestre (M)							<input checked="" type="checkbox"/>							
a. Montañismo	<input type="checkbox"/>	b. Escalada	<input type="checkbox"/>	c. Senderismo	<input checked="" type="checkbox"/>	d. Cicloturismo	<input checked="" type="checkbox"/>	e. Canyoning	<input type="checkbox"/>					
f. Exploración de cuevas	<input type="checkbox"/>	g. Actividades Recreativas	<input checked="" type="checkbox"/>	h. Cabalgata	<input type="checkbox"/>	i. Caminata	<input checked="" type="checkbox"/>	j. Camping	<input type="checkbox"/>					
k. Picnic	<input checked="" type="checkbox"/>	l. Observación de flora y fauna	<input type="checkbox"/>	m. Observación de astros	<input type="checkbox"/>	n. Otro	<input type="checkbox"/>	texto						
Observaciones:							texto							
<b>9.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U)</b>							<input checked="" type="checkbox"/>							
9.2.1 Tangibles e intangibles							<input checked="" type="checkbox"/>							
a. Recorridos guiados	<input type="checkbox"/>	b. Recorrido autoguiados	<input type="checkbox"/>	c. Visita a talleres artísticos	<input type="checkbox"/>									
h. Participación en talleres artísticos	<input type="checkbox"/>	d. Visita a talleres artesanales	<input type="checkbox"/>	i. Participación en talleres artesanales	<input type="checkbox"/>									
e. Exposiciones temáticas permanentes, temporales y eventuales	<input type="checkbox"/>	f. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales.	<input type="checkbox"/>	i. Actividades vivenciales y/o lúdicas	<input type="checkbox"/>									
g. Presentaciones o representaciones en vivo	<input type="checkbox"/>	h. Muestras audiovisuales	<input type="checkbox"/>	g. Fotografía	<input checked="" type="checkbox"/>									
j. Degustación de platos tradicionales	<input type="checkbox"/>	l. Participación de la celebración	<input checked="" type="checkbox"/>	m. Compra de artesanías	<input type="checkbox"/>									
n. Convivencia	<input checked="" type="checkbox"/>	o. Medicina ancestral	<input type="checkbox"/>	Otro	<input type="checkbox"/>	texto								
Observaciones:							texto							
10. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO							SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
<b>10.1. Medios de Promoción del Atractivo (M)</b>														
¿Existe un plan de promoción turística cantonal?							SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique: texto			
¿El Atractivo se encuentra incluido en el plan de promoción turístico cantonal?							SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>				
Medio Promocional	Dirección y nombre de los medios promocionales		Periodicidad de la promoción											
a. Página WEB	<input checked="" type="checkbox"/>	URL:	<a href="https://anconcito.gob.ec/comida-tipica/">https://anconcito.gob.ec/comida-tipica/</a>							Ninguna				
b. Red Social	<input checked="" type="checkbox"/>	Nombre:	ANCONCITO TURISTICO							Ninguna				
c. Revistas Especializadas	<input type="checkbox"/>	Nombre:	texto							Ninguna				
d. Material POP	<input type="checkbox"/>	Nombre:	texto							Ninguna				
e. Oficina de Información Turística	<input type="checkbox"/>	Nombre:	texto							Ninguna				
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa)	<input type="checkbox"/>	Nombre:	texto							Ninguna				
g. Asistencia a ferias turísticas	<input type="checkbox"/>	Nombre:	texto							Ninguna				
h. Otro	<input type="checkbox"/>	Nombre:	texto							Ninguna				
Observaciones:							texto							
<b>10.2. El atractivo forma parte de una oferta establecida (paquete turístico)</b>							SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique: texto			
Observaciones:							texto							

11. REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA (M)										SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	SI	<input type="checkbox"/>		
11.1. Frecuencia de visita según datos estadísticos										<input type="checkbox"/>							
a. ¿Posee un sistema de registro de visitantes?										SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	Tipo: Digital <input type="checkbox"/> Papel <input type="checkbox"/>		Años de registro	0
b. ¿Se genera reporte de estadísticas de visita al atractivo?										SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	Frecuencia de los reportes:		Trimestral	
c. Temporalidad de visita al atractivo																	
Alta (meses)	<input type="checkbox"/>	Especifique	texto						Número de visitantes	0							
Baja (meses)	<input type="checkbox"/>		texto							0							
d. Llegada de turistas																	
<input type="checkbox"/> Turista nacional			Llegadas mensuales	Total anual	<input type="checkbox"/> Turista extranjero			Llegadas mensuales	Total Anual								
Ciudades de origen	texto	0	0	Países de origen	texto	0	0										
	texto	0	0		texto	0	0										
	texto	0	0		texto	0	0										
Observaciones: texto																	
11.2. Frecuencia de visita según informantes clave										<input type="checkbox"/>							
Nombre del Informante Clave: texto					Contactos: (+593)												
Demanda según días de visita <input type="checkbox"/>					Demanda según frecuencia de visita <input type="checkbox"/>												
Lunes a viernes	0	Fines de semana	0	Días feriados	0	Permanente	<input type="checkbox"/>	Estacional	<input type="checkbox"/>	Esporádica	<input type="checkbox"/>	Inexistente	<input type="checkbox"/>				
Observaciones: texto																	
12. RECURSO HUMANO										SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	SI	<input type="checkbox"/>		
a. Número de personas a cargo de la administración y operación del atractivo					<input type="checkbox"/>	0	d. Número de personas especializadas en turismo			<input type="checkbox"/>	0						
e. Número de personas con nivel de instrucción (M):			<input type="checkbox"/>	f. Número de personas capacitadas por temática (M)			<input type="checkbox"/>	g. Número de personas que manejan algún de idiomas (M)			<input type="checkbox"/>						
Primaria	0	Secundaria	0	Primeros Auxilios	0	Hospitalidad	0	Inglés	0	Alemán	0						
Tercer Nivel	0	Cuarto Nivel	0	Atención al Cliente	0	Guianza	0	Francés	0	Italiano	0						
Otro	texto	Sensibilización de discapacidades de 0			Otro	texto	Chino	0	Otro	texto							
Observaciones: texto																	
13. DESCRIPCION DEL ATRACTIVO (500 caracteres)																	
<p>La gastronomía en Anconito es una preparación típica y ancestral de la costa Pacífica, de la que el chef Rojas más conocido como "FRUKO", es uno de sus más visibles embajadores culinarios por la herencia de sus ancestros, entre otros establecimientos de comidas se destaca el comedor de MARY, comedor de Victor. cevichería de FRUKO, como menú principal resalta el arroz mariner, variedad de ceviches, encocado de langostinos. Platos típicos que son la sazón del marisco deleitados por sus turistas.</p>																	

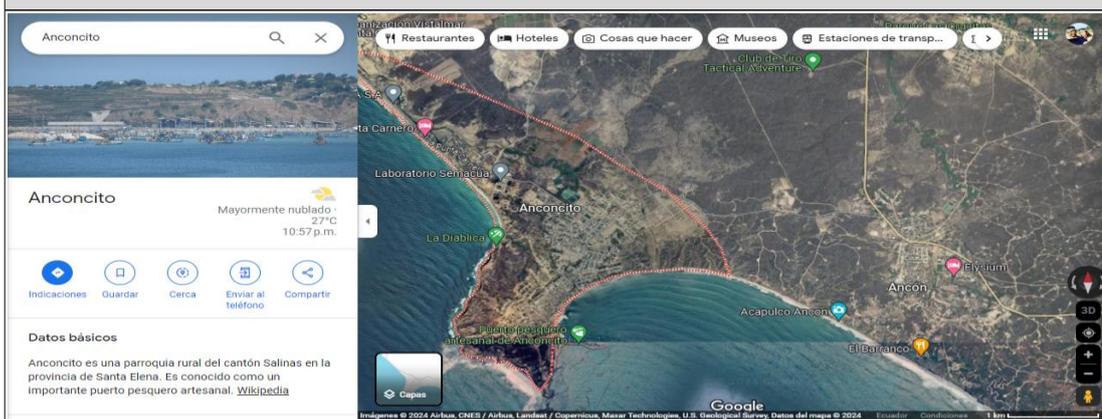
**14. ANEXOS**

**a. Archivo Fotográfico (dos) (HD)**



Fuente: [estudiantes](#)

**b. Ubicación gráfica del Atractivo**



Fuente: [google maps](#)

**FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)**

FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)		
ELABORADO POR:	VALIDADO POR:	APROBADO POR:
Apellido y Nombre: <a href="#">EMILY DELGADO GONZALEZ</a>	Apellido y Nombre:	Apellido y Nombre:
Institución: <a href="#">UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA</a>	Institución:	Institución:
Cargo: <a href="#">ESTUDIANTE</a>	Cargo:	Cargo:
Correo Electrónico: <a href="mailto:mailygonzalez1505@gmail.com">mailygonzalez1505@gmail.com</a>	Correo Electrónico:	Correo Electrónico:
Teléfono: <a href="#">0967846002</a>	Teléfono:	Teléfono:
Firma:	Firma:	Firma:
Fecha: <a href="#">6/12/2023</a>	Fecha:	Fecha:

### Operacionalización de la Variable Independiente

Tema	Variable	Definición	Dimensiones	Indicadores	Ítem	Instrumento
Perfil del visitante como herramienta para proyectar la oferta turística en la parroquia Anconcito, cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena año 2023.	Perfil del visitante	El perfil del turístico alude a la caracterización a un destino turístico. La caracterización con frecuencia se basa en variables socioeconómicas y demográficas de los turistas. El perfil permite conocer los gustos, preferencias, expectativas y necesidades de los turistas a efecto de mejorar la gestión de las empresas y los destinos turísticos.	Demográficas	Genero	Género del visitante	Encuesta
				Edad	Edad (grupo en años)	Encuesta
				Estado Civil	¿Cuál es su estado civil?	Encuesta
				Nacionalidad	¿Cuál es su procedencia?	Encuesta
				Lugar de Origen	¿Qué provincia proviene?	Encuesta
			Socioeconómicas	Nivel de Estudio	¿Cuál es su nivel de estudio?	Encuesta
				Ocupación	¿Cuál es su ocupación actual?	Encuesta
				Nivel de Ingresos	¿Cuánto es su nivel de ingreso?	Encuesta
				Situación Laboral	¿A qué se dedica?	Encuesta
			Necesidades y Motivaciones	Personales	¿Qué le motivo a visitar Anconcito?	Encuesta
				Familiares	¿Con quién viaja usted?	Encuesta
				Sociales	¿Qué actividades le gusta practicar en Anconcito?	Encuesta
			Percepción del Destino	Promoción Turística	La información del destino la obtuvo de:	Encuesta
				Gasto en la Actividad	¿Cuánto es el valor de gasto diario que realiza en Anconcito?	Encuesta
				Calidad de servicio	Según su criterio califique la calidad de servicios recibidos	Encuesta
				Satisfacción	¿Cumplió sus expectativas el destino?	Encuesta
			Turismo	Tipos de Turismo		
Tipos de Turistas						

Fuente: Pat, L. y Calderón, G. (2012)

### Operacionalización de la Variable Dependiente

Tema	Variable	Definición	Dimensiones	Indicadores	Ítem	Instrumento
Perfil del visitante como herramienta para proyectar la oferta turística en la parroquia Anconcito, cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena año 2023	Oferta Turística	Boullón, R. (2006) La oferta turística está integrada por los servicios que suministran los elementos de la planta turística y por algunos viene no turísticos, los cuales se comercializan mediante el sistema turístico, porque en última instancia el que califica la clase de un bien es el sistema productivo y no el tipo de consumidor.	Planta Turística	Alojamiento	Si se llegara a implementar el servicio de alojamiento ¿qué tipo de establecimiento preferiría para hospedarse?	Encuesta
				Alimentación	¿Cómo califica la gastronomía de Anconcito?	Encuesta
				Esparcimiento	¿Según su experiencia en la parroquia Anconcito que otra actividad le gustaría que oferte el destino?	Encuesta
				Otros Servicios	¿Qué actividades turísticas realiza en Anconcito?	Encuesta
			Atractivos Turísticos	Sitios Naturales	¿Cuántos atractivos naturales existen en Anconcito?	Observación
				Museos y Manifestaciones culturales históricas	¿Cuántos atractivos culturales existen en Anconcito?	Observación
				Folklore		
				Realizaciones técnicas científicas o artísticas contemporáneas.		
			Acontecimientos programados.			
			Infraestructura	Transporte	¿En que estado se encuentra la infraestructura de Anconcito?	Observación
				Comunicaciones		
				Servicios Básicos		
			Superestructura	Organismos Nacionales	¿Cómo se encuentra el desarrollo turístico en Anconcito?	Observación
				Organismos Locales		
Patrimonio Turístico	Natural	¿Qué patrimonio turístico existe en Anconcito?	Observación			
	Cultural					

Fuente: Boullón, R. (2006)

Elaborado por: Delgado, E (2023).

### Matriz de Consistencia

Tema	Problema	Objetivos	Variables	Dimensiones	Indicadores	Metodología
<p>Perfil del visitante como herramienta para proyectar la oferta turística en la parroquia Anconcito, cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena año 2023</p>	<p>Sistematización: ¿De qué manera identificar el perfil del visitante sirve como herramienta para proyectar la oferta turística de la parroquia Anconcito?</p>	<p>General: Identificar Perfil del visitante como herramienta para proyectar la oferta turística en la parroquia Anconcito</p>	<p>Perfil del visitante</p>	<p>Demográficas</p>	Genero	<p><b>Tipo de Investigación:</b> Básica</p> <p><b>Métodos:</b> No experimental Deductivo</p> <p><b>Alcance:</b> Descriptiva</p> <p><b>Naturaleza de los Datos</b> Cuantitativo</p>
					Edad	
					Estado Civil	
					Nacionalidad	
				<p>Socioeconómicas</p>	Lugar de Origen	
					Nivel de Estudio	
					Ocupación	
					Nivel de Ingresos	
				<p>Necesidades y Motivaciones</p>	Situación Laboral	
					Personales	
	Familiares					
	<p>Percepción del Destino</p>	Sociales				
		Promoción Turística				
		Gasto en la Actividad				
		Calidad de servicio				
	<p>Formulación: 1. ¿Cuáles son las bases teóricas para identificar el perfil del turista que visita una localidad? 2. ¿Qué características tiene el turista que visita la parroquia Anconcito? 3. ¿Con que recursos turísticos cuenta la parroquia Anconcito?</p>	<p>Específicos: 1. Determinar mediante bases teóricas el proceso para identificar el perfil del turista de una localidad. 2. Establecer características que determinen el perfil del turista que visita la parroquia Anconcito. 3. Identificar los recursos turísticos existentes en la parroquia Anconcito</p>	<p>Oferta Turística</p>	<p>Planta Turística</p>	Satisfacción	<p><b>Población y Muestra:</b> Personas que visitan la parroquia Anconcito</p> <p><b>Instrumentos:</b> Encuesta Observación Directa</p>
					Alojamiento	
					Alimentación	
					Esparcimiento	
				<p>Atractivos Turísticos</p>	Otros Servicios	
Sitios Naturales						
Museos y Manifestaciones culturales históricas						
Folklore						
<p>Infraestructura</p>				Realizaciones técnicas científicas o artísticas contemporáneas.		
				Acontecimientos programados		
	Transporte					
<p>Superestructura</p>	Comunicaciones					
	Servicios Básicos					
<p>Patrimonio Turístico</p>	Organismos Nacionales					
	Organismos Locales					
	Natural					
	Cultural					

## Ficha de Jerarquización de Atractivos Turísticos del Ministerio de Turismo

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS											
Código del atractivo:											
	Provincia	Cantón	Parroquia	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía	Atractivo			
<b>1. DATOS GENERALES</b>											
<b>1.1 Nombre del Atractivo Turístico</b>											
<b>1.2 Categoría</b>				<b>1.3 Tipo</b>				<b>1.4 Subtipo</b>			
<b>2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO TURÍSTICO</b>											
<b>2.1 Provincia</b>				<b>2.2 Cantón</b>				<b>2.3 Parroquia</b>			
<b>2.4 Calle Principal</b>				<b>2.5 Número</b>				<b>2.6 Transversal</b>			
<b>2.7 Barrio, Sector o Comuna</b>				<b>2.8 Sitio poblado más cercano</b>							
<b>2.9 Latitud (grados decimales)</b>				<b>2.10 Longitud (grados decimales)</b> <a href="#">Click</a>				<b>2.11 Altura (msnm)</b>			
<b>2.12 Inmerso en Espacio Turístico</b>				SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
2.12.1 Nombre del Espacio Turístico:											
Observaciones:											
<b>3. CARACTERÍSTICAS CLIMATOLÓGICAS</b>											
				SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
3.1. Clima				3.2 Temperatura(°C)				3.3 Precipitación Pluviométrica (mm)			
<b>4. ACCESIBILIDAD AL ATRACTIVO TURÍSTICO</b>											
				SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
<b>4.1 Tipo de Ingreso (U)</b>				SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
4.1.1 Libre (Continuar 4.1.4)				4.1.2 Restringido (Continúa observaciones)				4.1.3 Pagado (Continuar siguiente)			
4.1.3.1 Precio (Tarifa mínima y máxima):				a. Desde \$				b. Hasta \$			
				a. Efectivo <input type="checkbox"/>				b. Dinero Electrónico <input type="checkbox"/>			
4.1.3.2 Forma de Pago (M):				c. Tarjeta de Débito <input type="checkbox"/>				d. Tarjeta de Crédito <input type="checkbox"/>			
				e. Transferencia Bancaria <input type="checkbox"/>				f. Cheque <input type="checkbox"/>			
4.1.4 Horario:				a. Hora de Ingreso:				b. Hora de Salida:			
				a. Todos los días				c. Fines de Semana y Feriados			
4.1.5 Atención (U):				b. Sólo días hábiles				d. Otro. Especifique:			
Observaciones:											
<b>4.2 Temporalidad (M)</b>											
				SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
a. Alta (meses) <input type="checkbox"/>				Especifique:							
b. Baja (meses) <input type="checkbox"/>				Especifique:							
Observaciones:											
<b>4.3 Facilidades para personas con discapacidad (M).</b>											
				SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
a. Rampas <input type="checkbox"/>				b. Baterías Sanitarias adecuadas <input type="checkbox"/>				c. Personal Calificado <input type="checkbox"/>			
d. Sistema Braille <input type="checkbox"/>				e. Otro <input type="checkbox"/>				Especifique:			

Observaciones:								
<b>5. CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO TURÍSTICO</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I <input type="checkbox"/>		
<b>5.1 Acceso (M)</b>		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I <input type="checkbox"/>		
5.1.1 Terrestre (U)	a. Primer Orden	Estado (U)	Bueno	<input type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	Malo	<input type="checkbox"/>
	b. Segundo Orden		Bueno	<input type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	Malo	<input checked="" type="checkbox"/>
	c. Tercer Orden		Bueno	<input type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	Malo	<input checked="" type="checkbox"/>
5.1.2 Acuático (U)	a. Marítimo	Describir:						
	b. Lacustre	Describir:						
	c. Fluvial	Describir:						
5.1.3 Aéreo		Describir:						
Observaciones:								
<b>5.2 Comunicación (M)</b>		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I <input type="checkbox"/>		
5.2.1 Telefonía (M)		a. Fija	<input type="checkbox"/>	b. Móvil	<input type="checkbox"/>	c. Satelital	<input type="checkbox"/>	
5.2.2 Conexión a Internet (M)	a. Línea Telefónica	<input type="checkbox"/>	b. Cable	<input type="checkbox"/>	c. Satélite	<input type="checkbox"/>		
	d. Redes inalámbricas	<input type="checkbox"/>	e. LMDS	<input type="checkbox"/>	f. Telefonía Móvil	<input checked="" type="checkbox"/>		
5.2.3 Radio Portátil (U)		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>			
Observaciones:								
<b>5.3 Señalización (M)</b>		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I <input type="checkbox"/>		
a. Señalización de aproximación al sitio	Estado (U)	Bueno	<input type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	Malo	<input checked="" type="checkbox"/>	
b. Señalética en el sitio		Bueno	<input type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	Malo	<input checked="" type="checkbox"/>	
Observaciones:								
<b>5.4. Poblado Urbano Cercano más importante</b>		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I <input type="checkbox"/>		
5.4.1 Nombre del Poblado Urbano más importante:								
a. Distancia del atractivo al Poblado urbano más cercano:		Km	b. Tiempo de viaje al poblado urbano más cercano:		horas/ minutos			
Observaciones:								
<b>5.5. Tipo de Transporte y Frecuencia (M)</b>		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I <input type="checkbox"/>		
5.5.1 Tipo	5.5.2 Frecuencia							
	a. Diaria	b. Semanal	c. Mensual	d. Eventual				
a. Bus	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
b. Busetas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
c. Automóvil	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
d. 4x4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
e. Tren	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
f. Barco	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
g. Lancha / Canoa/ Bote	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
h. Avión	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
i. Avioneta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
j. Helicóptero	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
k. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:						
Observaciones:								
<b>6. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS</b>		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I <input type="checkbox"/>		

<b>6.1 Planta Turística (M)</b>		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
a. Alojamiento	Establecimientos registrados:	Habitaciones:		Plazas:					
b. Alimentos y Bebidas	Establecimientos registrados:	Mesas:		Plazas:					
c. Agencias de viaje/Operadoras	Establecimientos Registrados:								
d. Intermediación	<input type="checkbox"/>	Especifique:							
e. Transporte o movilización interno	Especifique:								
f. Guianza	Especifique:								
g. Otros	Especifique:								
Observaciones:									
<b>6.2 Facilidades en el entorno al atractivo (M)</b>		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
6.2.1 Categoría	6.2.2. Tipo (M)	6.2.3 Cant.	6.2.4 Administrador	6.2.5 Coordenadas		6.2.6 Estado (U)			
				a. Lat.	b. Long.	B	R	M	
a. De apoyo a la gestión turística <input type="checkbox"/>	Punto de Información abierto <input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Punto de información cerrado <input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	I-Tur <input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de interpretación <input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de facilitación turística <input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de recepción - equipamiento de visitantes <input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. De observación y vigilancia <input type="checkbox"/>	Miradores <input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Torres de avistamiento de aves <input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Torres de observación de salvavidas <input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. De recorrido y descanso <input type="checkbox"/>	Senderos <input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Estaciones de sombra y descanso <input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Áreas de Acampar <input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Puentes de acceso a senderos <input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Refugio de alta montaña <input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Muelle <input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. De servicio <input type="checkbox"/>	Área de servicio de alimentación <input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Garitas de guardianía <input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Baterías sanitarias <input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Estacionamientos <input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. Otros	<input type="checkbox"/>	Especifique:							
Observaciones:									
<b>6.3 Complementarios (M)</b>		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
a. Casa de cambio <input type="checkbox"/>	b. Alquiler y venta de equipo especializado <input type="checkbox"/>	c. Venta de Artesanías y merchandising <input type="checkbox"/>							
f. Cajero automático <input type="checkbox"/>	e. Taxis <input type="checkbox"/>	h. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones:									
<b>7. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO</b>		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
<b>7.1 Atractivo (u)</b>		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		

a. Conservado	b. Alterado	c. En proceso de deterioro	d. Deteriorado
Observaciones:			
<b>7.1.1 Factores de deterioro (M)</b>	SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	S/I <input type="checkbox"/>
<b>7.1.1.1 Naturales (M)</b>	<b>7.1.1.2 Antrópicos (M)</b>		
a. Erosión <input type="checkbox"/>	a. Actividades Agrícolas <input type="checkbox"/>	b. Actividades Ganaderas <input type="checkbox"/>	c. Actividades Forestales <input type="checkbox"/>
b. Humedad <input type="checkbox"/>	d. Actividades Extractivas / Minería <input type="checkbox"/>	e. Actividades Industriales <input type="checkbox"/>	f. Negligencia / Abandono <input type="checkbox"/>
c. Desastres Naturales <input type="checkbox"/>	g. Huaquearía <input type="checkbox"/>	h. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/>	i. Condiciones de uso y exposición <input type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna <input type="checkbox"/>	j. Escaso o nulo mantenimiento <input type="checkbox"/>	k. Contaminación del Ambiente <input type="checkbox"/>	l. Generación de residuos <input type="checkbox"/>
e. Clima <input type="checkbox"/>	m. Expansión urbana <input type="checkbox"/>	n. Conflicto Político / Social <input type="checkbox"/>	o. Desarrollo Industrial / <input type="checkbox"/>
Otro <input type="checkbox"/>	Especifique:		
Observaciones:			
<b>7.2 Entorno (500 m) (U)</b>	SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	S/I <input type="checkbox"/>
a. Conservado	b. Alterado	c. En proceso de deterioro	d. Deteriorado
Observaciones:			
<b>7.2.1 Factores de deterioro (M)</b>	SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	S/I <input type="checkbox"/>
<b>7.2.1.1 Naturales (M)</b>	<b>7.2.1.2 Antrópicos (M)</b>		
a. Erosión <input type="checkbox"/>	a. Actividades Agrícolas <input type="checkbox"/>	b. Actividades Ganaderas <input type="checkbox"/>	c. Actividades Forestales <input type="checkbox"/>
b. Humedad <input type="checkbox"/>	d. Actividades Extractivas / <input type="checkbox"/>	e. Actividades Industriales <input type="checkbox"/>	f. Negligencia / Abandono <input type="checkbox"/>
c. Desastres Naturales <input type="checkbox"/>	g. Huaquearía <input type="checkbox"/>	h. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/>	i. Condiciones de uso y exposición <input type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna <input type="checkbox"/>	j. Falta de mantenimiento <input type="checkbox"/>	k. Contaminación del Ambiente <input type="checkbox"/>	l. Generación de residuos <input type="checkbox"/>
e. Clima <input type="checkbox"/>	m. Expansión urbana <input type="checkbox"/>	n. Conflicto Político / Social <input type="checkbox"/>	o. Desarrollo Industrial / <input type="checkbox"/>
Otro <input type="checkbox"/>	Especifique:		
Observaciones:			
<b>7.3 Armonía con el paisaje natural o cultural que lo rodea</b>	SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	S/I <input type="checkbox"/>
a. El atractivo guarda armonía con el entorno (U)	SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	S/I <input type="checkbox"/>
Observaciones:			
<b>7.4. Declaratoria del Atractivo /Espacio/Destino</b>	SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	S/I <input type="checkbox"/>
a. Denominación:	b. Fecha de declaración:	c. Alcance:	
Observaciones:			
<b>7.5 Amenazas Naturales (M)</b>	SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	S/I <input type="checkbox"/>
<b>7.5.1 Geológicas (M)</b>		<b>7.5.2 Meteorológicas (M)</b>	
a. Sismos <input type="checkbox"/>	b. Erupciones volcánicas <input type="checkbox"/>	a. Huracanes <input type="checkbox"/>	b. Deslizamientos <input type="checkbox"/>
c. Movimientos en masa-deslizamientos <input type="checkbox"/>	d. Fallas Geológicas <input type="checkbox"/>	c. Marejadas <input type="checkbox"/>	d. Inundaciones <input type="checkbox"/>
Otro <input type="checkbox"/>	Especifique:		
Observaciones:			
<b>8. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA</b>	SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	S/I <input type="checkbox"/>

<b>8.1 Agua (M)</b>	SI	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Potable <input type="checkbox"/>	b. Pozo <input type="checkbox"/>	c. Tanquero <input type="checkbox"/>			
d. Entubada <input type="checkbox"/>	e. Río, vertiente, acequia o canal <input type="checkbox"/>	f. Lluvia <input type="checkbox"/>			
g. Otro <input type="checkbox"/>	Especifique:				
Observaciones:					
<b>8.2 Energía Eléctrica (M)</b>	SI	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Red de empresa eléctrica de Servicio Público: <input type="checkbox"/>	b. Panel Solar <input type="checkbox"/>	c. Generador de corriente eléctrica <input type="checkbox"/>			
d. Otro <input type="checkbox"/>	Especifique:				
Observaciones:					
<b>8.3 Servicio de Alcantarillado (M)</b>	SI	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Red Pública <input type="checkbox"/>	b. Pozo Ciego <input type="checkbox"/>	c. Pozo Séptico <input type="checkbox"/>	d. Con descarga directa al mar, río o quebrada <input type="checkbox"/>		
e. Letrina <input type="checkbox"/>	f. Otro <input type="checkbox"/>	Especifique:			
Observaciones:					
<b>8.4 Gestión de residuos generados por la actividad turística (M)</b>	SI	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Manejo de desechos (5R) <input type="checkbox"/>	b. Carro Recolector <input type="checkbox"/>	c. Terreno baldío o quebrada <input type="checkbox"/>	d. Quema de basura <input type="checkbox"/>		
e. Basura arrojada al río, acequia o canal <input type="checkbox"/>	f. Basura enterrada <input type="checkbox"/>	g. Otro <input type="checkbox"/>	Especifique:		
Observaciones:					
<b>8.5 Salud (más cercano) (M)</b>	SI	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Hospital o Clínica	b. Puesto / Centro de salud	c. Dispensario Médico	d. Personal Capacitado en primeros auxilios y		
Observaciones:					
<b>8.6 Seguridad (M)</b>	SI	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Privada <input type="checkbox"/>	b. Policía Nacional <input type="checkbox"/>	c. Policía Metropolitana / Municipal <input type="checkbox"/>			
d. Otra <input type="checkbox"/>	Especifique:				
Observaciones:					
<b>9. POLÍTICAS Y REGULACIONES</b>	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I <input type="checkbox"/>
<b>9.1. El atractivo se halla dentro de la planificación turística territorial (GAD'S) (U):</b>	SI	NO	<input type="checkbox"/>	Especifique:	
<b>9.2. Se cumple con la normativa para actividades que se practican en el atractivo (U):</b>	SI	NO	<input type="checkbox"/>	Especifique:	
<b>9.3. Nombre del Administrador:</b>					
<b>9.4. Tipo de Administrador (U)</b>					
a. Público <input type="checkbox"/>	b. Privado <input type="checkbox"/>	c. Comunitario <input type="checkbox"/>	d. Otro <input type="checkbox"/>	Especifique:	
<b>9.5. Contacto</b>					
a. Nombre:	b. Teléfono/Celular:				
c. Correo Electrónico:	d. Página WEB:				
Observaciones:					
<b>10. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U)</b>	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I <input type="checkbox"/>
<b>10.1 ATRACTIVOS NATURALES (M)</b>	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I <input type="checkbox"/>
<b>10.1.1 En el Agua (M)</b>	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I <input type="checkbox"/>
a. Buceo <input type="checkbox"/>	b. Kayak de mar / lacustre <input type="checkbox"/>	c. Kayak de Río <input type="checkbox"/>			

d. Kite Surf	<input type="checkbox"/>	e. Rafting	<input type="checkbox"/>	f. Snorkel	<input type="checkbox"/>
g. Surf	<input type="checkbox"/>	h. Tubing	<input type="checkbox"/>	i. Regata	<input type="checkbox"/>
j. Paseo en Panga / Bote / Lancha	<input type="checkbox"/>	k. Paseo en Moto Acuática / Parasailing / Esquí	<input type="checkbox"/>	l. Banana / Inflables	<input type="checkbox"/>
m. Pesca Deportiva	<input type="checkbox"/>	n. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:	
Observaciones:					
<b>10.1.2 En el Aire (M)</b>		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>
a. Alas Delta	<input type="checkbox"/>	b. Canopy	<input type="checkbox"/>	c. Parapente	<input type="checkbox"/>
d Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:			
Observaciones:					
<b>10.1.3 En Superficie Terrestre (M)</b>		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>
a. Montañismo	<input type="checkbox"/>	b. Escalada	<input type="checkbox"/>	c. Senderismo	<input type="checkbox"/>
d. Cicloturismo	<input type="checkbox"/>	e. Canyoning	<input type="checkbox"/>	f. Exploración de cuevas	<input type="checkbox"/>
g. Actividades Recreativas	<input type="checkbox"/>	h. Cabalgata	<input type="checkbox"/>	i. Caminata	<input type="checkbox"/>
j. Camping	<input type="checkbox"/>	k. Pícnic	<input type="checkbox"/>	l. Observación de flora y fauna	<input type="checkbox"/>
m. Fotografía	<input type="checkbox"/>	n. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:	
Observaciones:					
<b>10.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U)</b>		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>
<b>10.2.1 Tangibles (M)</b>		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>
a. Recorridos Guiados / Autoguiados	<input type="checkbox"/>	b. Exposiciones Temáticas Permanentes, Temporales y	<input type="checkbox"/>	c. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales.	
d. Presentaciones Representaciones en vivo	<input type="checkbox"/>	e. Muestras Audiovisuales	<input type="checkbox"/>	f. Actividades Vivenciales y/o Lúdicas	
g. Fotografía	<input type="checkbox"/>	h. Información del lugar	<input type="checkbox"/>	i. Visita a Talleres	
j. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:			
Observaciones:					
<b>10.2.2 Intangibles (M)</b>		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>
10.2.2.1. Origen:	a. Ancestral	<input type="checkbox"/>	b. Histórico	<input type="checkbox"/>	c. Contemporáneo
10.2.2.2. Simbolismo	<input type="checkbox"/>	10.2.2.3. Fecha de celebración:			
10.2.2.4. Periodicidad:	a. Anual	<input type="checkbox"/>	b. Ocasional	<input type="checkbox"/>	c. Otro
10.2.2.5. Portadores:	a. Individuos	<input type="checkbox"/>	b. Colectivos	<input type="checkbox"/>	c. Instituciones
10.2.2.6. Mantiene Costumbres y tradiciones:	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10.2.2.7. Características Específicas distintivas:					
10.2.2.8. Existe Información al respecto del Evento:	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10.2.2.9. Nivel de Organización:	a. Bueno	<input type="checkbox"/>	b. Regular	<input type="checkbox"/>	c. Malo
Observaciones:					
<b>11. DIFUSIÓN Y MEDIOS DE PROMOCIÓN DEL ATRACTIVO</b>		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>
<b>11.1. Nivel de difusión del atractivo (U)</b>		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>
a. Local	<input type="checkbox"/>	b. Regional	<input type="checkbox"/>	c. Nacional	<input type="checkbox"/>
d. Internacional	<input type="checkbox"/>				
Observaciones:					
<b>11.2. Medios de Promoción del Atractivo (M)</b>		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>
a. Página WEB	<input type="checkbox"/>	URL:			
b. Red Social	<input type="checkbox"/>	Nombre:			
c. Revistas Especializadas	<input type="checkbox"/>	Nombre:			

d. Material POP	<input type="checkbox"/>	Nombre:			
e. Oficina de Información Turística	<input type="checkbox"/>	Nombre:			
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa)	<input type="checkbox"/>	Especifique:			
g. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:			
Observaciones:					
<b>11.3. Asociación con otros Atractivos (mínimo 4)</b>					
		SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>		
		S/I <input type="checkbox"/>			
a. Nombre del atractivo	b. Distancia (km)	c. Tiempo (h/m aprox.)	d. Coordenadas Geográficas		
			1. Latitud (grados decimales)	2. Longitud (grados decimales)	
Observaciones:					
<b>12. TIPO DE VISITANTE Y AFLUENCIA (M)</b>					
		SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	S/I <input type="checkbox"/>	
<b>12.1 Afluencia (M)</b>	<b>12.2 Tipo (U)</b>		<b>12.3 Frecuencia (U)</b>		
a. Local	a. Turista	b. Excursionista	a. Alta	b. Media	c. Baja
b. Nacional	a. Turista	b. Excursionista	a. Alta	b. Media	c. Baja
c. Extranjera	a. Turista	b. Excursionista	a. Alta	b. Media	c. Baja
Observaciones:					
<b>13. RECURSO HUMANO</b>					
		SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	S/I <input type="checkbox"/>	
<b>13.1. Personal especializado en turismo (U):</b>					
		SI <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>	Especifique:	
<b>13.2. Nivel de instrucción (U)</b>					
Primaria	Secundaria	Tercer Nivel	Cuarto Nivel	Otro	Especifique:
<b>13.3 Manejo de Idiomas (M)</b>					
a. Inglés <input type="checkbox"/>	b. Alemán <input type="checkbox"/>	c. Francés <input type="checkbox"/>	d. Italiano <input type="checkbox"/>	e. Chino <input type="checkbox"/>	f. Otro <input type="checkbox"/>
Observaciones:					
<b>14. DESCRIPCION DEL ATRACTIVO</b>					
		SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	S/I <input type="checkbox"/>	
<b>15. ANEXOS</b>					
		SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	S/I <input type="checkbox"/>	
<b>a. Archivo Fotográfico (dos)</b>					

## Modelo de Encuesta

	<b>UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA</b> <b>FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS</b> <b>CARRERA DE GESTIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO</b>	<b>Cuestionario n°:</b>
		<b>Entrevistado por:</b>
<b>El objetivo de este cuestionario es determinar el perfil del visitante que llega a la parroquia Anconcito del cantón Salinas</b>		
<b>ENCUESTA DIRIGIDA A LAS PERSONAS QUE VISITAN LA PARROQUIA ANCONCITO DEL CANTÓN SALINAS</b>		
<p><b>INSTRUCCIONES:</b>          Lea atentamente el cuestionario para responder de acuerdo con su conocimiento y experiencia:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Si tiene alguna duda consulte al encuestador</li> <li>● La información que proporcione es confidencial</li> <li>● Los resultados de la encuesta son solamente para efectuar el trabajo de investigación</li> <li>● Señale la respuesta que considere correcta</li> </ul> <p><b><u>DATOS DEMOGRÁFICOS</u></b></p> <p><b>Género del visitante</b>      Masculino <input type="checkbox"/>                      Femenino <input type="checkbox"/></p> <p><b>Edad (grupo en años)</b>          18 – 25 <input type="checkbox"/>    26 – 35 <input type="checkbox"/>    36 – 45 <input type="checkbox"/>    46 – 55 <input type="checkbox"/>    56 – 65 <input type="checkbox"/>    66 o más <input type="checkbox"/></p> <p><b>Estado Civil:</b>          Soltero <input type="checkbox"/>    Casado <input type="checkbox"/>    Unión Libre <input type="checkbox"/>    Unión de Hecho <input type="checkbox"/>    Divorciado</p> <p><b>Nivel de Estudios:</b>          Primaria <input type="checkbox"/>    Secundaria <input type="checkbox"/>    Tercer Nivel <input type="checkbox"/>    Cuarto Nivel <input type="checkbox"/></p> <p><b>Procedencia:</b>          Nacional <input type="checkbox"/>                      Extranjero <input type="checkbox"/>          Si es ecuatoriano señale el lugar: ( ) _____          Si es extranjero, señale el país: ( ) _____</p> <p><b>1. ¿Con qué frecuencia, visita la Parroquia Anconcito?</b>          Vacaciones <input type="checkbox"/>    Feriados <input type="checkbox"/>    Fin de semana <input type="checkbox"/>    Otro (especifique): _____</p> <p><b>2. ¿Qué le motivó visitar la parroquia Anconcito?</b>          Atractivos naturales <input type="checkbox"/>    Gastronomía <input type="checkbox"/>    Festividades de la localidad <input type="checkbox"/>    Otro (especifique): _____</p> <p><b>3. La modalidad de su viaje la realiza:</b>          Solo <input type="checkbox"/>    pareja <input type="checkbox"/>    familia <input type="checkbox"/>    Amigos <input type="checkbox"/>    Paquete turístico <input type="checkbox"/>    Tours <input type="checkbox"/>    Otro (especifique): _____</p> <p><b><u>ANÁLISIS DE INFORMACIÓN</u></b></p> <p><b>4. ¿Por qué medio realizó la planificación de su viaje?</b>          Operadora Turística <input type="checkbox"/>    Agencia de viaje <input type="checkbox"/>    Independiente <input type="checkbox"/>    Otro (especifique): _____</p> <p><b>5. La información del destino la obtuvo de:</b>          Amigos y familiares ____    Internet ____    Prensa escrita ____    Televisión ____    Otros (especifique) ____</p>		

**6. ¿Qué red social utiliza con mayor frecuencia?**

Facebook\_\_\_ Instagram\_\_\_ Tik Tok\_\_\_ Twitter\_\_\_

**7. Según la red social seleccionada ¿ha visto algún tipo de publicidad de Anconcito?**

SI\_\_\_ NO\_\_\_

**OFERTA TURÍSTICA**

**8. ¿Qué actividades turísticas realiza en Anconcito:**

Sol y playa \_\_\_ Deportes acuáticos \_\_\_ Pesca deportiva \_\_\_ Visita atractivos turísticos \_\_\_ Otros (especifique) \_\_\_

**9. ¿Cuánto es el valor de gasto diario que realiza en Anconcito?**

Menos de \$50  \$51 – \$60  \$61 - \$100  \$101-\$150  \$151 - \$200  más de \$201

**10. ¿Según su experiencia en la parroquia Anconcito que otra actividad le gustaría que oferte el destino?**

Artesanías  Senderismo  Visitas guiadas a caballo  Actividades culturales   
Pesca Vivencial  Recorridos por las fábricas de pescado  Paseos interpretativos

**11. Si se llegara a implementar el servicio de alojamiento ¿qué tipo de establecimiento preferiría para hospedarse?**

Hotel  Hostal  Alojamiento comunitario  Hostería  Otro (especifique): \_\_\_\_\_

**12. Según su criterio califique los siguientes parámetros; siendo: 1) Malo, 2) Regular, 3) Bueno, 4) Muy Bueno, y, 5) Excelente.**

Preguntas	5	4	3	2	1
<b>De su visita a Anconcito evalúe los siguientes ítems</b>					
1) Servicio y atención al cliente (incluye información)					
2) Conectividad (servicio telefónico, wifi, internet, señal de telecomunicación)					
3) Precios de los productos y servicios					
4) Salud y seguridad					
5) Infraestructura (accesibilidad, señalización, transporte público, aeropuerto, etc.)					
6) Equipamiento turístico (alojamiento, restaurantes, bares y discotecas, muelles, miradores, malecón, estacionamientos, etc.)					
7) Imagen (higiene, limpieza, entorno, hospitalidad, ruido, etc.)					

Gracias por su Colaboración

## Evidencia Fotográfica

### Figura 30

*Encuesta a visitantes en Anconcito*



*Elaborado por: Delgado, E (2023).*

### Figura 31

*Encuesta a visitantes en Playa Punta de los Acantilados*



*Elaborado por: Delgado, E (2023).*

**Figura 32**

*Faro del Barrio Paraíso*



*Elaborado por: Delgado, E (2023).*

**Figura 33**

*Mirador Anconcito*



*Elaborado por: Delgado, E (2023).*

**Figura 34**

*Playa Punta de los Acantilados*



*Elaborado por: Delgado, E (2023)*

**Figura 35**

*Iglesia San Miguel de Arcángel*



*Elaborado por: Delgado, E (2023)*