



**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO
CARRERA DE HOTELERÍA Y TURISMO**

**“DISEÑO DE UN PRODUCTO HISTÓRICO, CULTURAL,
ARQUITECTÓNICO E INDUSTRIAL PARA LA
CABECERA PARROQUIAL SAN JOSÉ DE ANCÓN,
CANTÓN SANTA ELENA, PROVINCIA
DE SANTA ELENA”**

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previa a la obtención del Título de:

LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE TURISMO

AUTORA: MÓNICA ELIZABETH PIGUAVE BALLADARES

TUTORA: LCD.ERICK LOPEZ REYES, MSc.

LA LIBERTAD – ECUADOR

2014

**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO
CARRERA DE HOTELERÍA Y TURISMO**

**“DISEÑO DE UN PRODUCTO HISTÓRICO, CULTURAL,
ARQUITECTÓNICO E INDUSTRIAL PARA LA
CABECERA PARROQUIAL SAN JOSÉ DE ANCÓN,
CANTÓN SANTA ELENA, PROVINCIA
DE SANTA ELENA”**

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previa a la obtención del Título de:

LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE TURISMO

AUTORA: MÓNICA ELIZABETH PIGUAVE BALLADARES

TUTORA: LCD.ERICK LOPEZ REYES, MSc.

LA LIBERTAD – ECUADOR

2014

La Libertad, 27 de Diciembre del 2013

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del trabajo de tesis de grado, “DISEÑO DE UN PRODUCTO HISTÓRICO, CULTURAL E INDUSTRIAL PARA LA CABECERA PARROQUIAL SAN JOSÉ DE ANCÓN, CANTÓN SANTA ELENA, PROVINCIA DE SANTA ELENA” elaborado por la Sra. Mónica Elizabeth Piguave Balladares, egresada de la Escuela de Hotelería y Turismo, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Península de Santa Elena, previo a la obtención del Título de Licenciada en Administración Turística, me permito declarar que luego de haber orientado, estudiado y revisado, la Apruebo en todas sus partes.

Atentamente

.....
Lcdo. ERICK LÓPEZ REYES, MSC.
TUTOR

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación, se lo dedico de manera muy especial a mis padres y mi esposo, por haber obtenido el apoyo constante para terminar esta labor con éxito. Ya que gracias a sus esfuerzos y carisma siempre pude contar con ellos en los momentos más críticos de este trabajo.

Mónica Piguave

AGRADECIMIENTO

Primero quiero agradecerle a Dios por haberme dado la perspicacia y la vida para realizar mis metas.

Al profesor Erick López por haberme dirigido en este trabajo de investigación.

A las entidades gubernamentales de la Cabecera Parroquia San José de Ancón por haberme proporcionado la información requerida para el desarrollo de la tesis.

Mónica Piguave

TRIBUNAL DE GRADO

Ing. Mercedes Freire Rendón, MSc.
DECANA DE LA FACULTAD
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

Lcdo. Efrén Mendoza Tarabó, MSc.
DIRECTOR DE LA CARRERA
HOTELERÍA Y TURISMO

Lcdo. Erick López Reyes, MSc.
PROFESOR-TUTOR

Lcdo. Enrique Palma Chenche, MSc.
PROFESOR DE ÁREA

Ab. Joe Espinoza Ayala
SECRETARIO GENERAL

UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO
CARRERA DE HOTELERÍA Y TURISMO

“DISEÑO DE UN PRODUCTO HISTÓRICO, CULTURAL, ARQUITECTÓNICO E INDUSTRIAL PARA LA CABECERA PARROQUIAL SAN JOSÉ DE ANCÓN, CANTÓN SANTA ELENA, PROVINCIA DE SANTA ELENA”

Autora: Mónica Piguave Balladares.

Tutor: Lcdo. Erick López Reyes, MSc.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación fue realizado en la Cabecera Parroquial Ancón, perteneciente al Cantón Santa Elena. Con este estudio se pretende “Diseñar un producto turístico histórico, cultural, arquitectónico e industrial que satisfaga las necesidades del turista, mediante la potenciación del turismo en la comunidad que contribuya a la explotación de los atractivos patrimoniales existentes en Ancón.” para esto se identificó los recursos que posee el lugar mediante la participación de los moradores y autoridades locales quienes estuvieron prestos a dar la información necesaria, además se determinaron medidas idóneas que fueron tomadas como líneas de acción para la respectiva promoción. Para la realización del marco teórico se consultó a varios autores, que mediante su criterio ayudaron a validar la variable dependiente e independiente. Posteriormente se efectuó el Modelo metodológico propuesto para el Diseño de un producto turístico de corte histórico, cultural, arquitectónico, temático y el inventario de atractivos, junto a la jerarquía de cada uno de ellos, con el objetivo de definir los espacios turísticos en donde se ejecutarán las actividades que fueron determinadas con la aplicación de encuestas, y entrevistas. Con todos estos puntos desarrollados finalmente se realiza el diseño del producto primero estableciendo la misión, visión, objetivos y políticas, luego aplicando herramientas de turistificación, el plan de implantación valorado, fuentes de financiación, sistema propuesto para la gestión y la operación de la propuesta la misma que será dirigida para la comunidad de Ancón, ya que ayudará a mejorar su vida social y el de toda la provincia de Santa Elena.

ÍNDICE GENERAL

APROBACIÓN DEL TUTOR	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
TRIBUNAL DE GRADO	v
RESUMEN.....	vi
ÍNDICE GENERAL.....	vii
ÍNDICE DE CUADROS	xi
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xii
ÍNDICE DE TABLAS.....	xiii
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xvi
ÍNDICE DE ANEXOS	xviii
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I.....	3
MARCO TEÓRICO	3
ANCÓN Y SUS POSIBILIDADES PARA EL TURISMO CULTURAL, HISTÓRICO, ARQUITECTÓNICO E INDUSTRIAL.	3
1.1. LOCALIZACIÓN, ASPECTOS GEOGRÁFICOS Y AMBIENTALES DE ANCÓN.	3
1.2. ANTECEDENTES HISTÓRICOS DE SAN JOSÉ DE ANCÓN.....	7
1.3. ASPECTOS DEMOGRÁFICOS Y SOCIO-ECONÓMICOS.....	9
1.3.1. POBLACIÓN Y VIVIENDA.....	10
1.3.2. EDUCACIÓN.....	13
1.3.3. SALUBRIDAD Y SALUD	15
1.3.4. ACCESIBILIDAD Y VÍAS DE COMUNICACIÓN.....	15
1.3.5. VIABILIDAD INTERNA.....	16
1.3.6. SERVICIOS BÁSICOS.....	17
1.4. FIESTAS RELIGIOSAS.	18
1.5. INDUSTRIA, PRODUCCIÓN, COMERCIO Y ECONOMÍA.....	18
1.5.2. RESTAURANTES, COMEDORES, Y CAFÉS.....	19
1.5.3. HELADERÍAS, FERRETERÍAS Y LAVANDERÍAS.....	19

1.6. EL TURISMO COMO PERSPECTIVA DE DESARROLLO Y ACTIVIDAD SOCIO-ECONÓMICA SUSTENTABLE EN ANCÓN.	20
1.6.1. ALGUNAS CONSIDERACIONES BÁSICAS SOBRE EL TURISMO COMO ACTIVIDAD, PROCESO, SISTEMA Y FENÓMENO.	21
1.7. EL TURISMO EN ANCÓN: ANTECEDENTES.	24
1.7.1. ATRACTIVOS DE ANCÓN.	24
1.8. PROPUESTA E INICIATIVAS PARA DESARROLLAR EL TURISMO EN ANCÓN.	26
1.9. LO CULTURAL, HISTÓRICO, ARQUITECTÓNICO E INDUSTRIAL COMO ATRACTIVOS BASE EN LA DEFINICIÓN DE UN PRODUCTO TURÍSTICO ESPECÍFICO PARA ANCÓN.	27
1.10. EL PRODUCTO TURÍSTICO.	30
1.10.1. TIPOS DE PRODUCTOS TURÍSTICOS.	31
1.10.2. ELEMENTOS ESTRUCTURALES DEL PRODUCTO TURÍSTICO	33
1.11. LAS HERRAMIENTAS METODOLÓGICAS DE TURISTIFICACIÓN	34
1.11.1. PROCESOS Y FASES DE DEFINICIÓN Y CONFORMACIÓN.	35
1.12. EL TURISMO CULTURAL	37
1.13. EL TURISMO HISTÓRICO	38
1.14. EL TURISMO ARQUITECTÓNICO	39
1.14.1. EL TURISMO INDUSTRIAL	40
1.15. MODELO METODOLÓGICO PROPUESTO PARA EL DISEÑO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO DE CORTE HISTÓRICO, CULTURAL, ARQUITECTÓNICO E INDUSTRIAL PARA LA CABECERA PARROQUIAL ANCÓN.	42
1.16. MÉTODOS ESPECÍFICOS Y PARTICULARES	43
1.16.1. LA TURISTIFICACIÓN.	43
CAPÍTULO II	45
DEFINICIÓN Y DISEÑO DE UN PRODUCTO HISTÓRICO, CULTURAL, ARQUITECTÓNICO E INDUSTRIAL: METODOLOGÍA	45
1.17. 2.1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL.	45
1.18. INVENTARIOS TURÍSTICOS.	45
1.18.1. JERARQUIZACIÓN.	46
1.18.2. CARACTERIZACIÓN DE LA PLANTA E INFRAESTRUCTURA COMPLEMENTARIA	47
1.18.3. LÍNEAS ESTRATÉGICAS PARA LA ELABORACIÓN DE LAS LÍNEAS DE ACCIÓN	47
1.19. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS; APLICACIÓN DE LAS HERRAMIENTAS DE TURISTIFICACIÓN.	48

1.19.1.	VALIDACIÓN DE LA METODOLOGÍA APLICADA.....	50
1.19.2.	LA ENCUESTA PILOTO DIRIGIDA A LOS TURISTAS.....	50
1.19.3.	LA ENCUESTA DIRIGIDA A LOS MORADORES LOCALES.	51
1.20.	POBLACIÓN Y MUESTRA.....	51
1.20.1.	POBLACIÓN.	51
1.20.2.	MUESTRA.....	52
1.21.	PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS.....	54
1.21.1.	ENCUESTAS A TURISTAS.	54
1.22.	ENCUESTAS A MORADORES.....	69
1.22.1.	ENTREVISTAS A SERVIDORES TURÍSTICOS.....	83
1.22.2.	ENTREVISTA A AUTORIDADES.....	88
1.23.	INTEGRACIÓN Y ANÁLISIS FINAL DE LOS DATOS RECUPERADOS DE CAMPO	91
1.24.	PRUEBA DE HIPÓTESIS.....	96
1.24.1.	HIPÓTESIS.....	96
1.24.2.	COMPROBACIÓN DE LA HIPÓTESIS.....	97
CAPÍTULO III.....		101
DISEÑO DEL PRODUCTO HISTÓRICO, CULTURAL, ARQUITECTÓNICO E INDUSTRIAL PARA LA CABECERA PARROQUIAL DE SAN JOSÉ DE ANCÓN.		101
1.25.	PRESENTACIÓN.....	101
1.26.	PRINCIPIOS RECTORES.....	102
1.26.1.	VISIÓN.....	102
1.26.2.	MISIÓN.....	102
1.26.3.	PRINCIPIOS.....	102
1.26.4.	POLÍTICAS.....	103
1.27.	OBJETIVOS.....	104
1.27.1.	OBJETIVO GENERAL.....	104
1.27.2.	OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	104
1.28.	JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA DE LA PROPUESTA.....	104
1.29.	ATRATIVOS PRINCIPALES PERTENECIENTES A LA CABECERA PARROQUIAL ANCÓN.....	105
1.30.	DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO.....	112
1.31.	INVENTARIO DE LOS ATRATIVOS TURÍSTICOS DE LA CABECERA PARROQUIAL ANCÓN.....	117
1.32.	CRITERIOS DE AGRUPAMIENTO (CLUSTERING).....	126
1.32.1.	CLÚSTER CULTURAL: FIESTAS POPULARES DE LA CABECERA PARROQUIAL ANCÓN.....	126
1.32.2.	CLÚSTER POR MARCO GEOGRÁFICO (RUTA).....	127
1.32.3.	CLÚSTER POR SERVICIO.....	127

1.32.4. CLÚSTER ARQUITECTÓNICO.....	129
1.33. ATRACTIVOS QUE TIENEN IMPORTANCIA HISTÓRICA POR LA INFRAESTRUCTURA QUE POSEEN:	129
1.34. T.O.S. (RANGO DE OPORTUNIDAD TURÍSTICA)	130
1.35. T.A.I. (ÍNDICE DE ATRACCIÓN TURÍSTICA)	132
1.36. T.A.S. (ESPACIO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA)	133
1.37. PLAN DE IMPLEMENTACIÓN, VALORADO Y FUENTE DE FINANCIACIÓN. ...	136
1.37.1. POTENCIACIÓN Y DESARROLLO DE PRODUCTO TURÍSTICO.....	136
1.37.2. CAPACITACIÓN PARA MORADORES Y SERVIDORES TURÍSTICOS.	144
1.37.3. DESARROLLO, LANZAMIENTO Y PROMOCIÓN DE NUEVOS PRODUCTOS	151
1.37.4. ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN.	159
1.38. SISTEMA PROPUESTO PARA LA GESTIÓN Y OPERACIÓN DE LA PROPUESTA. 164	
1.39. CONTROL Y SEGUIMIENTO DE LAS ESTRATEGIAS	167
1.40. PRESUPUESTO DE POTENCIACIÓN Y DESARROLLO DE PRODUCTO TURÍSTICO 171	
1.41. PRESUPUESTO PARA LAS DIFERENTES CAPACITACIONES	173
1.42. CAPACITACIÓN PARA LOS POBLADORES Y SERVIDORES TURÍSTICOS	174
1.43. PRESUPUESTO DEL SEGUIMIENTO Y CONTROL DE LAS ESTRATEGIAS.....	175
1.44. EXPECTATIVAS DEL PRODUCTO	176
CONCLUSIONES.....	178
RECOMENDACIONES.....	179
BIBLIOGRAFÍA.....	180

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO 1: Población, Tasa de Crecimiento	10
CUADRO 2: Tipos de Viviendas	11
CUADRO 3: Material de las paredes exteriores de las viviendas	11
CUADRO 4: Estado de las paredes exteriores	12
CUADRO 5: Materiales de piso	12
CUADRO 6: Instalaciones y/o ducha	12
CUADRO 7: Centro Educativos de la Cabecera Parroquial Ancón	13
CUADRO 8: Universo Poblacional	52
CUADRO 9: Resultados de la Muestra a Aplicar	54
CUADRO 10: Hospederías Comunitarias	84
CUADRO 11: Establecimientos Servicios Turísticos	85
CUADRO 12: Nombres y ocupaciones de las autoridades entrevistadas	88
CUADRO 13: Proceso de cálculo Chi 2	98
CUADRO 14: Segundo proceso del Chi Cuadrado	98
CUADRO 15: Análisis FODA	114
CUADRO 16: Análisis estratégico FODA	115
CUADRO 17: Análisis de descuento de los paquetes turísticos considerando un máximo de 20 pax.	164

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 1: Localización geográfica del recorrido de la imagen de San José de Ancón y juegos populares.....	126
FIGURA 2: Localización geográfica de los atractivos turísticos secundarios	127
FIGURA 3: Localización Geográfica de los servicios complementarios de Ancón.....	128
FIGURA 4: Localización Geográfica de los atractivos arquitectónicos	129
FIGURA 5: Localización geográfica de los atractivos principales de la Cabecera Parroquial San José de Ancón.....	133
FIGURA 6: Ubicación de la parroquia Ancón.....	216
FIGURA 7 Plano de Ancón en el tiempo de la concesión de ANGLO ECUADORIAN OIL FIELDS LTD.	217
FIGURA 8 Campamento Ancón (foto entre 1910 y 1920)	218
FIGURA 9 Principales Atractivos de la Cabecera Parroquial Ancón	219
FIGURA 10 Viviendas en Zonas de Difícil Accesibilidad	223
FIGURA 11: Vía Principal de Acceso a la Ciudad	223
FIGURA 12: Vista lateral del comedor inglés.....	224
FIGURA 13: Vista frontal del cuadro del campamento minero	224
FIGURA 14: Vista interna del Hotel Anglo.....	225
FIGURA 15: Vista frontal de la cocina que usaban los ingleses para la preparación de los alimentos.....	225
FIGURA 16: Vista frontal del hospital del I.E.S.S	226
FIGURA 17: Vista lateral de la garita principal en la época de los ingleses	226

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1: Género y Edad de los turistas encuestados	200
TABLA 2: Turistas Nacionales y Extranjeros	200
TABLA 3: Procedencia y género de los turistas	200
TABLA 4: Edad y nivel de estudio de los turistas	201
TABLA 5: Lugares turísticos más visitados	201
TABLA 6: Edad y motivo de visita de los turistas	201
TABLA 7: Edad y época del Año que viajan los turistas	202
TABLA 8: Nacionalidad y tiempo de estadía de los turistas	202
TABLA 9: Conocimiento sobre la Parroquia de San José de Ancón	202
TABLA 10: Aceptación de los turistas hacia la Parroquia	202
TABLA 11: Desarrollo del turismo histórico cultural, arquitectónico e industrial en Ancón	203
TABLA 12: Discernimiento sobre la historia de Ancón	203
TABLA 13: Importancia de la cultura autóctona del lugar	203
TABLA 14: Producto para la promoción y admiración de los visitantes	203
TABLA 15: Edad y Género de los moradores encuestados	204
TABLA 16: Moradores de acuerdo al nivel de estudio y género de los encuestados	204
TABLA 17: Tiempo de visita, nacionalidad según la opinión de los encuestados	204
TABLA 18: Motivo de Visitas Según la opinión de los Moradores	205
TABLA 19: Tipo de Viaje y sexo de los encuestados	205
TABLA 20: Lugares más frecuentados por los turistas según los moradores	205
TABLA 21: Noción de los moradores, en cuanto los turistas conocen Ancón	206
TABLA 22: Plan de Desarrollo turístico para Ancón	206
TABLA 23: Conocimiento de la historia de la Parroquia de Ancón	206
TABLA 24: Importancia de la cultura autóctona del lugar	206

TABLA 25:El estado de la arquitectura perteneciente a Ancón	206
TABLA 26:Producto turístico como atractivo llamativo para los visitantes	206
TABLA 27:Reconocimiento de los atractivos turísticos.....	207
TABLA 29:Nivel de estudio de los servidores turísticos.....	208
TABLA 30:Tiempo a cargo del establecimiento	208
TABLA 31:Lugares más visitados.....	208
TABLA 32:Tipo de viaje	208
TABLA 33:Motivaciones de visita.....	209
TABLA 34:Época del año en la que los turistas visitan la provincia	209
TABLA 35:Tiempo de estadía de los turistas.....	209
TABLA 36:Apreciación de la historia de Ancón.....	209
TABLA 37:Plan de desarrollo turístico	209
TABLA 38:Promoción de la arquitectura inglesa	210
TABLA 39:Apreciación de la arquitectura inglesa	210
TABLA 40:Evaluación de la propuesta	210
TABLA 41:Alternativas de plan de desarrollo.....	210
TABLA 42:Nivel de estudio de las autoridades entrevistadas.....	211
TABLA 43:Tiempo de cargo en la institución.....	211
TABLA 44:Lugares visitados por los turistas según las autoridades entrevistadas	211
TABLA 45:Tipo de viaje que realizan los turistas.....	211
TABLA 46:Motivo de viaje	212
TABLA 47:Época del año en que la provincia es visitada por los turistas..	212
TABLA 48:Cuál es el tiempo de estadía del turista en el lugar que visita..	212
TABLA 49:Conocimiento sobre la historia de la Cabecera Parroquial de San José de Ancón.....	212
TABLA 50:Plan de desarrollo del turismo étnico, cultural e industrial de la Cabecera Parroquial de San José de Ancón.....	213
TABLA 51:Promoción de la arquitectura inglesa que posee la Cabecera parroquial de San José de Ancón	213

TABLA 52:Considera usted que aquella estructura inglesa existente en la Parroquia San José de Ancón podría ser un atractivo llamativo para el visitante	213
TABLA 53:Arquitectura Inglesa que se puede apreciar de manera clara en la Cabecera parroquial	213
TABLA 54:Opinión de las autoridades sobre la propuesta de tesis.....	214

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1: Género y Edad de los Turistas encuestados	55
GRÁFICO 2: Origen y muestra general de los turistas con quienes viajan...56	56
GRÁFICO 3: Procedencia y Género de los turistas	57
GRÁFICO 4: Edad y Nivel de estudio de los turistas.....58	58
GRÁFICO 5: Lugares turísticos más visitados	59
GRÁFICO 6: Edad y motivo de visita de los turistas encuestados	60
GRÁFICO 7: Edad y época del año que viajan los turistas.....61	61
GRÁFICO 8: Nacionalidad y Tiempo de Estadía.....62	62
GRÁFICO 9: Reconocimiento de la Cabecera Parroquial Ancón	63
GRÁFICO 10: Aceptación de los turistas hacia la Cabecera parroquial Ancón.....	64
GRÁFICO 11: Desarrollo del Turismo histórico, cultural, étnico, arquitectónico e industrial en Ancón.....	65
GRÁFICO 12: Discernimiento sobre la Historia de Ancón.....66	66
GRÁFICO 13: Importancia de la cultura autóctona del lugar	67
GRÁFICO 14: Ancón como producto patrimonial y promoción turística....68	68
GRÁFICO 15: Edad y Sexo de los moradores encuestados.....69	69
GRÁFICO 16: Nivel de Estudio y género de los encuestadores	70
GRÁFICO 17: Tiempo de visita, nacionalidad según opinión de los encuestados	71
GRÁFICO 18: Motivo de visita y Edad de los moradores.....72	72
GRÁFICO 19: Tipo de Viaje y Sexo de los Moradores.....73	73
GRÁFICO 20: Lugares más frecuentados por los turistas según los moradores	74
GRÁFICO 21: Conocimientos de los moradores, en cuanto los turistas conocen Ancón.....	75
GRÁFICO 22: Implementación del Turismo Histórico, étnico, cultural, arquitectónico e industrial en Ancón.....	76
GRÁFICO 23: Conocimiento de los moradores sobre la historia de Ancón..77	77

GRÁFICO 24: Importancia de la cultura Autóctona según la opinión de los moradores	78
GRÁFICO 25: Opinión de los moradores en cuanto al estado de la arquitectura Inglesa de Ancón.....	79
GRÁFICO 26: Producto turístico llamativo para la visita de turistas	80
GRÁFICO 27: Reconocimientos de los Atractivos Turísticos por parte de los moradores	81
GRÁFICO 28: Opinión de los moradores en cuanto a los servicios carentes de Ancón.....	82

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO 1: Diseño del tríptico para la promoción de la Parroquia San José de Ancón.....	184
ANEXO 2: Video Promocional para la Cabecera Parroquial Ancón	185
ANEXO 3: Valla Publicitaria para Ancón	185
ANEXO 4: Página Web de la Cabecera Parroquial Ancón	186
ANEXO 5: Análisis de los atractivos Turísticos.....	187
ANEXO 6: FICHA PARA LA CARACTERIZACIÓN TURÍSTICA DE LA COMUNIDAD	188
ANEXO 7: Formato de las Encuesta para Moradores	194
ANEXO 8: Formato de las Encuestas para Turistas	197
ANEXO 9: Formato de Entrevista a las Autoridades	199
ANEXO 10: Tabla De Análisis de Encuestas a Turistas, visitantes y entrevistas a autoridades y servidores turísticos.....	200

INTRODUCCIÓN

La actividad turística es importante para el desarrollo de un sitio en el ámbito turístico, por lo tanto debe contar con los recursos y atractivos, ya sean estos naturales o culturales. La provincia de Santa Elena es uno de los sitios que puede brindar un sin número de atractivos naturales (fauna, flora, playas, ríos, gastronomía, y paisajes) y también recursos culturales (iglesias, arquitecturas, museos, festividades, mitos, leyendas) la unión de ambas crean una asociación entre cultura y turismo. Durante muchos años en el sitio se han formado importantes grupos culturales, además se puede observar la presencia de sitios con arquitecturas de gran interés histórico y especies faunísticas, el enlace de todos estos elementos conciben la actividad turística del lugar.

Es por tal motivo en la presente propuesta de investigación **“DISEÑO DE UN PRODUCTO HISTÓRICO, CULTURAL, ARQUITECTÓNICO E INDUSTRIAL PARA LA CABECERA PARROQUIAL SAN JOSÉ DE ANCÓN, CANTÓN SANTA ELENA, PROVINCIA DE SANTA ELENA”**, surge el propósito de dar a conocer las diferentes actividades turísticas que se pueden realizar en el lugar, ya que cuenta con el potencial turístico suficiente para efectuar acciones, en donde exista la participación de los pobladores de manera conjunta con las autoridades.

Además este trabajo plantea el diseño de un producto turístico aplicando las herramientas metodológicas de turistificación y lineamientos estratégicos para que se pueda brindar de una manera clara la información que se suministre en cuanto a los estudios que se efectúen en la zona. El desarrollo de la presente tesis consta de tres capítulos.

El capítulo I detalla un marco teórico que se encuentra respaldado por opiniones de autores, en cuanto al tema de cómo se ejecutan estos productos acoplándolos a la unión entre turismo y patrimonio del lugar en todo a lo que se

refiere a cultura, historia y arquitectura, definición de la tipología de turismo, situación actual del lugar y la metodología que se aplica para el diseño de nuevos productos, de esta manera se obtiene la idea clara de cómo realizar esta actividad turística lo cual ha generado una gran acogida en otros sitios.

Dentro del **Capítulo II**, se muestra las encuestas a los turistas y moradores donde se recogen las opiniones y sugerencias de lo que se está preguntando, también se realizan entrevistas a las autoridades de GAD parroquial del lugar al igual que mandos del Cantón Santa Elena que se encuentra muy bien informados del sitio. Todos ellos ven de forma positiva que se implemente este proyecto ya que esto brindará nuevos ingresos para la comunidad.

Finalmente el **Capítulo III** aquí se expone la propuesta en cuanto al diseño de un producto turístico en Ancón en donde se indican sus componentes principales y secundarios, considerando las líneas de estrategias, el seguimiento, control y financiamiento de la misma.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

ANCÓN Y SUS POSIBILIDADES PARA EL TURISMO CULTURAL, HISTÓRICO, ARQUITECTÓNICO E INDUSTRIAL.

1.1. Localización, Aspectos Geográficos y Ambientales de Ancón.

La parroquia de San José de Ancón se encuentra en la zona Sur del cantón de Santa Elena, con una extensión de 78 km², situada a 171.6 m. sobre el nivel del mar comprendida ente las coordenadas geográficas 2°19'30.61" de latitud y a 80°51' 18.01" de longitud(Figura N° 6).

Sus límites son:

Norte: Parroquia Santa Elena, Cantón Santa Elena

Sur: Océano Pacífico

Este: Parroquia Atahualpa

Oeste: Parroquia Anconcito y Parroquia José Luis Tamayo del Cantón Salinas

La Parroquia San José de Ancón está conformada por dos comunas que son el Tambo y Prosperidad que se rigen bajo la dirección de las entidades gubernamentales de este lugar.

Dista a 140 Km. de la ciudad de Guayaquil y a 540 Km. Sur-Oeste de la ciudad de Quito, y a 12 Km de la cabecera cantonal de Santa Elena. Son sus recintos: El Tambo, Prosperidad, Francisco de Orellana (Country Club) y San Joaquín, siendo

su nombre completo San José de Ancón, término, que según el diccionario de la Academia de la Lengua Española se refiere a una ensenada pequeña donde se pueden fondear las embarcaciones. También se puede mencionar que existieron viviendas que se encontraban distribuidas por secciones como se lo indica a continuación:(figura N°7)

Sección A que antiguamente solo estaba habitada por los ingleses y que actualmente se puede encontrar algunas estructuras con el estilo inglés:

- Barrio Unión
- Barrio Inglés

Sección B antiguamente habitada por los jefes de campo, jefe general, enfermeras, y maestros de ese entonces la empresa Anglo, pero hoy en día solo se pueden apreciar pocas construcciones y diferentes personas que migraron a este sitio, los barrios son:

- Barrio Bellavista
- Barrio Alfaro
- Barrio Riobamba
- Barrio Ambato
- Barrio Latacunga
- Barrio Velasco Ibarra
- Barrio Central

En cuanto a **la Sección C** ahí habitaban los trabajadores, jornaleros, obreros de la antigua Anglo y Policías, pero en la actualidad en alguno de estos lugares se logra visualizar los canchones algunos de ellos habitados por los descendientes; entre los barrios constan:

- Barrio Guayaquil # 1
- Barrio Guayaquil # 2

- Barrio Siberia
- Barrio 9 de Octubre
- Barrio Nuevo
- Barrio Otavalo
- Barrio Manabí
- Barrio Oro Negro
- Barrio Brisa del Mar
- Barrio Tiwinza
- Barrio Brisas de Ancón

El clima que posee Ancón es muy agradable durante todo el año, ya que esto se da gracias al aporte de la corriente de Humboldt, además cuenta con dos estaciones que son el invierno desde el mes de Diciembre a Mayo con una temperatura que fluctúa entre los 24 a 32 grados centígrados, en cuanto a los meses de Junio a Noviembre considerada como verano se sitúa entre los 16 a 24 grados centígrados.

La Cabecera parroquial San José de Ancón cuenta con elevaciones que se establecen desde 10 y 70 metros, de acuerdo con la topografía irregular que trata sobre el nivel del mar, ya que sus puntos más elevados están al noroeste en unión con el perfil costanero, por esta razón es considerada como una zona segura para evacuaciones ante una alerta de tsunami o inundaciones por las lluvias.

Cuenta con la presencia de riesgo antrópicos, lo cual se da por la presencia de los pozos petroleros, tuberías de gas natural, grandes depósitos de crudo, presencia de oleoductos cruzando por zonas residenciales y de actividades urbanas. La parroquia se encuentra en la Cuenca baja del Río Salado.

La escorrentía se concentra en estrechas zonas de recarga. La salinización, por la evaporación, es una consecuencia inmediata en el agua subterránea. Por esta razón el contenido salino es mayor hacia aguas abajo, lo cual se refleja en la vegetación que es más tolerante a la salinidad en la parte inferior en la cuenca hidrográfica.

Se consideran como zona hidrogeológica al interior el área del tablazo y en el filo costero la región denominada área costera, esencialmente arenosa, y los suelos son permeables. Sin embargo, la mayoría del lugar está en una zona de escasa precipitación. Naturalmente el desarrollo de los bosques se ha dado de acuerdo a la ubicación geográfica, por lo cual las unidades florísticas de este sitio han sido englobadas bajo el término común bosque seco, por lo que se puede visualizar y sentir un ambiente árido costanero, donde se puede apreciar la vegetación representativa que son los algarrobos y muyuyos.

En cuanto a la fauna del lugar es posible encontrar:

Reptiles: Según Dawkins, R. (2008, pág. 45) los reptiles son “**animales que se arrastran sobre la tierra**”, considerando esta definición en la zona hay especies como lagartijas y la iguana común, estos rastros se incrementaron gracias al patrón del fenómeno de El Niño y por la regulación de las temperatura corporales de estos animales.

Aves: Como se expresó en uno de los párrafos anteriores San José de Ancón cuenta con un bosque seco. Según el equipo técnico de la Fundación Santiago de Guayaquil y el GAD parroquial que realizaron estudios sobre aves existentes en este lugar mencionaron que “se han registrado 82 especies, donde la avifauna de estos ambientes abiertos está formada principalmente por Paseriformes y dentro de estos los grupos más importantes son Tyrannidae y Emberizidae. Las familias Columbidae, Accipitridae y Falconidae también están bien representadas. Además, existen especies endémicas regionales, es decir; compartidas por Ecuador con alguno de los países vecinos, entre las cuales se menciona a: Myrmia Micrura, Amazilia Amazilia, Caprimul Gusanthonyi, Mimuslon Gicaudatus, Synallaxis Stictothox, Sakesphor Usbernardi y Thryothorus Superciliaris. Adicionalmente, el 15% de las especies encontradas en el Matorral Seco de Tierras Bajas de la Costa son especialistas en este ecosistema y a pesar de esto es

posible encontrarlas en ambientes disturbados como ocurre con: *Burhinus Superciliaris*, *Muscigralla Brevicauda*, *Synallaxis Stictothorax* y *Caprimulgus Anthonyi*.”

1.2. Antecedentes Históricos de San José de Ancón

La Parroquia San José de Ancón inicia su poblamiento a partir del año de 1850, con familias provenientes de Engabao, Julio Moreno y Chipipe. Los pobladores se reunieron para ponerle nombre al caserío y lo denominaron Ancón. Los primeros registros de concesiones mineras en el sector datan desde 1878; cuando se le concede al ciudadano colombiano Manuel Guillermo Mier los derechos exclusivos para la explotación de sustancias bituminosas de los pozos de la Península por 20 años a nombre de la empresa G. Mier y Cía.

Otros registros históricos indican que a partir de 1882, año en que la empresa THE CENTRAL AND SOUTH AMERICAN CABLE COMPANY realizó el tendido del cable submarino, fue muy común apreciar en esta zona la presencia de ciudadanos ingleses. Las primeras compañías inglesas que iniciaron trabajos de perforación en esta zona fueron la ECUADOR OILFIELDS LTD. y la ECUADOR DRILLING COMPANY LTD. Posteriormente en el año 1910, en Londres la ECUADOR DRILLING COMPANY creó la THE ANCON OIL COMPANY y ECUADOR LIMITED (TAOCL).

Ya al final de primera década del siglo 20, Ancón se constituye en un campamento minero con tiendas de campaña de caña y lona que usaron los primeros geólogos que desembarcaron en la bahía de Ancón. Años después, con el establecimiento de la compañía petrolera Anglo Ecuadorian Oilfields Limited, arribaron a la zona de Ancón técnicos, funcionarios y obreros de diferentes partes del mundo: ingleses, franceses, escoceses, galeses, polacos, alemanes, italianos, Suizos, Jaiquinos, Trinidad, Barbados, Norteamericanos, Canadienses, Australianos y los enganchados de todas las latitudes del país. (Figura N°8)

Para albergar a todos estos obreros se construyeron barrios, casas y canchones de construcción mixta (madera, caña y cemento); se crearon 12 barrios y diferentes secciones en la periferia y las estructuras metálicas de los edificios industriales que siguen el estilo de construcción arquitectónica de las casas coloniales inglesas.

También se construyeron varios edificios de uso público, entre los que se destaca el hospital. Ya para el año 1923 el campamento es una ciudad que posee todos los servicios básicos siendo en esa época el lugar con la mejor infraestructura del país. El servicio de agua desalinizada, el gas doméstico, y el agua salada (para los servicios higiénicos) llegaban por cañería. La luz era de 220 voltios, siendo Ancón la primera población del Ecuador que utilizó este tipo de corriente. Del mismo modo, fue la primera población que recibió el gas por cañería.

La comunidad polaca de la población, identificada con la religión católica, le puso al poblado el nombre eclesiástico de San José, a raíz de lo cual se celebra en ese día las fiestas patronales. En 1972, la dictadura del general Guillermo Rodríguez Lara revirtió los campos petroleros al estado ecuatoriano. La Anglo se retiró definitivamente cuatro años más tarde, en medio de acusaciones de supuestos fraudes tributarios en importaciones de crudo desde Aruba y Venezuela. A partir de 1976, el campamento quedó en manos de la Corporación Estatal Petrolera Ecuatoriana (CEPE) que se había creado cinco años antes.

Con la partida de los ingleses, la gente local fue despedida y se dismanteló toda la infraestructura social heredada de los europeos. Así, las escuelas, el colegio y el hospital pasaron al control de los ministerios respectivos lo cual afectó la calidad de su servicio. Mientras la nostalgia crecía, CEPE no realizaba inversiones en el campo petrolero porque consideraba que su prioridad estaba en Lago Agrio, donde se había descubierto petróleo en 1967. Cuando la ANGLO dejó Ancón, la producción llegaba a 2.000 barriles de crudo diarios. Con CEPE bajó a 750. Durante los años 1950 - 1960 la población de Ancón aumentó considerablemente,

las plazas de trabajo que se abrieron se derivaron principalmente de la refinería y el movimiento portuario. La Parroquialización de la población tuvo lugar el 15 de noviembre del 2002 durante la presidencia del Dr. Gustavo Noboa, quien al firmar el acuerdo número 350 convirtió a Ancón en la sexta parroquia rural del cantón Santa Elena.

Actualmente Ancón recrea la atmósfera de un típico pueblo inglés en gran parte de su área urbana, constituyéndose sus viviendas en el único testimonio de una época que marcó desde 1911 el verdadero inicio de la explotación hidrocarburífera en el Ecuador.

Entre los ejemplos que se pueden mencionar están las edificaciones de varios Clubes, como el Ancón Club, los conjuntos habitacionales de los Barrios Inglés y Obrero, así como el lugar de nacimiento del mejor jugador ecuatoriano de todos los tiempos, ALBERTO SPENCER HERRERA.

El 5 de noviembre del 2011, el Ministerio Coordinador de Patrimonio entregó a la comunidad la declaratoria de esta parroquia como Patrimonio Cultural del Estado. Ancón, tiene el reto de unir por un lado la producción petrolera sustentable y por otro su patrimonio cultural para que sean base de su desarrollo sustentable y que todos sus habitantes tengan derecho al Buen vivir.

Los antecedentes del lugar fueron tomados del documento del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial San José de Ancón en el cual tomo como la información respectiva de las siguientes páginas de internet www.proyectoanconcon.espol.edu.ec, www.eluniverso.com, www.elciudadano.gov.ec, www.gadpancon.gob.ec, www.viajandox.com, las que les sirvieron para el relato respectivo.

1.3. Aspectos Demográficos y Socio-económicos

1.3.1. Población y Vivienda

De acuerdo con el Censo realizado en el año 2010, Ancón tiene una población aproximada de 3120 habitantes entre hombres y mujeres. En el siguiente cuadro se da a conocer el incremento poblacional que ha tenido el lugar durante 10 años de acuerdo con los datos estadísticos expuestos por la INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censo).

CUADRO 1: Población, Tasa de Crecimiento

Cantón– Parroquia	Población 2001	Población 2010	Tasa (%)
San Jose de Ancón	2140	3120	9.5%

1.3.1.1. Fuente: INEC. Resultados de los Censos de Población de 2001 y 2010.

Elaborado por: Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial San José de Ancón

El análisis crítico que se realiza en el cuadro elaborado por la INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censo) señala que el crecimiento poblacional es de 2.22% de habitantes, en cuanto a la extensión territorial es de 65,94 y por último una densidad de 104.3 habitantes por Km².

En cuanto datos obtenidos del SIISE (Sistema Integrado de Indicadores Sociales del Ecuador) respecto al estado civil, el 43% de la población está casada, el 13% tiene unión libre, el 36% es soltera, el 3% son viudos, y el 3% separados, existiendo un 2% que no ha aclarado su situación.

Ancón fue declarado PATRIMONIO CULTURAL porque existen viviendas de origen inglés en diferentes barrios de la cabecera parroquial, los mismos que han marcado la historia y cultura del lugar en la época que era conocido como

campamento minero. Actualmente muchas de estas viviendas se encuentran deterioradas o han sido transformadas por sus propietarios o posesionarios.

Así se cuenta con, datos obtenidos del Censo INEC 2010 que revelan las condiciones de habitabilidad de la parroquia:

- El 90% de las viviendas, censadas por el INEC en el 2010, son de tipo casa o villa, lo cual evidencia una mejor calidad de las viviendas (ver Cuadro # 2).

CUADRO 2: Tipos de Viviendas

TIPOS DE VIVIENDAS	%
Casa/Villa	90,16%
Departamento en casa o edificio	1,67%
Cuarto(s) en casa de inquilinato	0,89%
Mediagua	3,15%
Rancho	1,48%
Covacha	1,82%
Choza	0,15%
Otravivienda particular	0,64%
Hotel, pensión, residencial u hostel	0,05%

Fuente: Censo de Población y Vivienda, INEC 2010.

Elaborado por: Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial San José de Ancón

- Corrobora esta situación, el 67,93% de viviendas que poseen sus paredes de bloque o ladrillo. El 15,60% de paredes de caña incluye las casas patrimoniales que tienen sus paredes de bahareque.
- El 49,78% de viviendas poseen las paredes en regular estado está relacionado a la situación de las casas patrimoniales. (ver Cuadros # 3 y 4).

CUADRO 3: Material de las paredes exteriores de las viviendas

MATERIAL DE LAS PAREDES EXTERIORES DE LAS VIVIENDAS	%
Hormigón	8,73%
Ladrillo o bloque	67,93%
Adobe o tapia	0,62%
Madera	1,98%
Cañarevestida o bahareque	15,60%

MATERIAL DE LAS PAREDES EXTERIORES DE LAS VIVIENDAS	%
Caña no revestida	4,33%
Otros materiales	0,80%

Fuente: Censo de Población y Vivienda, INEC 2010.

Elaborado por: Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial San José de Ancón

CUADRO 4: Estado de las paredes exteriores

ESTADO DE LA PAREDES EXTERIORES	%
Buenas	36,10%
Regulares	49,78%
Malas	14,12%

Fuente: Censo de Población y Vivienda, INEC 2010.

Elaborado por: Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial San José de Ancón

- El 88,65% de las viviendas poseen un tipo de piso adecuado, ya sea de cemento, madera o algún tipo de recubrimiento, se incluye en calificación los pisos de madera de las casas patrimoniales. (ver Cuadro # 5).

CUADRO 5: Materiales de piso

MATERIALES DE PISO SEGÚN INEC 2010	%
Duela, parquet, tablón o piso flotante	4,46%
Tabla sin tartar	20,31%
Cerámica, baldosa, vinil o mármol	20,43%
Ladrillo o cement	43,65%
Caña	0,25%
Tierra	8,73%
Otros materiales	2,17%

Fuente: Censo de Población y Vivienda, INEC 2010.

Elaborado por: Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial San José de Ancón

- El 67,52 % de las viviendas poseen instalaciones de duchas para uso exclusivo de cada familia. (ver Cuadro # 6)

CUADRO 6: Instalaciones y/o ducha

INSTALACIONES Y/O DUCHA	%
De uso exclusivo del hogar	67,52%
Compartido con varios hogares	7,36%
No tiene	25,12%

Fuente: Censo de Población y Vivienda, INEC 2010.

Elaborado por: Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial San José de Ancón

De acuerdo a estos cuadros se puede analizar que las viviendas están dentro de un régimen aceptable a bueno, es por eso que Ancón es uno de los lugares mejor conservados, que se diferencian de las demás parroquias pertenecientes a la provincia de Santa Elena.

1.3.2. Educación

En la Cabecera parroquial Ancón existen: guarderías, escuelas, Colegios. En donde el 85% de los estudiantes provienen de los diferentes cantones de la provincia, al igual que los Docentes que prestan sus servicios de enseñanza en el mismo. A continuación se muestra un cuadro en que menciona o indica las instituciones educativas de la cabecera parroquial Ancón. Ver (Cuadro # 7)

CUADRO 7: Centro Educativos de la Cabecera Parroquial Ancón

Tipos	Ubicación	Nombre Institución Educativa	Dirección
Escuela	Ancón	Leonardo W. Berry N°. 5 (niños)	Calle principal - Barrio Guayaquil
Escuela	Ancón	Leonardo w. berry	barrio central
Colegio	Ancón	Técnico Ancón	Calle Central N°634 diagonal iglesia católica
Academia	Ancón	San José de ancon	Barrio 9 de Octubre
Inicial	Ancón	La ranita Rene	Barrio Siberia

Fuente: Dirección Provincial de Educación de Santa Elena. 2010
Elaborado por: Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial San José de Ancón

- En la escuela Fiscal **Leonardo W. Berry de Niños** el Director de la institución Lcdo. Luis Adolfo González, mencionó que existen 5 profesores públicos y 4 profesores privados, el pabellón cuenta con 400 alumnos de los cuales el 40% son de la comuna Prosperidad y el 10% son de la parroquia Atahualpa, el 20% son de la parroquia Anconcito y los restantes 30% son oriundos de la comunidad.

- La Escuela Fiscal **Leonardo W. Berry de niñas** es dirigida por el Lcdo. Jones Lino, el total de estudiantes es de 450, los cuales se encuentran divididos de la siguiente manera, el 20% son de la comunidad, 40% pertenecen al Tambo y Prosperidad, 20% de la parroquia Atahualpa. La institución cuenta con 10 educadores.

A nivel medio existen:

- **El Colegio Fiscal Técnico Ancón (mixto)**, cuenta con dos especialidades de Mecánica Industrial y Comercio. La rectora del establecimiento es la Lcda. Norma Villón y cuenta con 52 educadores titulares, 2 profesores contratados, y 4 personas de servicios generales. El 70% de los profesores son de los cantones La Libertad y Santa Elena, el 30% restante de la parroquia San José de Ancón. Posee un total de 982 estudiantes, de los cuales el 48% son mujeres y 52% son hombres. El 60% vive fuera de la parroquia (Anconcito, Zapotal, Atahualpa, Santa Elena, y la Libertad), 40% de la parroquia (Ancón, Tambo y Prosperidad).
- **El Colegio-Escuela Particular San José de Ancón**, a cargo de la Lcda. Laura Villao, posee además un Jardín de infantes, con 33 niños, de los cuales el 60% son de Ancón, 20% del Tambo, y 20% de Prosperidad. En la escuela hay 90 estudiantes, 40% son nativos de la parroquia, 30% de Anconcito, y el 30% de Prosperidad. En el Colegio, que por el momento solo funciona a nivel del ciclo básico, existen únicamente 20 alumnos, el 50 % son de Ancón y el 50% de Anconcito. Sumando una población docente de 153 estudiantes en total.

También puede mencionarse que la infraestructura de las instituciones educativas es buena, pero es necesario mejorarlas a efecto de que cubran las necesidades de crecimiento que requiere el lugar, es importante recalcar la eficiencia de los niveles de educación que es muy satisfactoria a nivel primario y secundario. En la actualidad se puede apreciar la construcción de una nueva fachada y pabellones de dos plantas el colegio Técnico Industrial Ancón donde se encuentra la sección

ciclo diversificado; de esta manera se eliminó la edificación antigua que se encontraba en mal estado, dando una mejor imagen y expandiendo más áreas para la acogida de mayor cantidad de estudiantes; esto se pudo realizar gracias al apoyo del Municipio de Santa Elena. Este panorama del servicio educativo hace que el índice de analfabetismo de esta parroquia sea muy baja (1%) así como el nivel de discriminación.

1.3.3. Salubridad y Salud

Ancón cuenta con un hospital del seguro (IESS), mismo que está considerado como uno de los principales centros de atención médica, brinda servicios a toda la provincia, vigilancia de maternidad, rayos x, laboratorios, farmacias, quirófanos, médicos de especialidades, también cabe recalcar que los ciudadanos que aportan al IESS (Instituto Ecuatoriano de Seguridad de Social) pueden hacer uso de este servicio.

Además en esta parroquia la Cruz Roja posee un pequeño Sub- Centro de Salud en malas condiciones que funciona en un local cedido por la Junta Cívica en sus dependencias, en él se prestan servicios de vacunación, control de maternidad, y primeros auxilios. Los sub-centros tienen serias deficiencias en su infraestructura, además sus servicios son limitados por lo que la comunidad no se acerca a recibir el servicio constantemente.

Es importante mencionar que en esta parroquia hasta la fecha de hoy no se ha presentado ningún tipo de epidemia, solamente enfermedades de temporadas y en algunos casos heridas causadas por el manejo de maquinarias pesadas utilizadas por el personal de las empresas petroleras que se encuentran en el lugar.

1.3.4. Accesibilidad y Vías de Comunicación

San José de Ancón cuenta con una red vial por lo que se puede acceder vía terrestre desde la vía Guayaquil –Salinas tomando el carretero de la parroquia

Atahualpa; desde Salinas – La Libertad tomando el carretero de Punta Carnero-Anconcito; o bien desde Santa Elena por la carretera El Tambo-Prosperidad. Todas estas carreteras están siendo reconstruidas con una ampliación a cuatro carriles que son necesarios para el desarrollo de esta parroquia, gracias a las obras que está realizando el Alcalde Otto Vera. Existen además buenas posibilidades para llegar por la vía aérea (aviones o helicópteros) o marítima, pero estas opciones aún no han sido desarrolladas.

A nivel de medios de transporte, se cuenta con la presencia de la compañía **TRUNSA** que hace el servicio regular de 5:30am a 23:00pm a un costo de \$0.40 ctvs. y \$0.35 ctvs. respectivamente (desde La Libertad). Dentro de la población también hay camionetas y automóviles que hacen recorridos de Santa Elena-Ancón, y viceversa; también hay vehículos que salen desde la rotonda que van hacia la parroquia Atahualpa. (Figura N°9)

1.3.5. Viabilidad Interna.

La población de San José de Ancón posee 50 calles y 9 avenidas para su comunicación y tránsito interno, algunas calles y avenidas están conformadas por asfalto, ya que siendo las más importantes para la conexión hacia las distintas parroquias y el Cantón Santa Elena que se encuentran próximas de San José de Ancón (ver croquis o mapa). La extensión y ancho promedio de estas calles es de seis metros en tanto que las avenidas tienen seis a siete metros de ancho promedio. Mediante resolución municipal, N° 592 del Municipio de Santa Elena se pusieron nombres a las calles de la población de Ancón, entre las que están:

- La avenida Luis Rosales que se dirige hacia el Barrio Guayaquil.
- Avenida Víctor Maldonado que comunica con el Barrio Siberia.
- Avenida Bolívar Cevallos que comunica al Barrio Otavalo.
- Avenida 25 de Julio que comunica con el Barrio Bellavista.
- Avenida Virgen del Cisne que comunica con el Barrio 9 de Octubre.

- Avenida Queen Elizabeth y la Avenida William Rumble estas dos se dirigen hacia el Barrio Inglés que es el más extenso de la población.
- Avenida Eloy Alfaro esta se dirige a la parroquia Atahualpa.
- Avenida Panamericana esta se dirige a la ciudadela Brisas del Mar.
- La Avenida el Petrolero, que es la más importante porque es la vía principal que entra desde Santa Elena hacia la población a manera de avenida principal.

1.3.6. Servicios Básicos.

Ancón posee servicios básicos tales como el agua potable, ya que según datos proporcionados por la INEC el 97% de las viviendas que se encuentran en este lugar la adquieren por medio de red pública y el 3% aún se abastecen por medio del carro repartidor. Esto se da gracias a la cobertura y servicio de la empresa de AGUAPEN.

En cuanto al servicio de alcantarillado el 45% de los pobladores de Ancón se encuentran conectados al sistema de aguas servidas, y el resto poseen letrinas esto se da generalmente en casas construidas por el MIDUVI. De lunes a sábado pasa un carro recolector, ya que la población solamente las saca de sus hogares cuando lo escuchan pasar.

También cuenta con el servicio de energía de la Corporación Nacional de Electricidad (CNEL) que satisface al 90% de la población. Además a la entrada desde Santa Elena –Ancón y vía Anconcito se encuentra una gasolinera que es de uso público. La mayoría cuenta con servicio telefónico, muchos realizan la petición por el internet que la empresa CNT (Cooperación Nacional de Telecomunicaciones) está brindando al país en general. Existe una oficina de telefonía pública dentro de la parroquia, servicio que fue establecido desde hace unos 25 años, además de tener cabinas de telefonía celular tales como Claro, Movistar y Alegro.

1.4. Fiestas Religiosas.

(Benito Lobo, 2000) Menciona que las fiestas religiosas son “**una celebración que se hace en honor a un Dios o Santo**” y que se ejecutan en muchos sitios realizando eventos en donde homenajean a estos Dioses.

Ancón realiza fiestas religiosas en honor a su patrono San José que es considerado como un santo de los obreros y artesanos, que se lo celebra los 19 de Marzo realizando recorridos en la población, luego realizan juegos populares donde participan los moradores.

Otra de las festividades que realizan es la Aprobación de la congregación de hijas de María en Ancón que lo efectúan los 4 de Abril, en el que realizan eventos culturales como danza, música, entre otros.

1.5. Industria, Producción, Comercio y Economía.

La principal industria en la parroquia es la minería, en la cual se realizan operaciones de explotación y producción petrolera, en la actualidad existen 900 pozos rehabilitados que producen alrededor de 2000 barriles diarios, de lo cual la comunidad no se ha podido beneficiar.

Pero también se han creado pequeños negocios que son muy importantes para el desarrollo de la comunidad, entre los cuales cabe mencionar:

1.5.1. Despensa, Tiendas, Cyber, Farmacia, Panaderías

- Despensas “D´ CACHE”
- Despensa “San Francisco”
- Despensa y Cyber “G&G”
- Tienda y Papelería “ D Víctor”
- Comercial “Dianita”

- Tienda “Don Cipriano”
- Pastelería “Crispan”
- Panadería y Algo Más “Joy María”
- Tienda y Panadería “Narcisa”
- Farmacia “ Santa Marianita”
- Farmacia “Pasteur”
- Cyber “United”
- Boutique y Eventos Ancón
- Cyber “Discovery”

1.5.2. Restaurantes, Comedores, y Cafés.

- Café Inglés.
- Restaurant Doña “Cecy”
- Restaurant y Asadero “El Tesorito”
- Restaurant “NisiShadday”
- Comedor “5 Estrellas”
- Comedor “ El Rincón de Alicia”
- Comedor “El Rincón del Petrolero”
- Mercado Central.
- Restaurante “Club Andes”
- Restaurante “Alesassia”

1.5.3. Heladerías, Ferreterías y Lavanderías

- Lavandería “M&M”
- Helados de Paila.
- Ferretería “Ancón”

En los últimos años ha venido creciendo un marcado interés, de parte de varias entidades y personas, entre las que destaca el Sr. Rubén Pezo, por desarrollar

actividades relacionadas al turismo receptivo en la localidad, y se han estado analizando propuestas de desarrollo en tal sentido para la comunidad, ya que tras considerar la importancia que esta actividad conlleva a efectos de mejorar las economías de los lugares de destino que lo acogen, se ha visto la necesidad de implementarla, considerando que Ancón cuenta con casi todo para ser un lugar turístico.

Se considera que a partir de la actividad minera de Ancón y su historia se puede establecer una oferta turística de calidad, capaz de responder de mejor manera a la actual demanda de mercados, promoviendo así mecanismos para la generación de procesos creativos para la estructuración de nuevos productos turísticos apoyados en la autenticidad e identidad cultural de la parroquia, fortaleciendo la autoestima de la comunidad. Para ello habría que sensibilizar a la población local, a efectos de consensuar un proyecto de desarrollo turístico integral y participativo, que incluya capacitaciones y formación de talento humano del lugar.

Solo de esta manera se podrá insertar a la parroquia, de forma competitiva, en el mercado a nivel local e internacional del turismo, organizando un sistema de valoración y conservación del patrimonio natural y cultural de Ancón, fortaleciendo el enfoque de sustentabilidad. En esta ruta es que se orienta precisamente este estudio de investigación de tesis de grado.

1.6. El Turismo como Perspectiva de Desarrollo y Actividad Socio-económica sustentable en Ancón.

El turismo a nivel mundial ha tenido una gran ventaja para el desarrollo de los países dando así una gran perspectiva de visita, para aquellas personas que tienen en mente conocer un destino diferente en donde se pueda experimentar actividades que estén fuera del alcance del consumidor. Es por eso que se trata de ofertar aquellos lugares que posean destinos que contengan aspectos de interés ya

sea en el ámbito cultural o natural, y a la vez como lo menciona el autor Gascón, J.(2011, pág. 36)que el turismo ayudará a “**diversificar sus fuentes de ingreso**”, por lo que apoyaría al incremento socio-económico del lugar mejorando la calidad de vida de los pobladores.

Ancón es un destino que posee todas las características necesarias para ofertarse como un turismo original y alternativo al de las demás localidades de la Provincia de Santa Elena.

Se puede ir hablando de potencialidades para el turismo gerontológico o de esparcimiento dirigido a ancianos y personas mayores, el ecoturismo que se podría sustentar en las particularidades ecológicas del área, pero fundamentalmente un turismo sustentado en su historia centenaria como el primer campamento minero del Ecuador. Todo esto en su conjunto, debidamente planificado, permitirá atraer turistas de diferentes lugares del país y del exterior.

Las potencialidades de desarrollo turístico de Ancón están generando expectativas en los residentes de la localidad y área urbana circundante peninsular, al ser una buena oportunidad de visita para aquellos que nunca han visitado Ancón.

Antes de entrar a tratar de las oportunidades, ventajas y potencialidades para el turismo en Ancón, es necesario primero analizar algunos aspectos teórico-conceptuales referentes a esta actividad, hecho, proceso, sistema y fenómeno, como lo es el turismo.

1.6.1. Algunas consideraciones básicas sobre el turismo como actividad, proceso, sistema y fenómeno.

Es muy importante conocer cuáles son las consideraciones básicas que se trata en el turismo por eso Carbacos, N. (2010, pág. 32) hace hincapié que:

“El turismo fue la primera actividad del comercio internacional mundial en el año 1999. Debemos entender que el turismo es más que un sector

económico, es una actividad económica que afecta a diversos sectores, actividades, servicios y productos”

Mediante el análisis crítico el turismo como actividad es considerada en la economía como un ente importante para el sector donde se desarrolle dando así apertura a que exista la competitividad entre muchos destinos.

Pero otras de las consideraciones que se debe tomar en cuenta es el proceso que tiene el turismo y cómo actúa por lo que se puede considerar las siguientes definiciones de Rodríguez, C. (pág. 1; Barretto, 2008) :

“El espacio turístico es aquel que hace referencia a los procesos por los que se transforman unos entornos territoriales con la finalidad fundamental de producir, vender y consumir servicios y bienes que producen placer a sus visitantes, ya sean turistas, excursionistas o residentes temporales”.

Partiendo del análisis del autor en cuanto a la conceptualización del turismo como proceso, se deduce que se lo conlleva con la finalidad de producir en un espacio donde se pueda realizar esta actividad, para brindar un servicio que sea consumido por los visitantes, y es así que para que se incremente esta actividad en el lugar hay que seguir con los procesos que se difiere del mismo como una empresa más de servicio. Siguiendo con el análisis de los aspectos básicos a considerar en el periplo:

“El turismo es el fenómeno más importante del último siglo. Es un fenómeno en todas sus vertientes: cultural, económico, social, geográfico, político... y también arquitectónico y urbano, ya que tiene influencia y transforma el territorio, el paisaje y la ciudad”.
(Cerezo, A. (2013))

“Un sistema es un conjunto de recursos que interactúan entre sí para cumplir un objetivo en común. En el caso del sistema turístico podemos encontrar varios elementos que lo conforman donde encontraremos elementos tanto intrínsecos como son: el turista un elemento dinámico de este sistema; tres elementos geográficos donde se encuentra la región de salida, región de tránsito conformada por los medios de transporte como son autos, avión,

tren, etc.; que permiten la accesibilidad entre la región de salida y la de destino que sería el tercer elemento geográfico”. Morla, C.(2010)

Según lo enunciado se puede apreciar cuán importante es el turismo para un lugar que tiene muchos atractivos naturales y culturales, por desarrollar, cabe recalcar que uno de ellos es la parroquia de San José de Ancón que cuenta con aquellas expectativas en donde se podrían realizar actividades turísticas de diferente índole para cualquier tipo de viajeros ya que son las cosas que quiere hacer el visitante, razón básica por lo que existe el turismo ya que se genera una serie de consumos específicos.

San José de Ancón es uno de esos lugares que tiene características únicas dentro de la provincia de Santa Elena, y a pesar de tener reservas petrolíferas pero es importante que este producto no es la economía de la mayoría de la población ya que ellos no dependen del petróleo, lo cual impulsa a la parroquia a tomar correctivos para potenciar de una mejor manera sus recursos lo que vendría a ser parte de su fortaleza, además cabe recalcar que en la zona no se utiliza la agricultura como medio de solvencia porque las mayorías de las familias tienen como principal fuente los ingresos de sus trabajos que realizan en las comunidades vecinas como lo son los cantones: Santa Elena, Salinas, La Libertad y en ocasiones especiales hasta trabajan fuera de nuestra provincia. Al existir demanda turística los habitantes de la cabecera parroquial puedan generar ingresos y no migrar de la parroquia ya que con esto se podría incrementar las oportunidades de negocios para todos, es importante mencionar que el turismo comunitario es la parte esencial para el progreso turístico.

Esto se podría dar con los elementos arquitectónicos ingleses que existen en el lugar, de manera que el turista pueda disfrutar de algo diferente hospedándose en estas casas, ya que alquilando estos cuartos ellos conocerán algo distinto de otros lugares donde no se pueda visualizar lo habitual que es un edificio común y corriente, de esta manera el mismo dueño de casa podrá direccionar a los turistas a

distintos atractivos de la región como la playa Acapulco, club Ancón, Iglesia entre otros.

1.7. El turismo en Ancón: Antecedentes.

El turismo en Ancón es algo relativamente reciente, no obstante puede citarse como antecedentes las visitas que a nivel de turismo interno y local se daban de vez en cuando de personas radicadas en Guayaquil y otras partes del país a efectos de visitar amigos y familiares, así como las excursiones de habitantes de otros lugares de la península como: La Libertad, Santa Elena o Salinas con fines recreativos (visitar la playa Acapulco, los clubes, pasear por la campiña), de esparcimiento (observar las casas de los ingleses, el acantilado, la iglesia, etc.) y/o de salud (clima de la zona, el dispensario médico IESS).

Es precisamente a causa de estos pequeños flujos, sumados a los potenciales existentes en la localidad, que empieza a generarse el interés de desarrollarse y proyectarse como un destino y producto turístico formal. En este orden constituyen verdaderos aportes los trabajos realizados por la ESPOL, la Lcda. Brusela Vásquez, de parte de un equipo técnico de la municipalidad que se encuentra integrado por el Ing. Roberto Lucas, Ing. Carlos Roldan, Srta. Hilda María Rodríguez, Ing. Carmen Ponce, que diseñó un “Plan de Desarrollo Local de la Parroquia San José De Ancón y sus Comunidades”.

1.7.1. Atractivos de Ancón.

Independientemente de la lista de atractivos elaborada por las entidades ante nombradas, es necesario proceder a una verificación y actualización de tal listado. Es así que partiendo de los ya existentes (Vásquez: 2001; ESPOL, Proyecto Ancón, 2010), y aplicando la metodología planteada por el Ministerio de Turismo, se obtuvo el siguiente listado.

1.7.1.1. Atractivos Naturales.

Ancón es uno de los lugares que poseen un paisaje que hace que el entorno del lugar sea maravilloso, donde se puede realizar diversidad de actividades turísticas. Estos lugares se encuentran dentro del circuito Inglés entre los cuales están:

- ✧ Playa Acapulco.
- ✧ Vista de la Bahía Ancón.
- ✧ Miradores
- ✧ Acantilados.

1.7.1.2. Atractivos Culturales.

Los atractivos Culturales son los más importantes dentro del circuito Inglés ya que engloba la historia de este lugar motivo por el que fue declarado Patrimonio Cultural:

- ✧ Club Ancón.
- ✧ Parque Siberia.
- ✧ Canchones Ingleses del Barrio Guayaquil.
- ✧ Pozo de los Deseos.
- ✧ Pozo de extracción de gas natural y petróleo.
- ✧ Club Los Andes.
- ✧ Club Unión.
- ✧ Edificio de Junta Cívica.
- ✧ Casa de Huéspedes.
- ✧ Antiguo Hotel de la ANGLO.
- ✧ Barrio Guayaquil.
- ✧ Barrio Inglés.
- ✧ Edificio comercial.
- ✧ Pozo I (primer pozo perforado en el Ecuador tiene 100 años de antigüedad)

- ✧ Cementerio Inglés.
- ✧ Hospital del IESS.
- ✧ Iglesia.
- ✧ Fiesta en honor a San José, Patrono de Ancón.

1.8. Propuesta e Iniciativas para Desarrollar el Turismo en Ancón.

La Cabecera parroquial Ancón, ha recibido gratificantes propuestas en cuanto al desarrollo del turismo en la comunidad, proyectos que no se han ejecutado por la falta de inversión de las entidades gubernamentales; ya que existe un gran patrimonio tanto natural como cultural, y además cabe recalcar que en esta zona se da la actividad petrolera que presta la colaboración activa para implantación de proyectos de interés que ayuden al progreso de la parroquia.

El GAD Parroquial San José de Ancón en unión con la comunidad han tratado de apoyarse mutuamente para que la actividad turística se desarrolle en gran magnitud, para así incrementar las fuentes de trabajo aprovechando los recursos turísticos que posee el lugar.

La tesis desarrollada por la Licenciada Brusela Vásquez, Ancón “Producto turístico”, fue un gran inicio e incentivo por lo que en sus momentos estuvo instruyendo a un grupo personas de como guiar a un visitante y como tratar al tipo de cliente que se presente, ya que este fue un convenio que realizó la UPSE (Universidad Estatal Península de Santa Elena) con el GAD Parroquial, ya que ellos se encuentran realizando propuestas para el desarrollo comunitario y turístico de la parroquia lo que quiere decir que se denota el interés que tienen en cuanto al progreso del lugar por lo que podría ser el nuevo destino turístico de la Provincia de Santa Elena donde se puede demostrar la cultura inglesa.

El Sr. Edgar Flores Torres, dirigente del departamento comunitario de la Municipalidad de Santa Elena, supo mencionar que junto a un equipo técnico que se encuentra conformado por Ing. Roberto Lucas, Ing. Carlos Roldan, Srta. Hilda

María Gómez, Ing. Carmen Ponce, Sra. Alexandra Roca y Sr. Cesar Liriano han realizado un “Plan de desarrollo local de la parroquia de San José de Ancón” donde ellos mencionan cuán importante sería el turismo para esta comunidad, los beneficios que traerá a los pobladores si se implementara, como usar adecuadamente la infraestructura inglesa existente del lugar, y por último tienen una visión que para el año 2015 vislumbran a la parroquia San José de Ancón como un destino turístico único y diferente a los demás atractivos que se encuentran en la Provincia de Santa Elena.

También se ha realizado un Plan desarrollo parroquial Ancón, elaborado por el Sr. Rubén Pezo (Vocal Principal de la Junta Parroquial Ancón), el objetivo de este plan es la participación comunitaria, ya que en el ámbito turístico es muy indispensable porque es la población uno de los elementos que hace que un lugar sea agradable. La ley de participación ayudará a que estos proyectos se puedan ejecutar con éxito.

Con la implementación de estas iniciativas de proyectos la parroquia podrá promover la calidad de servicios turísticos por lo que requeriría una gestión empresarial interna y externa, contribuyendo con la calidad ambiental, conservando los atractivos Naturales de cualquier tipo de sustancia o desecho que pueda dañar el lugar, ya que respondería a las necesidades del turista.

1.9. Lo cultural, Histórico, Arquitectónico e Industrial como atractivos base en la definición de un producto turístico específico para Ancón.

A continuación se va a realizar un análisis en cuanto a los conceptos o definición de cada palabra y llegar a un entendimiento lógico para la realización del trabajo de grado, es por eso que partiendo de la conceptualización de Chango, P. (2010, pág. 34) menciona que:

“Las etnias están también normalmente unidas por prácticas culturales de comportamiento, religiosidad, danzas, ritos, lingüística, entre otros aspectos. Muchas veces, lejos de entender, se nos traslada a un mundo mágico y se nos transporta a sus antepasados; nos envuelve con sus cantos, danzas, rituales, permitiendo que nuestra mente logre el contacto con el mundo que nos rodea, transportándonos a un mundo con un anhelo interior que se nos conmueve”

Como lo enuncia el autor lo étnico se encuentra enlazado con lo cultural porque dependen entre sí; es lo que a muchos confunden en cuanto a definirlos, pero hay que tomar en cuenta que estos dos aspectos son muy importantes porque ayuda a los visitantes a inmiscuirse sobre las etnias existentes en el país. Por lo tanto, al recordar aquellos comportamiento se inicia el traslado a un mundo donde se puede experimentar estas prácticas siendo participes del mismo.

El Diccionario El Pequeño Larousse ilustrado, menciona que no se puede hacer referencia a la cultura como un desarrollo intelectual o artístico al concepto clásico de civilización, pues al criterio de Ascansio, G. (2009, pág. 52) indica que la **“Cultura es todo el proceso de socialización del ser humano”**, que busca su propia forma de vida para distinguirse de comunidades y de esta manera dejar un legado para sus futuros parientes.

Además la cultura ayuda al ser humano a expresar, y toma conciencia de sí mismo, cuestiona sus relaciones, busca nuevos significados y crea obras que hace posible la creación de un nuevo producto, ya que el hombre que más acumula estos conocimientos y que tiene la capacidad de transmitirlos es el que llega a darle vida a la cultura que es una muestra que lo diferencia de los demás. En cuanto a lo histórico se ha considerado durante años como una ciencia social que se encargaba de investigar las vidas pasadas de la humanidad. Por otra parte han existido muchas definiciones que hacen precisar un acontecer de un tiempo pasado. Sorgentini, H. (2003, pág. 3) menciona que la historia se presenta como:

“Un espacio propicio para delinear herramientas analíticas adecuadas para enfrentar una serie de cuestiones centrales del debate actual sobre la

conformación y transmisión de la(s) memoria(s) colectiva(s), entre las que pueden citarse, a título de ejemplos, la trama de continuidades y cambios que conforman la(s) tradición(es), los procesos de conformación y transmisión de "recuerdos falsos", las dificultades cognoscitivas de aproximación, registro y representación de experiencias vividas y recordadas como radicalmente "traumáticas" por los sujetos involucrados en ellas, las posibilidades y límites del conocimiento sistemático para dar cuenta de la perspectiva de las víctimas, la dimensión ética intrínseca al problema de la reconstrucción histórica y su vinculación con la función normativa de la noción de verdad, etc.”.

Es por eso que la historia se considera como una forma de recordar acontecimientos que sucedieron en un tiempo determinado y que hace que tenga importancia en la vida del ser humano.

Otro de los puntos a analizar, es en cuanto a lo arquitectónico que estrechamente se vincula con la historia ya que en muchos casos ha sido también considerado a estas construcciones como patrimonio, ente importante que se encuentra en un lugar dan así la oportunidad de que se desarrollen actividades turísticas. Es por esta razón que existen muchos lugares que se caracterizan por contar con estas construcciones, que en estos tiempos son considerados como imagen de una historia que aconteció en el lugar. **“Se define arquitectónico aquellos lugares que poseen una estructura única, llena de tradición o valor histórico”**(Barbero Franco, 2011)

De acuerdo con el autor y mediante el análisis, son aquellas infraestructuras que con el pasar de los años tienen un gran valor histórico y cultural, por lo tanto pueden ser declarados como patrimonio arquitectónico.

También hay que considerar otro de los componentes que se tomará en cuenta para el diseño de un producto que es la parte industrial. Ancón es un lugar que se caracteriza por ser el primer lugar donde se explotó el primer pozo petrolero convirtiendo a este lugar, el primero en obtener maquinarias que fueron

exportadas al Ecuador para la industria. Entonces puede mencionarse que se conoce como industria al conjunto de las operaciones que se llevan a cabo con la intención de obtener, transformar o transportar productos naturales. Las empresas industriales también son las encargadas de transformar la materia prima en un tipo de producto para la satisfacción del cliente lo que hace que los visitantes muestren un gran interés por visitar el lugar.

Partiendo de estos análisis junto a las conceptualizaciones de varios autores se puede indicar que la Cabecera Parroquial San José de Ancón es un lugar que se caracteriza por contar con todos los aspectos antes mencionados, por lo que fue declarado Patrimonio Cultural, ya que existen estructuras, historias de estilos de vida que existieron y existen; además de contar con la parte industrial que ahora es administrada por Petroecuador.

1.10. El Producto Turístico.

En este epígrafe se presenta un acercamiento al estado de la conceptualización del últimos años se han desarrollado ciertas ideas a la hora de definir las actividades que se realizan en este sector.

El producto turístico es la combinación de dos bases importantes para el desarrollo del mismo, como lo es la oferta tangible e intangible en donde el demandante tiene una satisfacción y un disfrute en respuesta a sus expectativas.

Antes de profundizar más en cuanto al producto turístico, primero debe analizar lo que es un producto, que mediante la conceptualización de Kotler, Flores, Zamora, Bowen, & Zamora (2011, pág. 35) se define:

“Cualquier cosa que se puede ofrecer en un mercado, que pueda recibir atención, ser adquirido, utilizado o consumido, y que pueda satisfacer una necesidad o deseo. Los productos incluyen objetos físicos, servicios, lugares, organizaciones e ideas”.

Sintetizando todo lo anteriormente expuesto, se puede indicar que el producto turístico está conformado por los atractivos turísticos (naturales y culturales) que se encuentran dentro de un lugar, y por los componentes que complementan al mismo como los medios de accesibilidad y facilidades turísticas (Planta e infraestructura), y que se lo entiende tal como bienes y servicios turísticos que se ofrecen bajo una o varias imágenes para un segmento de mercado determinado. Lo que garantiza la satisfacción de las necesidades del consumidor denominado turista, que se lo realiza mediante la oferta y consumo.

A diferencia de los denominados productos convencionales que son tangibles en cuanto al consumo material del mismo, el producto turístico se percibe por las vivencias del mismo sin tenerlo físicamente ya que se orienta más a las vivencias que se experimenta en el lugar mediante un servicio intangible. Tal situación puede causar en el consumidor un efecto positivo o negativo, por lo que hay que tomar en cuenta aquellos aspectos en cuanto a la conformación del diseño de un producto turístico, ya que el efecto causado no se lo puede conocer hasta que el turista lo consuma.

1.10.1. Tipos de productos turísticos.

Los productos turísticos son ofertas de diferentes:

“tipos que se preparan para ser brindadas al turista en forma de actividades y servicios, mediante el empleo de diferentes tecnologías y/o instalaciones. Deben ser capaces de motivar visitas a un lugar tanto por un corto tiempo hasta de varios días, para satisfacer un interés o necesidad específica de determinados servicios: recreativos, naturales, culturales, de salud u otros”(Burgos, 2013)

O también con una combinación de varios de ellos, y que, además, propicien las mejores experiencias. Además los tipos de turismo son los diferentes servicios del cual el consumidor puede hacer uso mediante las expectativas del mismo.

Es por eso que los productos turísticos se organizan para determinados segmentos, de acuerdo a la motivación de vacacionar o viajar, es por eso que hoy en día el turismo es una de las principales fuentes industriales a nivel mundial, entre las cuales constan:

- **Turismo de Masas.** es considerado el menos exigente y especializado ya que se encuentra dirigido a todo tipo de personas sin importar su nivel socioeconómico.
- **Turismo Individual.** Son aquellas personas que deciden viajar solos e independiente.
- **Turismo Cultural.**- Turistas que requieren visitar lugares de interés históricos.
- **Turismo de Compras.**- Personas que realizan viajes con el interés de comprar o adquirir objetos.
- **Turismo de Formación.**- Este tipo de turismo se relaciona con la formación profesional.
- **Turismo Gastronómico.**- Sitios a las que las personas van a disfrutar de un plato típico.
- **Turismo Ecológico.**- Relacionado con el ámbito natural.
- **Turismo de Aventura.**- Se caracteriza por las experiencias de riesgos que quiere vivir el turista en un lugar.
- **Turismo Religioso.**- Se relaciona con actos religiosos.

Según lo enunciado los tipos de turismo se dan de acuerdo a la preferencia de los visitantes, no todos los turistas tienen las mismas predilecciones, por lo que en el ámbito turístico se ha visto la necesidad de promocionar diferentes lugares que ofrecen variedades.

Un segundo referente de acuerdo a la clasificación al cual se podría recurrir, es el tipo de la actividad turística principal vinculada al atractivo que se oferta así se tiene:

- Sol y playa.
- Interpretativo.
- Compras.
- Aventura.

1.10.2. Elementos estructurales del producto turístico

Los elementos del turismo son la parte importante para que se desarrolle la actividad turística del lugar ya que sin ellos sería imposible llevarla a cabo. El autor Castillo, R. (2006, pag.125) menciona que:

“Los componentes de un producto turístico deben estar desarrollados a fin de atraer a los turistas de mercado potenciales específicos y crear una imagen positiva del destino”

Pero también estos elementos estructurales se clasifican en tangible e intangibles para lo cual se considera la conceptualización de estas dos caracterizaciones. En la tesis titulada “Diseño de un producto turístico para el cantón San Felipe de Oña Provincia del Azuay” del autor. (Ordóñez Yumbillo, 2011) , se menciona que “La parte tangible la constituye el producto en sí, tal y como es ofrecido por la empresa de servicios turísticos”, y en cuanto al otro componente menciona que:

“La intangibilidad se deduce del hecho de que las características de los componentes de un producto turístico no se pueden testar por medio de los sentidos. Los turistas generan expectativas, imaginan cómo es el producto, que uso le darán, y que resultados esperan obtener. Este componente de intangibilidad hace que los consumidores no estén seguros de lo que compran, ni del beneficio que realmente van a obtener cuando consuman el producto”

A partir de las conceptualizaciones del autor entonces se puede mencionar cuáles son esos componentes tangibles e intangibles:

- **Atractivos:** componente primario de un destino turístico lo que hace que tenga acogida de demandantes.

- **Facilidades.-** Parte complementaria de un producto turístico e importante porque permite la disposición del mismo.
- **Accesos.-** Elemento característico indispensable que permite la accesibilidad del turista hacia el lugar.
- **Herencia cultural de un pueblo.-** Estilos de vida autóctonos de un sitio preferentemente para aquellos turistas que le gusta incrementar sus conocimientos culturales.
- **Demanda.-** Parte indispensable para el desarrollo turístico de un lugar que se caracteriza por el consumo del producto turístico.

Estas son las singularidades de un producto bien conocido como un consumo, ya que se pueden comparar con otros productos antes de su uso. Los componentes de un producto turístico deben estar desarrollados a fin de atraer a los turistas de mercado potenciales específicos y crear una imagen positiva del destino, por lo que es importante tener en cuenta las posibilidades que tiene un producto para la promoción del mismo.

1.11. Las herramientas metodológicas de turistificación

Por clúster se entiende el agrupamiento de empresas y organizaciones que se encuentran establecidos en un mismo territorio, bajo un delimitado producto que en caso de este estudio es turístico, aunque la palabra deriva del vocablo de las empresas industriales, muchas investigaciones señalan que el clúster comienza de la proliferación de productos que se debe a la disponibilidad de recursos turísticos exclusivos como la playa, reservas naturales, paisajes insólitos, etc. Es un proceso social que tiene como fin instalar una nueva imagen de un determinado lugar o territorio, a través de políticas turísticas, marketing de productos.

A partir de la conceptualización se puede definir al clustering como la aglomeración de los servicios que son destinados directamente para el turista, y

que logran el confort y bienestar del visitante, lo que hace que los clúster son importantes para el desarrollo del producto turístico. Es por tal razón que la proximidad del destino toma una gran relevancia, lo que hace imaginar a un territorio con una gran cantidad de productos que lo caracterizan, y por ellos se considera que los clúster son aquellos lugares que cuentan con la variedad de productos del destino.

La importancia del concepto de clúster para la propuesta, se debe a que servirá para definir el territorio en base a los productos que se expondrán, o para la debida segmentación geográfica que también es una herramienta fundamental en cuanto a la identificación del producto; ya que en dicha segmentación, la empresas deben seguir un objetivo, con la debida participación de los pobladores locales y de la demanda. Lo que conlleva a la creación de la oferta complementaria que se encuentra enfocada al aprovechamiento del potencial.

Es por tal motivo que sencillamente se deben utilizar las herramientas de la turistificación las cuales permiten diseñar un producto:

TOS (Rango de oportunidad turística)

TAI (Índice de atracción turística)

TAS (Espacio de la Actividad Turística)

TPI (Índice de potencial turístico)

Cada una de estas herramientas son indispensables para llevar a cabo el propósito de la función en cuanto al desarrollo de la propuesta.

1.11.1. Procesos y Fases de Definición y Conformación.

Conocido normalmente como el ciclo de vida del producto o fases que conforman el producto para ser establecido en el mercado, según la tesis titulada “Diseño de un producto turístico para el cantón San Felipe de Oña Provincia del Azuay”

menciona que el autor se acoge a la conceptualización de Cárdenas, F. (1996, pág. 73) “**Son las etapas en la evolución de la vida del producto, las fases que estos recorren en el transcurso del tiempo y estas son**”:

- **Fases de crecimiento.**- Esta fase es la de mayor importancia ya que a partir de que el consumidor conoce el lugar y le gusta vuelve a visitarlo, esto es de que el atractivo puede tener una buena acogida.
- **Fase Consolidación:** Esta fase permite plantear estrategias para la promoción del destino.
- **Fase Madurez:** Bien el turismo se estabiliza o va decayendo.
- **Fase Deterioro:** En esta fase se trata de analizar y prevenir las necesidades del atractivo si se encuentra en destrucción.
- **Fase Estabilización:** Opta por fortalecer los servicios que se puedan implementar en el destino para de esa manera mantener la segmentación del mercado o para conseguir nuevos demandantes.
- **Fase Rejuvenecimiento:** Innovación de los destinos para mantener la demanda o incrementarla.

Todas estas fases son importantes para el diseño de un producto porque cada una de ella denota cuán importante es este proceso para que un lugar sea reconocido como un lugar turístico. Además, esto ayudará a los actores a tomar en cuenta cuáles son las estrategias a utilizar para que el producto turístico siempre se encuentre cumpliendo las expectativas de los visitantes y de esta manera obtener mucha demanda que aporte al desarrollo turístico del mismo, por eso es importante recalcar que los turistas que viajan a determinados lugares por ciertos períodos que son limitados de tiempo, hace que busquen destinos que satisfagan sus expectativas.

Esto es necesario mencionar porque los turistas desean obtener una satisfacción en cuanto visitan un lugar, por eso el turismo tiene un aspecto clave que es la

calidad, así como un nivel de protección y mantenimiento de los recursos que influye en la autenticidad del producto.

1.12. El Turismo Cultural

Siguiendo a la European Association for Tourism and Leisure Education (ATLAS), se define como Turismo Cultural, a aquel movimiento de personas hacia manifestaciones culturales fuera de su área residencial, ya que tiene como finalidad obtener nuevos datos y experiencias para satisfacer sus necesidades.

El turismo se ha caracterizado por ser el sujeto principal de distracción y relax, pero hay que tener en claro que no solamente se trata de lo antes indicado si no también ayuda a incrementar los conocimientos previos de la cultura del país. El turismo cultural es uno de ellos, por eso se considera la siguiente conceptualización que menciona Delgadillo, V. (2009, pág. 5) en cuanto este tema que lo define como:

“El turismo cultural urbano es un negocio que está creciendo en el mundo entero. Esta actividad no es tangencial a los sitios con valor patrimonial, sino un movimiento asociado a ellos y en particular a los monumentos y sitios reconocidos como patrimonio de la humanidad”.

Mediante el análisis que realiza el autor se acoge a la conceptualización mencionada anteriormente que el turismo cultural forma parte importante de muchos lugares que conservan un valor patrimonial, que se da de acuerdo a las culturas que en tiempos anteriores existieron y que despiertan el interés de muchas personas, Carbacos, N. (2010, pág. 22) Aclara que “Posibilita al viajero la ampliación de sus conocimientos culturales, tradicionales e históricos”, por lo que hace que este tipo de turismo sea interesante y enriquecedor. Por otro lado cabe indicar que el turismo cultural engloba un sinnúmero de productos culturales, por lo que lo considera heterogéneo, pero es importante recalcar que cuando se habla de este tipo de turismo no se refiere solamente a visitar museos, ruinas o yacimientos arqueológicos también existen ferias, gastronomía, manifestaciones

culturales, etc. que también forman parte de la cultura de un lugar. Según estudios realizados por la UNESCO (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura) y SECTUR (Secretaría de Turismo) señalan que el turismo cultural, tiene un mercado propio, a pesar de que la tendencia apunta hacia una generalización del mismo. En este sentido es esencial conocer cuáles son en la actualidad las características de la demanda del turismo cultural más aun teniendo en cuenta que esta goza de una gran diversidad de tipologías, características e incluso pautas de comportamientos y preferencias.

Asimismo existen manifestaciones culturales que hacen que el lugar contenga una historia significativa y de interés, convirtiendo así al destino en una zona turística. Pero también es importante señalar que existe una demanda específica que les gusta disfrutar visitando estos lugares que contienen una gran variedad de tipologías. Dentro de las cuales se puede mencionar:

- A personas de edad avanzada que tienen recursos limitados.
- Jóvenes que les gusta enriquecer e investigar.
- Las familias que le gusta participar en el ámbito cultural.
- Personas que obtengan recursos elevados.

El turismo cultural cumple un papel importante para aquellas comunidades que preservan, conocen y disfrutan de aquellos sitios que contienen este tipo de actividad. Ancón es un lugar que contiene un entorno cultural en donde se redime la actividad petrolera que se inició hace ciento tres años y también la interacción de las diferentes entidades que aún se mantienen en este lugar como sus bienes culturales, patrimonio arquitectónico y el ordenamiento territorial.

1.13. El Turismo Histórico

Este tipo de turismo es aquel que se caracteriza por considerar acontecimientos que tienen un gran valor histórico para la humanidad, es para ese tipo de visitantes que se interesan en especular o incrementar sus conocimientos en cuanto a vestigios, infraestructuras o el desarrollo de un pueblo.

El turismo histórico ayuda a salvaguardar aquellos elementos que forman parte de la historia del lugar, que pueden ser, cuadros, arquitectura, estatuillas, entre otros, que puedan contener un valor por lo que se ha estado preservando hasta hoy. Así lo acoge (Rabinowitz, Berkowitz, Canto Maligne, & Tolentiono, (2013) mediante la siguiente conceptualización:

“El valor histórico reside en el elemento histórico en sí. Puede ser valioso como ejemplo de estilo arquitectónico o proceso industrial ya en desuso o simplemente por su antigüedad. Por ejemplo, gran cantidad de casas excepcionales al momento de su construcción tienen valor histórico porque han perdurado y se mantienen entre las pocas que han sobrevivido hasta la actualidad”

La conceptualización anteriormente mencionada tiene un complemento que ayuda a que se desarrollen los diferentes tipos de turismo dando un interés y acogida a este producto, por eso cada lugar tiene alguna relevancia histórica que hace que aquellos objetos, lugares y otros complementos sean preservados para luego ser promocionados.

Es por eso que dichos lugares son declarados patrimonios y uno de esos lugares se puede encontrar en la zona Sur de la Provincia de Santa Elena, como parte del Cantón Santa Elena, ese es Ancón un lugar que se encuentra lleno de historia donde se perforó el primer pozo petrolero, además un sitio en el cual se desarrollaron culturas muy diferentes a las existentes hoy en día y que en algún lugar del mundo se dan, infraestructuras con estilos ingleses que son atractivos patrimoniales que se encuentran enriquecidos de historia y propias características de la comunidad.

1.14. El Turismo Arquitectónico

A muchos de los visitantes les gusta conocer y deleitarse de la arquitectura de origen ambiguo que denotaron una exclusividad en su tiempo, y que ahora son considerados como recursos culturales para el desarrollo del turismo. El libro de Barretto, M. (2008, pág. 105) indica que la arquitectura de interés es considerada

para “**relatar los grandes acontecimientos de nuestra historia**” y este autor se acoge a la conceptualización de Choay, F. (2001, pág. 96). A partir de esta conceptualización se puede enunciar que aquellas arquitecturas son fundamentales para que la historia sea real en el momento de enunciarla, mostrando así veracidad.

Otras de las conceptualizaciones que menciona Barretto, M. (2008, pág. 105) sobre las arquitecturas que se encuentran en un lugar que se desarrolla turísticamente señala que son, “considerados merecedores de cuidados especiales y dignos de exhibición, antiguos palacios, residencias de nobles o lugares que fueron palcos de hechos relevantes para la historia política oficial de determinado sitio”. Es a partir de este análisis de autores que se puede enunciar que aquellos lugares son de mucha importancia en cuanto posean estas arquitecturas, tanto así que deben preservarlas para que la historia como las culturas no se queden en un olvido sino que permanezcan enmarcadas en aquellas construcciones o diseños.

Es así que con trabajo y unión los moradores de la cabecera parroquial San José de Ancón han logrado mantener la arquitectura de la época de los ingleses, pero algunas de esas construcciones se encuentran en mal estado ya que datan de cien años de existencia, por eso el GAD parroquial está realizando gestiones para que estos diseños sean restaurados sin perder el origen que las caracterizan de las demás viviendas. Los pobladores tienen claro que los canchones son la parte fundamental para que se origine el turismo constante en el lugar, y de esa manera están conscientes que puede mejorar el estilo de vida de ellos mismos. Así Ancón es el único lugar de la Provincia de Santa Elena que cuenta con edificaciones de la época de ANGLO.

1.14.1. El Turismo Industrial

El turismo industrial es una de las actividades turísticas que se involucra en los aspectos de visitas a fábricas que se encuentran en funcionamiento y de las que no se encuentran en movimiento, el turista es curioso en cuestión de conocer la fabricación de productos de los que ellos están acostumbrados a utilizar o

derivados de la mismas por lo que aprovechan las visitas para hacer compra del producto. Este tipo de turismo crea una ventaja para el lugar no solamente a nivel económico sino también en conocer el lugar, sus costumbres y los atractivos turísticos culturales y naturales que existan en el sitio ya que son oportunidades donde la región pueda darse a conocer en todos los aspectos.

Por lo consiguiente a partir de este análisis se podría considerar que el término turismo industrial implica visitar un lugar donde se hace la observación de la mano de obra confeccionando o realizando su trabajo; es por eso, que muchos tienden a confundirse porque la visión del turismo es de relax, diversión y descanso, en cambio lo industrial trata sobre trabajo, pero hay que tener claro que estas dos palabras se asocian, porque es un servicio de demostración que se está dando sobre un producto a personas que invierten en los mismos aunque el ingreso a los mismos sea gratuito.

El turismo industrial se trata de “visitas planificadas de antemano, guiadas y con un soporte didáctico complementario para dar una idea del conjunto de todo el proceso industrial que en ellas se realiza” Prat, F. (2012, pág. 67) de acuerdo a la conceptualización de Capel, H. (1996). Es a partir de esta conceptualización que queda claro lo que nos ofrece el turismo industrial y de cómo se complementa como una actividad turística. Pero es muy importante indicar que también existe el turismo de patrimonio industrial, que según el autor se define como:

“El desarrollo de actividades turísticas e industrias en lugares edificados por el hombre, edificios y paisajes que se originan en procesos industriales de tiempos pasados; se puede deducir que se refiere fundamentalmente a la conservación, rehabilitación y puesta en valor turístico de un patrimonio industrial antiguo que no solamente incluye las fábricas sino también el resto de edificaciones e infraestructuras asociadas”. (Prat Forga, 2012, pág. 78)

Pero este autor se basa en la conceptualización de Llurdés & Edwards, (1996). Es por eso que se está realizando este tipo de investigación mediante conceptualizaciones que enuncian la importancia de estos lugares en el país.

Ancón es un lugar que se caracteriza por su historia petrolera lo cual permitió que esta industria desarrolle una planta de explotación petrolera única en el país en aquella época. De las cuales hasta hoy en día se puede observar el primer pozo petrolero, el cual se encuentra en el circuito del Copey donde se observa la manera de extracción del petróleo, las clases y tipos que existen. Como su historia cuenta, este tipo de industria en la cabecera parroquial se ha desarrollado hace 100 años, es por esto que este lugar lo representa un balancín, estaciones de compresoras hasta incluso un centro de interpretación.

1.15. Modelo metodológico propuesto para el Diseño de un producto turístico de corte histórico, cultural, arquitectónico e industrial para la Cabecera Parroquial Ancón.

Partiendo de una investigación prospectiva de campo y gabinete, a nivel exploratorio-descriptivo, de carácter cuali-cuantitativo, con apoyo de material documental y bibliográfico, desde una perspectiva metodológica Deductiva-Inductiva que fue de lo general a lo particular y de lo particular a lo general, se orientaron la recolección del dato empírico a partir de las matrices o cuadros de operacionalización de las variables que conforman la hipótesis del presente trabajo: Pese que Ancón es un lugar turístico potencial en la parte histórica sin embargo no es tomado en cuenta para el crecimiento de la misma que se le confiere en la actualidad debido a la poca observación e interés por parte de la entidades Municipales en cuanto a planes de desarrollo.

A partir de ello se ha elaborado una serie de instrumentos (encuestas, entrevistas, guías de observación, registros de inventarios, etc.) que sirvió para la recolección y sistematización del dato empírico de campo. La aplicación de estos instrumentos se sustenta en aspectos teóricos metodológicos de la investigación acción. El procesamiento y análisis de los datos recuperados del campo se analizaron estadísticamente a través de tablas y cuadros de tabulación de frecuencia, de contingencia, gráficos de barra de pastel e histograma, a fin de articular los datos a nivel cuantitativo y cualitativo en el proceso de análisis.

La Encuesta.- La encuesta como técnica permitió obtener los datos de varias personas cuyas opiniones personales son de suma utilidad para el análisis del problema. Para ello se utilizó un listado de preguntas escritas que se entregó a las diferentes personas, a fin de que las conteste igualmente por escrito.

La Entrevista.- Mediante esta técnica se pudo obtener datos relevantes de las personas que intervinieron de forma directa en el proceso de mejoramiento del lugar.

1.16. Métodos Específicos y Particulares

1.16.1. La Turistificación.

La turistificación es el **“proceso por el cual se transforma un hecho histórico, social o cultural en un producto valioso para el mercado”** (Valencia, 2005) por lo tanto es importante que estos hechos contengan características que permitan promocionarlo.

De acuerdo a esta definición se puede decir que la turistificación es importante para el desarrollo del país y entre las más beneficiadas constan las comunidades y sectores rurales porque permite que el lugar se desarrolle como un atractivo turístico, de esta manera la turistificación ha influido en la vida cotidiana de los habitantes de los sectores rurales generando así cambios físicos en el lugar y proporcionando un nivel de ingresos económicos para la sociedad. La turistificación también comprende pasos importantes entre los que constan reconocer el lugar, el tiempo que se demora un turista en recorrerlo, si posee otros atractivos, entre otras, de esta manera se evalúa el lugar permitiendo saber si generará ingresos económicos y el país en el cual las empresas turísticas, como operadoras y agencias de viajes, ayudarán a desarrollar el lugar.

Este proceso ha permitido el desarrollo de algunos países del mundo como España que ha tenido un gran cambio gracias a este proceso y ahora en la actualidad es

uno de los países con mayor ingreso de turistas y un nivel económico alto gracias a esta actividad. Esta es una gran enseñanza que da el país ibérico y que los demás países deben tomar de ejemplo y optar por un proceso de turistificación, que está dando beneficios, ahora en la actualidad y en un futuro no muy lejano será como un boom, en que el turismo se desarrollará de una manera sustentable.

Las investigaciones relevadas en este capítulo dan un inicio de cómo debe ser caracterizado el proceso de definición y diseño de un producto cultural, étnico, histórico, e industrial, en el siguiente capítulo que es el estudio de campo, se dan a conocer los resultados respecto a la iniciativa de desarrollo del lugar, conociendo opiniones de los moradores, turistas y entidades gubernamentales mediante un análisis de participación.

CAPÍTULO II

DEFINICIÓN Y DISEÑO DE UN PRODUCTO HISTÓRICO, CULTURAL, ARQUITECTÓNICO E INDUSTRIAL: METODOLOGÍA

1.17. 2.1. Diagnóstico Situacional.

Ancón es un lugar que se encuentra en la zona de influencia turística denominada Ruta del Spondylus que es de gran importancia para el desarrollo turístico de la Provincia de Santa Elena, así como al posicionamiento que tiene en el mercado, y a brindar al turista la realización de diferentes actividades turísticas.

Este lugar posee interesantes elementos de índole histórico, cultural, arquitectónico, que merece la oportunidad que sean tomados en cuenta como base para el desarrollo de un turístico especializado, lo que conlleva a la generación de actividades productivas que ayudarán a que se incremente o mejore el status social de la comunidad como la de sus visitantes.

La cabecera Parroquial Ancón es considerada como un hito en cuanto a la explotación petrolera, así lo verifica el expediente técnico para la declaratoria de Ancón como Ciudad Patrimonial que fue desarrollado por el INCP (Instituto Nacional Patrimonial) pero también por la historia y arquitectura que posee el sitio. Al llegar a Ancón se puede observar con facilidad que la tipología arquitectónica, que data de los inicios del campamento petrolero, se encuentra conservada.

1.18. Inventarios Turísticos.

La realización del inventario se fundamenta en el método de Martínez Cárdenas Rogelio (2011) quien conceptualiza como:

“Una memoria ordenada de zonas, objetos o sucesos de interés turístico de un país o región, cuyo objetivo es identificar, caracterizar, valorar y jerarquizar un atractivo turístico que de las bases para planear, organizar y desarrollar un producto turístico dentro de determinada zona turística o con potencialidades en este ámbito”

A partir de esta conceptualización se realizó un registro de información en donde se detallaron los aspectos importantes del atractivo al igual que fueron evaluados. El inventario turístico se rigió bajo la metodología del Ministerio de Turismo del Ecuador ya que la parroquia cuenta con atractivos de áreas residenciales, operativas y administrativas por lo cual se encuentran dentro de la categoría manifestaciones culturales tipo histórico.

1.18.1. Jerarquización.

Después de realizar el inventario turístico y contar con la información necesaria se procedió a efectuar la jerarquización en la cual se aplica la escala que se muestra a continuación:

Jerarquía IV: Atractivo con rasgo excepcional, con alto significado para el mercado internacional, puede motivar un flujo masivo por sí mismo.

Jerarquía III: Atractivo excepcional, puede motivar por sí mismo a un flujo masivo de turistas nacionales, los visitantes internacionales pueden considerar en visitarlo.

Jerarquía II: Atractivos con algunos rasgos interesantes, que eventualmente pueden motivar al turista a visitarlo.

Jerarquía I: Atractivos que carecen de méritos y que no son suficientemente considerado por los visitantes pero parte del patrimonio turístico del país.

Para la evaluación se les da una respectiva calificación que permite conocer en que jerarquía se encuentra el atractivo y reconocer a qué tipo de mercado atraer. Los rangos son:

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

Al haber realizado los pasos anteriores, se procede a aplicar los criterios de agrupamiento o también llamados clustering en el que se determinará las posibilidades de combinación de atractivos y servicios, factores que constituyen el soporte para el diseño del producto, en este caso en lo histórico, cultural, arquitectónico y temático.

1.18.2. Caracterización de la planta e infraestructura complementaria

Para que el producto tenga posicionamiento en el mercado turístico es pertinente fortalecer la calidad del mismo, por lo tanto es necesario determinar la infraestructura complementaria al igual que la planta turística que son los principios fundamentales en cuanto al desarrollo del turismo actual.

Para que la planta turística tenga éxito deberá alcanzar como objetivo la satisfacción del cliente al igual de quienes lo ofertan. Por eso es importante que las edificaciones se encuentren en buen estado para brindar un excelente servicio al turista, tales como salas de exhibiciones, comedores, baños, servicios básicos, entre otros.

Además es necesario que se distribuyan correctamente los espacios de la planta e infraestructura complementaria, ya que aseguraría que se oferte un servicio de calidad y así obtener un flujo de demanda turística.

1.18.3. Líneas Estratégicas para la elaboración de las líneas de acción

Las líneas de estrategias permiten evaluar analíticamente los aspectos del análisis FODA construyendo aquellas fortalezas y debilidades en posibles soluciones para

incrementar el desarrollo turístico. Por lo tanto se consignó elaborar un eficiente plan de acción que ayudó a implementar opciones de como ofertar un producto.

Para la realización de las estrategias se consideró los aspectos relacionados con el tipo de producto, facilidades, el espacio requerido y los servicios ofertados; contando con la capacidad económica con la que cuenta el lugar, interrelacionando el producto con los atractivos y las actividades socio-económicas del lugar.

Los estudios realizados denotaron cual es el comportamiento del turista y espacio ya que son los factores fundamentales para el diseño estratégico que se orienta a las eficientes líneas de acción.

1.19. Análisis de los resultados; aplicación de las herramientas de turistificación

Cuando se crean nuevos productos de alta jerarquía, se considera un factor importante que es la competitividad, elemento que es indispensable dentro del mercado turístico, porque ayuda a que estos servicios día a día sean innovados para la satisfacción del cliente.

Por lo tanto se considera que estos elementos son fundamentales porque a partir de diferentes criterios analizados y estudiados que se realizaron mediante encuestas, se exponen cuáles son las preferencias y conducta de los visitantes.

Hay que tomar en cuenta que durante la temporada alta, la Provincia de Santa Elena recibe una gran cantidad de turistas y más en feriados como carnaval, fin de año y semana santa, lo cual ayudó a establecer el número de turistas que ingresan para visitar a Ancón, de esta manera se escogió el dato apropiado para las encuestas.

Según informaciones del GAD parroquial a esta zona ingresan 300 turistas de los cuales se tomaron como referencias un número de 150, aplicando la fórmula respectiva para la determinación de este valor.

Todas estas características son un importante aporte para que el diseño del producto sea considerado como una efectiva propuesta, en donde cada respuesta resaltó cuales son las expectativas de los consumidores. Se determinó utilizar los indicadores de género, edad, nacionalidad y sexo para dirigirnos e incentivar a las personas encuestadas y así determinar el mercado.

Todos estos aspectos ayudaron a que estos recursos turísticos sean difundidos, planteando estrategias para crear grandes expectativas en los consumidores. Hay que tener en cuenta que un lugar que quiere desarrollarse turísticamente debe contar con bienes que tengan como objetivo satisfacer las necesidades de los clientes.

El Diseño del producto turístico histórico, cultural, arquitectónico, temático, mediante recorridos de interés cultural en donde se puedan observar las diferentes infraestructuras llenas de historia que son considerados como atractivos estéticos del destino, que a la vez son ofertados dentro de un mercado.

Aplicando la metodología adecuada de los datos se procedió a analizar minuciosamente cada pensamiento de los encuestados para la aplicación correcta de las herramientas que se utilizan para el proceso de turistificación de un producto, por lo cual se efectuó la coordinación de los bienes tangibles e intangibles que posee el lugar junto con los servicios y actividades. Por lo tanto con la aplicación del clúster se agrupó los elementos mencionados anteriormente, que debidamente se promocionaron y comercializaron.

Con la implementación de esta herramienta se puede derivar una serie de actividades como caminatas, observación de objetos de interés histórico, cultural y arquitectónico, visitas a los servicios turísticos, conferencias, visitas al Centro de interpretación.

Se tomó en cuenta dentro de la planificación la forma de lograr que el turista visite el lugar por tal motivo se realizó un plan de marketing para alcanzar la promoción

del destino mediante la elaboración de folletos, página web, video promocional, vallas publicitarias, cuñas publicitarias, tv, entre otros para el beneficio turístico del sitio.

Además se implementaron líneas de acción para seguir promoviendo el turismo dentro de esta comunidad, que se realizaron mediante la aplicación de actividades y capacitaciones para los pobladores.

Lo interesante de esta propuesta es que en un futuro será contemplado en el ámbito turístico como algo novedoso por la distinción que contiene en cuanto a la cultura del país. Lo cual diversifica la oferta de la provincia al no solo tratarse de sol y playa; sino también en el contorno cultural, por lo cual se crea este proyecto que busca mostrar las características de este atractivo lo cual permitirá posicionarlo dentro del mercado turístico.

Se realizaron encuestas para pobladores y turistas al igual que entrevistas a las autoridades, preguntas que deben ser validadas para ser aplicadas correctamente.

1.19.1. Validación de la metodología aplicada.

Para conocer la imagen y el posicionamiento de la parroquia de San José de Ancón a efectos de definir el producto de la propuesta de tesis, se llevó a cabo una investigación de campo, tras aplicarse una prueba piloto, que valida la pertinencia y efectividad de los siguientes instrumentos: Encuesta a moradores y encuesta a turistas.

1.19.2. La encuesta piloto dirigida a los turistas.

La encuesta inicialmente contaba con 15 preguntas, la misma que tuvo algunas observaciones de estructura en su confección así como en la redacción de otras,

quedando establecida la nueva encuesta en 16 preguntas, habiendo modificado su redacción.

1.19.3. La encuesta dirigida a los moradores locales.

Inicialmente fueron 15 preguntas, las mismas que tuvieron algunas sugerencias de fondo y contenido, así como en la redacción de otras preguntas quedando estructurada la nueva encuesta en 16 preguntas, habiendo modificado la redacción de acuerdo a sus condiciones

Cabe recalcar que estos instrumentos fueron validados por los profesores de área de la UPSE (Universidad Estatal Península de Santa Elena) como: MSc. Enrique Palma Chenche, Licenciada Tania Aguirre Suárez Docente de la carrera de Hotelería y Turismo, y el Lic. León Valle Benjamín Wilson docente de Comunicación Social.

1.20. Población y Muestra.

Antes de establecer el muestreo poblacional primero se va a conceptualizar su significado e importancia en la investigación de tesis.

1.20.1. Población.

Según los autores Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio,(2010, pág. 45) mencionan que la población es el “Conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones”. La población que se estudió en este trabajo de investigación fueron los moradores de la cabecera parroquial Ancón, los servidores y turistas.

CUADRO 8: Universo Poblacional

SEGMENTO	CANTIDAD UNIVERSO	FUENTE
Habitantes	3120	www.inec.gob.ec/cpv/descargable/fasiculos_provinciales/santa_elena
Visitantes y Turistas	300	Sr. Rubén Pezo Zambrano-Vocal Principal del GAD Parroquial San José de Ancón
Servidores turísticos	31	Sr. Rubén Pezo Zambrano-Vocal Principal del GAD Parroquial San José de Ancón
Autoridades locales	7	Sr. Rubén Pezo Zambrano-Vocal Principal del GAD Parroquial San José de Ancón
TOTAL	3458	

Fuente: GAD parroquial San José de Ancón
Elaborado por: Tnlga. Mónica Piguave, 2013

1.20.2. Muestra

Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio (2010, pág. 69) consideran la muestra como el “**subgrupo de la población**”. Existen diferentes tipos de muestreo según lo menciona Paredes Garcés & Paredes de la Cruz (2011, pág. 38) entre los cuales están:

Muestreo Aleatorio Simple (o al azar): Cada uno de los individuos de una población tiene la misma posibilidad de ser elegido.

Muestreo Estratificado: Se divide la población en grupos o estratos y se selecciona al azar individuos de cada grupo.

Muestreo Intencionado: El investigador selecciona los elementos que a su juicio son representativos, lo cual exige al investigador un conocimiento previo de la población que se investiga.

Muestreo Mixto: Es una combinación de dos o más de los muestreos mencionados

Mediante las conceptualizaciones mencionadas anteriormente, según el análisis realizado se empleó el muestreo probabilístico porque permitió escoger una muestra de la población al azar. A partir del aleatorio simple, se aplicó la fórmula del Paredes Garcés & Predes de la Cruz, (2011).

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

SIMBOLOGÍA
n=tamaño de la muestra
e= error admisible
N= tamaño de la población

Nivel de confianza	95%	95,5%	99%	99,9%
Error	0,05	0,045	0,01	0,001
Z	1,96	2	2,58	3,29

$$n = \frac{3458}{(0.05)^2(3458-1)+1}$$

$$n = \frac{3458}{0.0025(3457)+1}$$

$$n = \frac{3458}{8.6425+1}$$

$$n = \frac{3458}{9.6425}$$

n=359

CUADRO 9: Resultados de la Muestra a Aplicar

SEGMENTO	TAMAÑO MUESTRA	%	INSTRUMENTO
Población	179	49.8%	Encuesta
Visitantes y Turistas	150	41.8%	Encuesta
Servidores turísticos	23	6.5%	Entrevista
Autoridades locales	7	1.9%	Entrevista
TOTAL	359	100%	

Elaborado por: Mónica Piguave, 2013
Fuente: Mónica Piguave Balladares

1.21. Presentación de los resultados de las encuestas.

Para la realización de las encuestas de los turistas se escogió el feriado del mes de Octubre porque fue un feriado de tres días donde la provincia de Santa Elena recibió turistas de diferentes lugares tanto nacionales como internacionales, los días que se desarrollaron las encuestas fueron el 11,12 y 13 del mes mencionado, de igual manera se aplicaron las encuestas para los moradores los días 14y 15 de Octubre.

Los resultados de las encuestas realizadas se mencionan a continuación:

1.21.1. Encuestas a turistas.

Cada una de las encuestas se encuentra dirigida bajo un objetivo, por el cual se realiza cada una de ellas. Para ello se planteó un objetivo que define claramente que se quiere obtener de este trabajo de campo, además esta información fue analizada críticamente para buscar las líneas de estrategias pertinentes para la

creación de nuevas actividades que ayuden al incremento de la demanda y oferta del lugar.

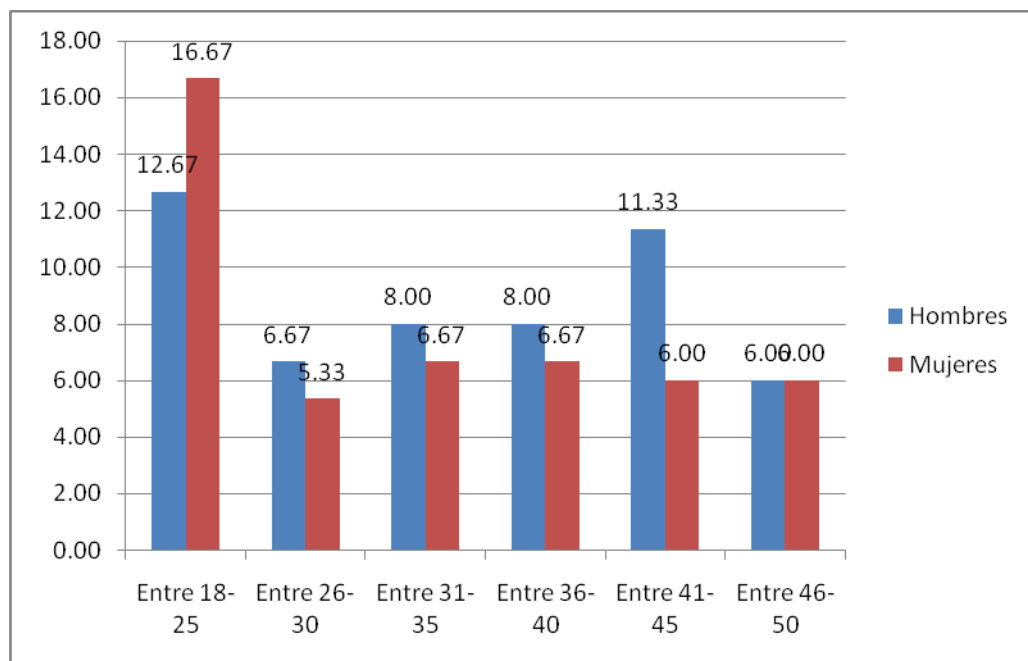
Se considera que las opiniones de estos grupos sirven también para el desarrollo de esta temática ya que son la parte integradora para que se lleve a cabalidad y éxito este trabajo.

A continuación se muestra el objetivo en cuanto al criterio de los turistas en cuanto al diseño de este producto en el ámbito cultural.

OBJETIVO: Obtener criterios de los turistas, que cavilan sobre la definición de un Producto Histórico, cultural, arquitectónico, temático para la Cabecera Parroquial de San José de Ancón.

1.- Edad y Género

GRÁFICO 1: Género y Edad de los Turistas encuestados



Fuente: Turistas
Elaborado por: Tnlga. Mónica Piguave Balladares, 2013

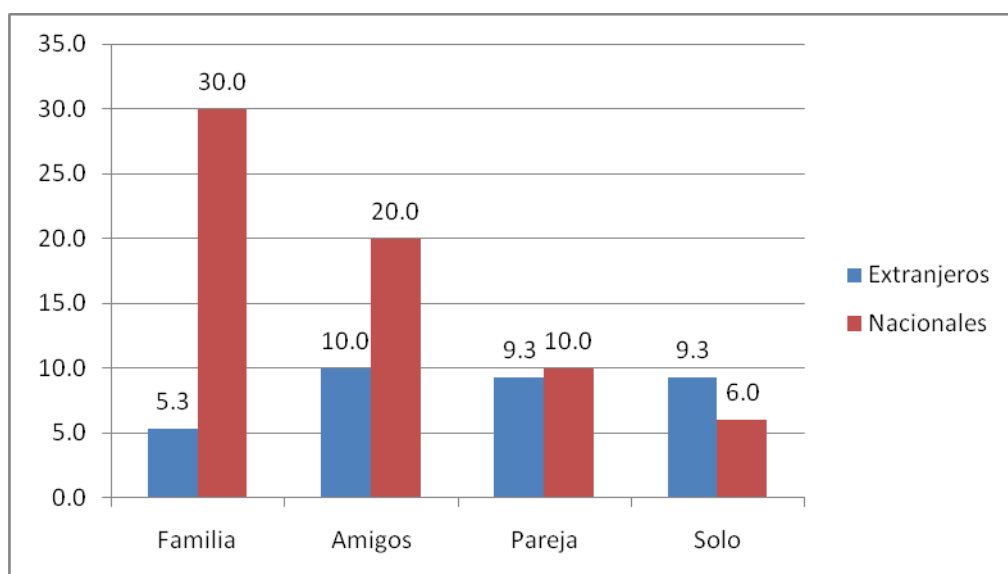
Para esta representación gráfica se relacionó las preguntas 1 y 2 que corresponden al género y edad, respectivamente, de los encuestados; se puede observar que el 52.67% de las personas fueron hombres, mientras que las mujeres solo tuvieron un 47.33%, cabe recalcar que el porcentaje se encuentra distribuido por edades como se puede observar con claridad en el cuadro.

Se encontraron muchos turistas que oscilaban entre la edad de 18-25 años, los mismos que tuvieron la amabilidad de responder a cada una de las interrogantes dando su punto de vista y criterio respecto a lo que podría promocionarse en Ancón, en cuanto al turismo de aprendizaje histórico que hace referencia a diferentes estilos de vida que existía en la comunidad.

Estos resultados son útiles para este trabajo de tesis puesto que reflejan la diversidad de opiniones, sobre esta propuesta, generada por los turistas de diferentes edades y género al momento de interrogarlos.

2.- Origen y Tipo de Viaje

GRÁFICO 2: Origen y muestra general de los turistas con quienes viajan



Fuente: Turistas
Elaborado por: Tnlga. Mónica Piguave Balladares, 2013

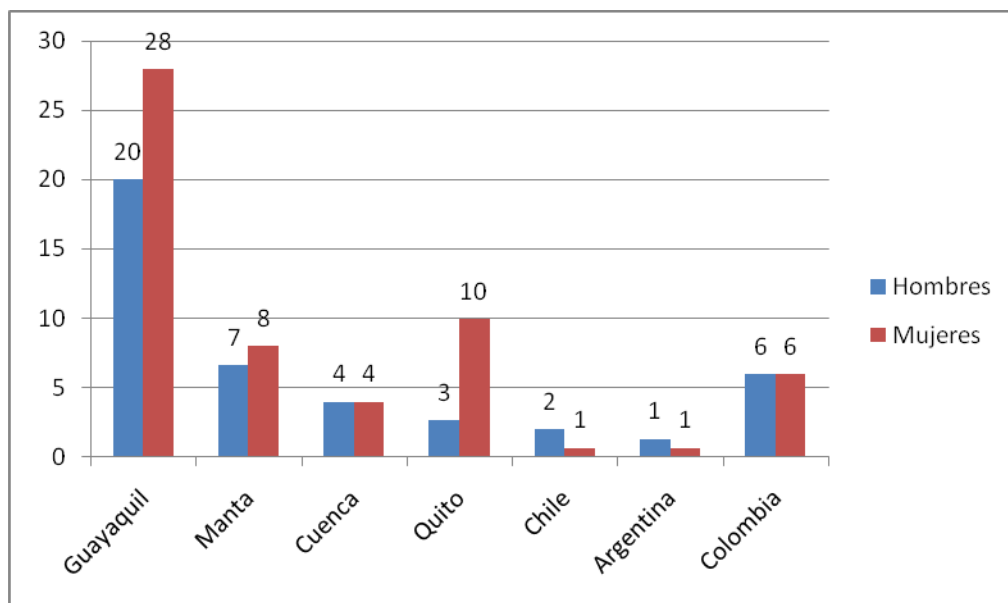
La relación de este gráfico es entre las preguntas 1 y 4 donde se verifica que el 5.3% de los extranjeros encuestados viajan más con su familias, el 10% viajan con sus amigos porque indican que pueden realizar muchas actividades sin límites, el 9.3% viaja con su pareja, y el 9.3% de los turistas les gusta viajar solo ya que ellos tienen el pensar que el viajar solo significa libertad. Eso es en cuanto a la opinión que los extranjeros tuvieron.

En cuanto a los turistas nacionales encuestados se obtuvo que al 30% les gusta viajar con la familia, el 20% enunciaron que viajan en unión con sus amigos, el 10% viajan en parejas y el 6% salen solos a disfrutar de las maravillas que ofrece el lugar. Mediante este análisis se pudo constatar que a muchos turistas les gusta disfrutar en unión familiar, ya sean tanto nacionales como extranjeros.

Los datos obtenidos permitieron que en esta propuesta se establezcan estrategias direccionadas a captar la atención de cada uno de estos grupos de turistas.

3.- Procedencia y género

GRÁFICO 3: Procedencia y Género de los turistas



Fuente: Turistas
Elaborado por: Tnlga. Mónica Piguave, 2013

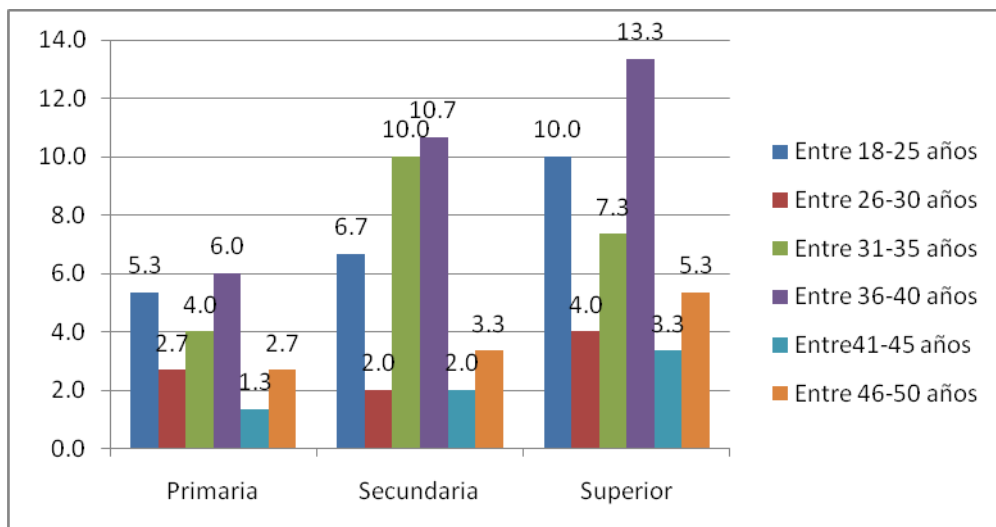
Como se puede mostrar en el gráfico el mayor número de personas que vienen a la Provincia sonde Guayaquil, es así que los hombres tienen un porcentaje de 26,67% y las mujeres un porcentaje de 28%. También se recibió visitantes de la ciudad de Manta como se observa en el gráfico con total de 22 personas dividiéndolos entre hombres 6.67% y mujeres 8%; de igual manera con la ciudad de Cuenca con un total de 12 visitantes, de los cuales se encuestó a 4% de hombres y 4% de mujeres y por último 19 personas procedentes de Quito teniendo 2,67% hombres y el 10% mujeres, esto es en cuanto a los visitantes Nacionales.

Mientras que en los turistas extranjeros se tiene un total de 51 personas procedentes de Chile de los que el 2% son hombres y el 0.67% mujeres, en cuanto a los argentinos el 1.33% son hombres y el 0.67% mujeres, y por último el 6% de encuestados colombianos son hombres y el otro 6% pertenece a las mujeres.

Se efectuó está interrogante para indagar de dónde procede la mayor cantidad de turistas y en base a esto plantear campañas promocionales que logren atraer o aumentar el flujo turístico de la comunidad de Ancón.

4.- Edad y Nivel de Estudio

GRÁFICO 4: Edad y Nivel de estudio de los turistas



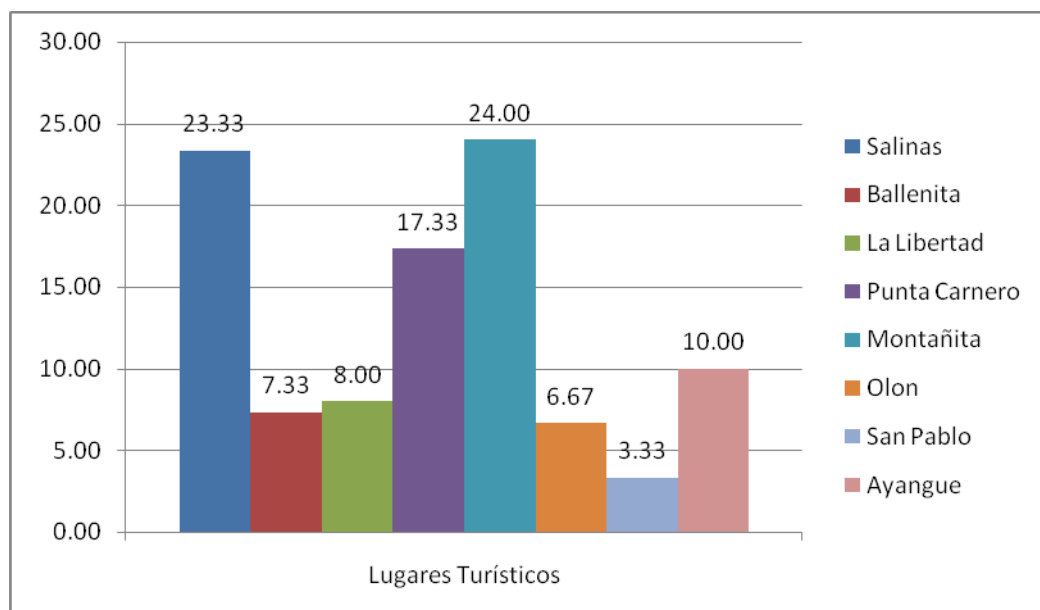
Fuente: Turistas
Elaborado por: Tnlga. Mónica Piguave Balladaress, 2013

El gráfico muestra que entre la edad de 18-25 años el 5.33% de los turistas mencionaron que tienen un nivel de estudio primario, el 6.7% cuenta con un nivel de estudio secundario o más bien conocido como bachillerato, y 10% en el nivel superior o profesional, lo que el análisis de este cuadro muestra que en esta edad la mayor parte de las personas poseen un grado superior de estudios educativos.

Al nivel primario le corresponde un porcentaje de 1.33%, en el nivel secundario se obtuvo un porcentaje estimado del 2% personas que solo estudiaron hasta el bachillerato y luego se dedicaron a formar una familia, en cuanto a nivel superior se puede mencionar que se obtuvo el 3.33% de los encuestados. Por último, se obtuvo que los turistas entre la edad de 46-50 años estudiaron sólo primaria con un porcentaje del 4% y en cuanto al nivel de estudio secundario el 3.33% enunciaron que solo obtuvieron el título de bachillerato, y el 5.33% estudió nivel superior. Se aplicó esta interrogante para conocer si se estaba encuestando a turistas que laboran en el área turística.

5.- Lugares Frecuentemente Visitados

GRÁFICO 5: Lugares turísticos más visitados



Fuente: Turistas

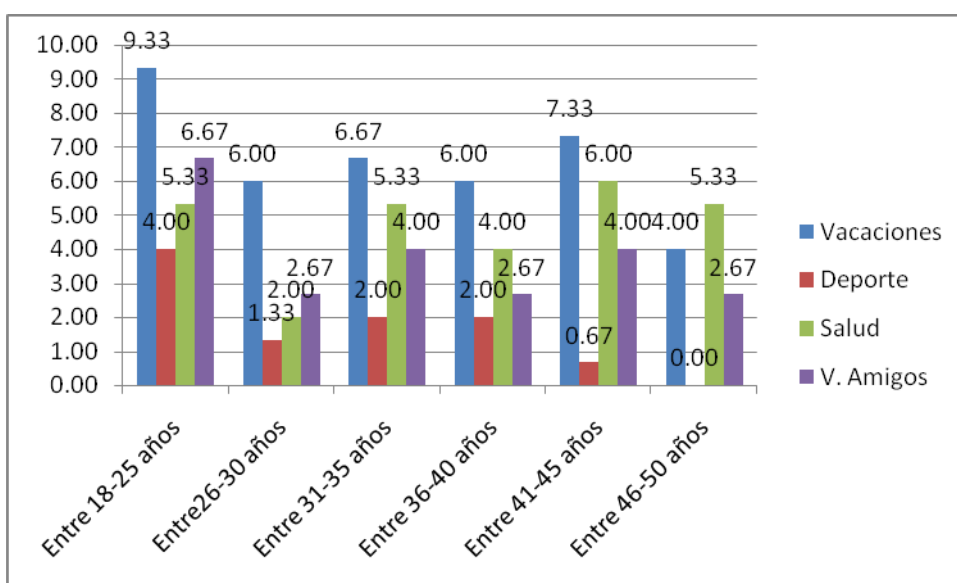
Elaborado por: Tnlga. Mónica Piguave, 2013

En relación a este gráfico se puede observar que Montañita sigue siendo el lugar más visitado por los turistas en la provincia de Santa Elena es por tal motivo que se obtuvo un porcentaje del 24%, en segundo lugar como destino turístico más visitado por los turistas está Salinas con un porcentaje del 23%; Punta Carnero con un 17.33%, el balneario de Ayangue también es un sitio que está siendo visitado por turistas gracias a la nueva imagen que posee, por tal motivo tiene un porcentaje del 10%, el cantón la Libertad tiene un porcentaje del 8%, seguido del balneario de Ballenita con un 7.33%, 6% a Olón, y por último con un 2% San Pablo.

Cada uno de los lugares anteriormente mencionados es visitado con frecuencia por los turistas ya que algunos de ellos son conocidos a nivel nacional como internacional, teniendo una gran demanda e imagen turística. Realizar esta interrogante permitió identificar los sitios turísticos que forman parte de la competencia ya que es un punto muy importante de tener en cuenta al momento de proponer nuevos productos como el de este trabajo de tesis.

6.- Edad y Motivo de visita

GRÁFICO 6: Edad y motivo de visita de los turistas encuestados



Fuente: Turistas

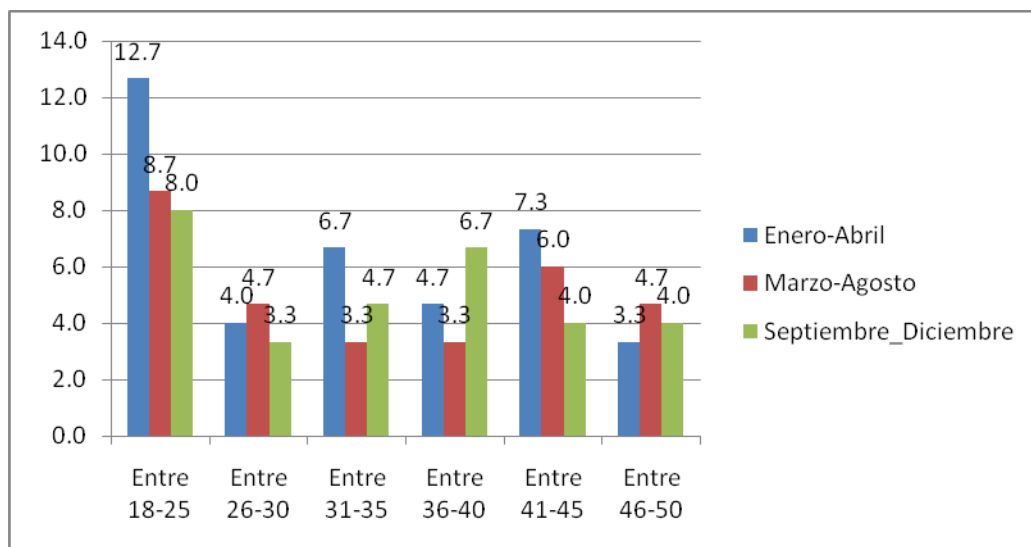
Elaborado por: Tnlga. Mónica Piguave Balladares, 2013

Según los datos y de acuerdo a las edades el motivo principal de viaje son las vacaciones con un total de 43.33%. Además los turistas mencionaron sus diferentes preferencias como las siguientes: el 24.67% realizan sus viajes por salud, en cuanto el 22.67% es por motivo de visitas a amigos, y por último 10% lo realiza para practicar deportes. Este comportamiento refleja la tendencia hacia una diversificación del mercado y al fraccionamiento de las vacaciones ya que se viaja en períodos más cortos y por diversos motivos.

Este crecimiento se produce fundamentalmente por las oportunidades que se presentan para efectuar viajes de ocio, recreo o vacaciones, más en temporadas de feriados donde todos aprovechan un momento de relax junto a sus amigos o familiares, frecuentemente los de edad entre 18-25, les interesa salir a conocer los diferentes atractivos con los que cuenta el lugar. Los que vienen por negocios, realizan las actividades que por fuerza les hace viajar, pero aprovechan tal oportunidad para recorrer el lugar. Esta interrogante benefició este trabajo de tesis ya que facilitó el planteamiento de actividades que sean agradables para el turista.

7.- Edad y Época del año

GRÁFICO 7: Edad y época del año que viajan los turistas



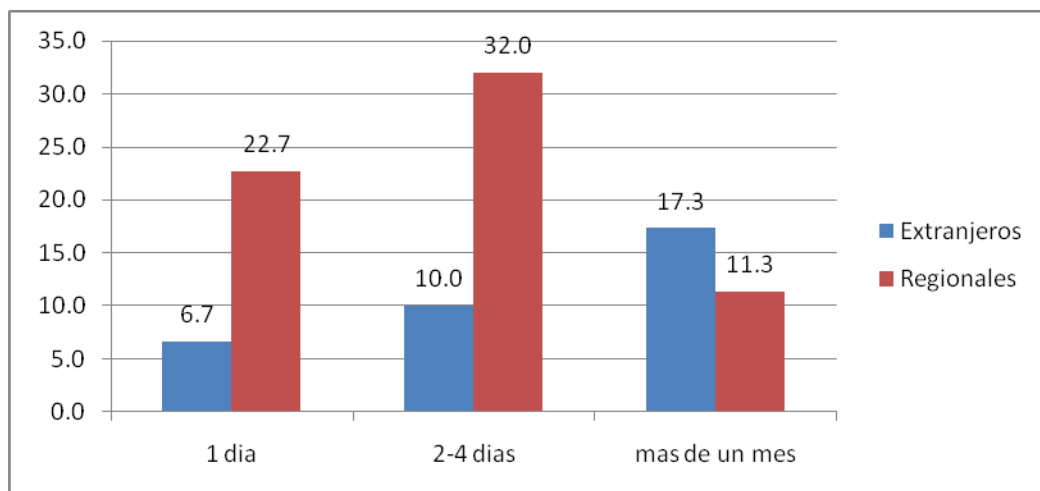
Fuente: Turistas
Elaborado por: Tnlga. Mónica Piguave Balladares, 2013

Los turistas de la edad de 18-25 años prefieren los meses de Enero y Abril, el 12.7% de ellos indican que les gusta aprovechar estas fechas porque es temporada alta y pueden relacionarse con personas de diferente índole, mientras que las personas de 41-45 años con el 7.33% vienen estas fechas por motivo de carnaval o apertura de temporada como se conoce, seguido de la edad entre 31-35 años con un 6.67% que opinan lo mismo, luego los datos de las edades restantes indican que el 13% acuden en otros meses a visitar el lugar.

Los meses de Septiembre a Diciembre los turistas de edad de 18-25 años deciden viajar porque las playas no se encuentran muy saturadas y pueden disfrutar más de ellas, en cambio entre la edad de 31 a 35 años piensan que los meses de Marzo hasta Agosto son tranquilos ya que es considerada como temporada baja y de esa manera se les hace fácil disfrutar del lugar. Muchos de los visitantes prefieren viajar para las vacaciones ya que es una mejor opción para que los estudiantes sean recompensados en cuanto al esfuerzo de sus estudios, regalándoles un momento de relax junto con un ambiente agradable. Con esta información se pudo considerar en que meses del año se podría tener mayor cantidad de turistas y en que rango de edad se encontrarían.

8.- Nacionalidad y Tiempo de Estadía

GRÁFICO 8: Nacionalidad y Tiempo de Estadía



Fuente: Turistas

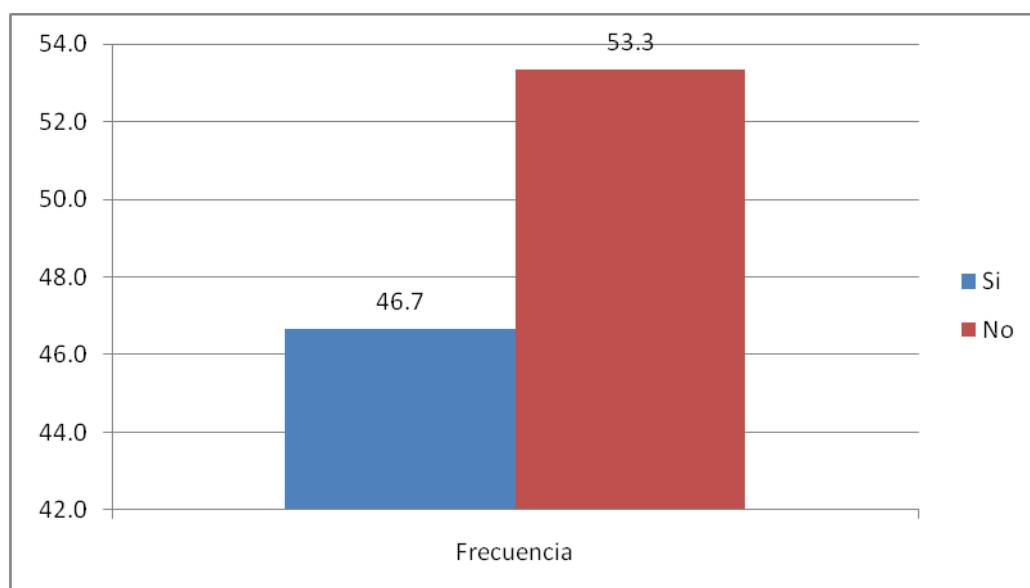
Elaborado por: Tnlga. Mónica Piguave Balladares, 2013

Según el gráfico el 17.33% de los turistas extranjeros visitan la provincia y se quedan a disfrutar del lugar aproximadamente por un mes e indicaron que de esa manera pueden aprovechar el tiempo para conocer los diferentes lugares que se pueden visualizar a lo largo del perfil costanero conocido como la Ruta Del Spondylus, en cambio el 32% de los turistas nacionales visitan el lugar por 2 a 4 días donde ellos aprovechan la temporada de vacaciones y feriados para disfrutar de las hermosas playas con sus familiares. Se indicaron los porcentajes más altos en cuanto el tiempo de estadía de los visitantes recalcando que también existen personas extranjeras que el 6.7% enunciaron que se quedan en el lugar un día, en cuanto el 10% se quedan de 2-4 días.

El 22.7% de los turistas nacionales viajan solo por un día, mientras que el 11.3% se quedan por un mes pero frecuentemente son aquellos que visitan a sus amigos. Los porcentajes obtenidos en esta interrogante permitieron determinar qué cantidad de actividades podrían ser ofertadas a los turistas, según el tiempo que tengan los mismos para realizarlas.

9.- ¿Conoce o ha escuchado de la Parroquia de San José de Ancón?

GRÁFICO 9: Reconocimiento de la Cabecera Parroquial Ancón



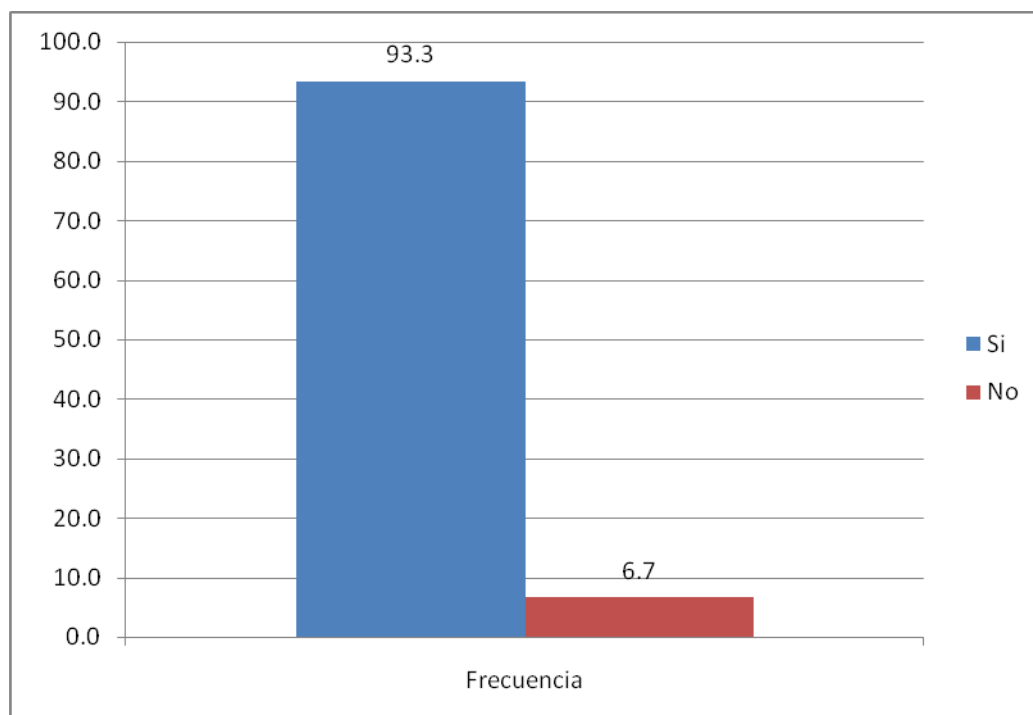
Fuente: Turistas
Elaborado por: Tnlga. Mónica Piguave Balladares, 2013

De acuerdo a lo que indica el gráfico se puede constatar que el 46.7% de los turistas conocen Ancón, la razón es porque a veces se dirigen por esa ruta para llegar hacia Anconcito y de esa manera llegar a las playas de Punta Carnero; mientras que el 53.3% de los encuestados no conocen de esta Parroquia, lo cual demuestra que no es muy visitada.

Aunque en ciertas ocasiones en la Parroquia se llevan a cabo eventos donde muchas personas acuden para disfrutar, uno de ellos fue la realización de la feria de turismo, a la misma asistieron personas de diferentes partes de la Provincia, esto les dio la oportunidad de conocer el lugar y lo interesante de las infraestructuras arquitectónicas que se encuentran a simple vista. Esta pregunta sirvió para tener conocimiento de la cantidad de turistas que ha visitado Ancón.

10.- ¿Le gustaría conocer Ancón?

GRÁFICO 10: Aceptación de los turistas hacia la Cabecera parroquial Ancón



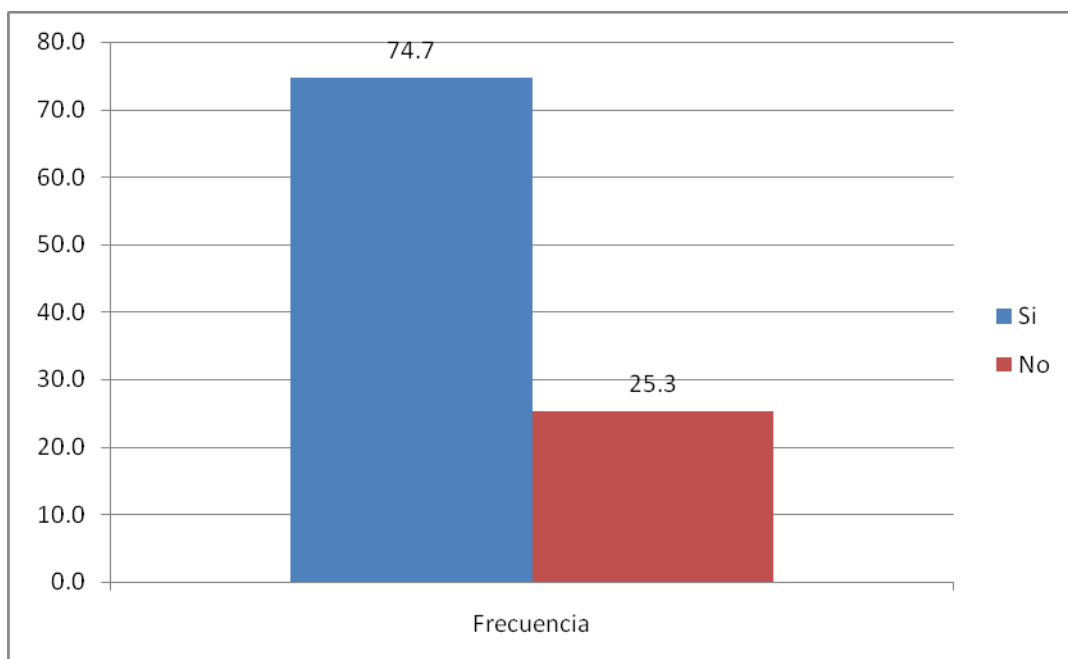
Fuente: Turistas
Elaborado por: Tnlga. Mónica Piguave Balladares, 2013

El gráfico muestra que el 93.33% de los turistas contestó que sí les gustaría conocer la parroquia porque le encantaría visitar lugares nuevos y llamativos en cambio el 6.67% de los turistas encuestados mencionó que no le gustaría porque no le llama la atención lo cultural.

Es muy importante esta pregunta para el desarrollo de la propuesta, porque nos da a entender que si en este lugar se implementa todo lo necesario que fortalezca su oferta como destino turístico las personas se animarán a visitarlo, un indicio de esto es la cantidad de respuestas afirmativas que dieron los encuestados. Además esto ayudará a que las autoridades se preocupen en desarrollar el turismo en la comunidad, para mejorar la vida de los moradores y conservar el patrimonio que tiene el lugar.

11.- ¿Usted cree que en la parroquia de San José de Ancón se podrá desarrollar un turismo étnico cultural e industrial?

GRÁFICO 11: Desarrollo del Turismo histórico, cultural, étnico, arquitectónico e industrial en Ancón



Fuente: turistas

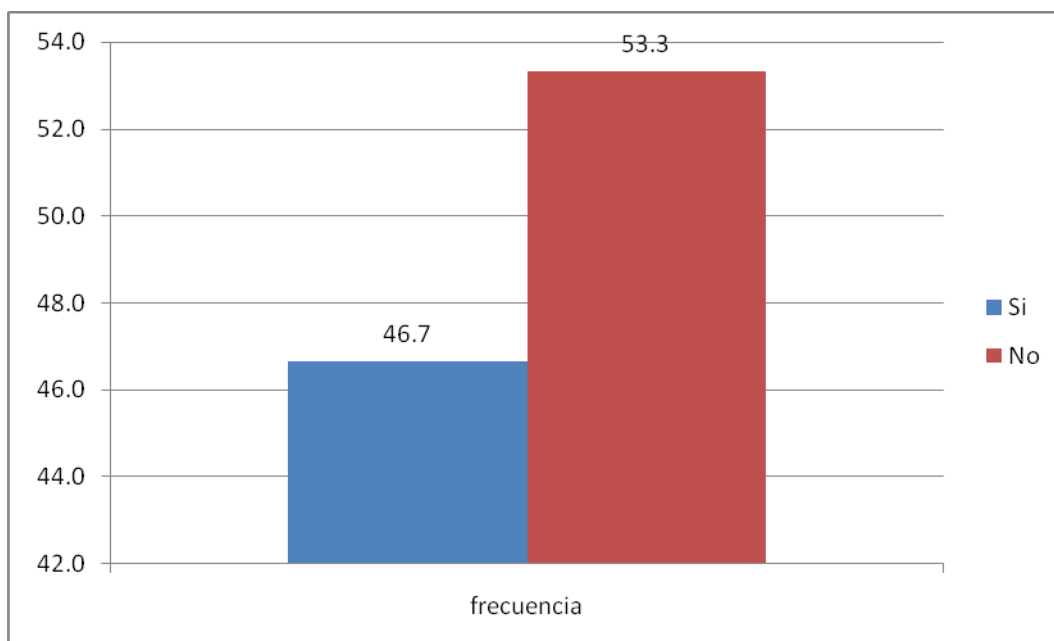
Elaborado por: tnlg. Mónica Piguave Balladares, 2013

El 74.6% de los turistas mencionaron que en la Parroquia si puede desarrollarse el turismo étnico, cultural e industrial ya que este lugar cuenta con las características necesarias para que se promocioe este tipo de turismo, pero como se observa en el gráfico 25.33% de visitantes estima lo contrario ya que la parroquia debería contar con profesionales capacitados en el área y además con mucho apoyo de parte de las autoridades.

La opinión de los turistas es importante ya que la mayoría indica que Ancón se puede desarrollar turísticamente. Además les resulta interesante conocer más sobre el turismo étnico, cultural e industrial porque les gusta enriquecer sus conocimientos aprendiendo como personas de otros lugares quisieron implantar su cultura en Ancón. Esta interrogante favoreció la propuesta permitiendo que se planteen actividades que involucren la cultura, lo étnico e industrial que posee la Parroquia.

12.- ¿Ha escuchado usted sobre la historia de la Parroquia?

GRÁFICO 12: Discernimiento sobre la Historia de Ancón



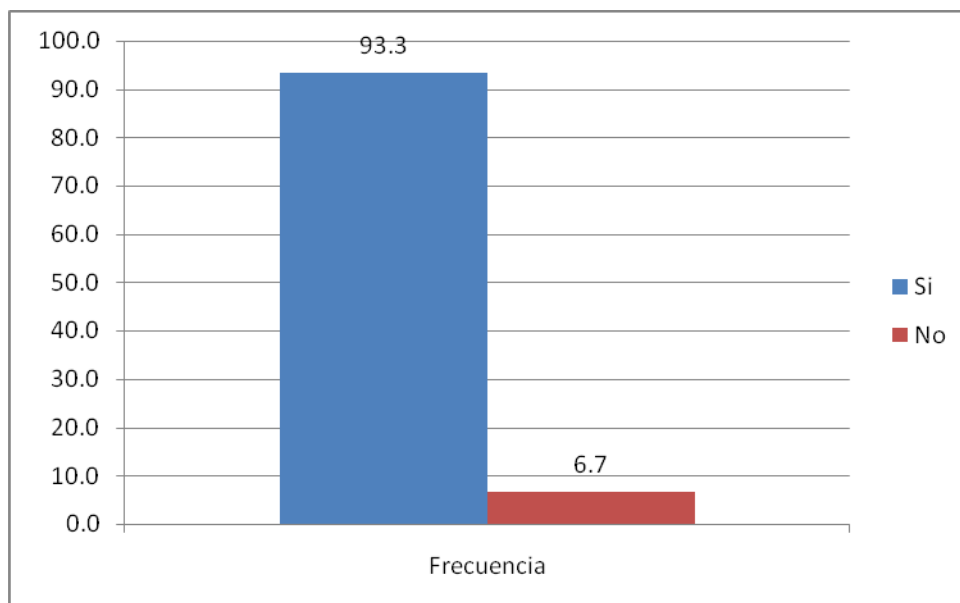
Fuente: Turistas
Elaborado por: Tnlga. Mónica Piguave, 2013

Según la información que denota el cuadro el 46.7% de los turistas conocen la historia de San José de Ancón porque tienen amigos que son del lugar y les han relatado algo sobre el sitio donde viven ellos, en cuanto a los turistas que no conocen la historia se tiene un porcentaje del 53.3% ellos no han escuchado nada relevante sobre el territorio, situación que se vuelve importante para aquellos turistas que desean saber del sitio.

Es así que casi la mitad de turistas ha escuchado algo sobre la historia de Ancón aunque solamente lo básico, pero más del cincuenta por ciento nos indicaron que no conocen absolutamente nada sobre el sitio, es muy triste porque no saben de cómo en el país se explotó el primer pozo petrolero, recurso que hoy en día es indispensable para su desarrollo. Además no reconocen que en tierras ecuatorianas también habitaron ingleses quienes hicieron que muchas personas adoptaran sus normas. De esta forma estos resultados facultan que dentro de la propuesta se planteen estrategias que involucren la historia de Ancón.

13.- ¿Cree usted que es importante recordar la cultura autóctona del lugar?

GRÁFICO 13: Importancia de la cultura autóctona del lugar



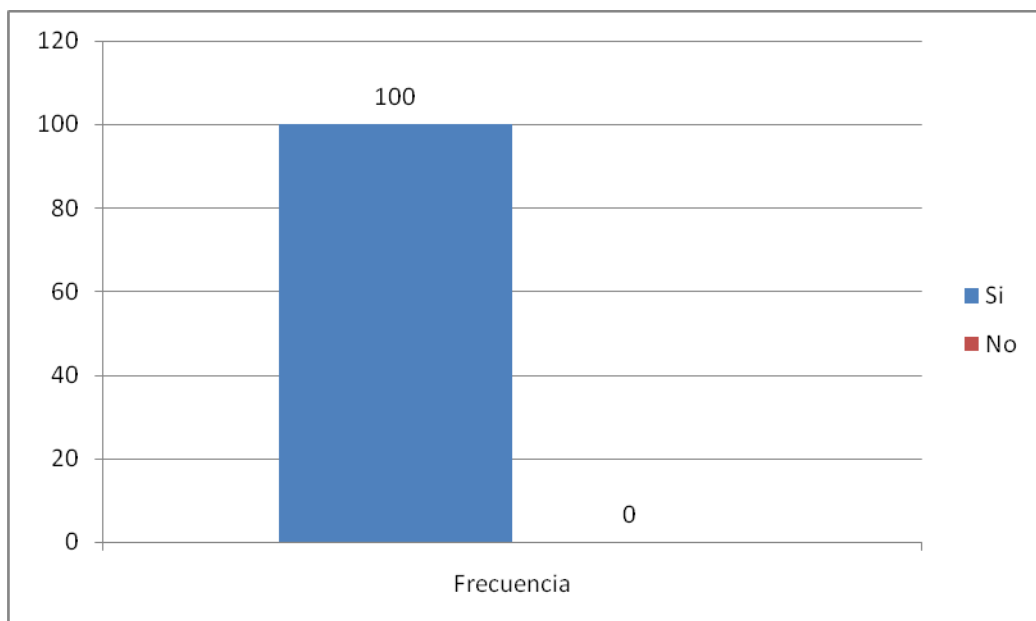
Fuente: Turistas
Elaborado por: Tnlga. Mónica Figuave Balladares, 2013

De acuerdo con el cuadro estadístico el 93.33% de los turistas creen que la cultura autóctona del lugar es importante e indispensable ya que es la identificación cultural de este sitio y es lo que le hará trascendental y llamativo, además es importante recalcar que el 6.7% del universo encuestado piensa que la cultura se va perdiendo y es imposible recordarla por lo que sería inadmisible perder este recurso.

Es importante reconocer que para todos los pueblos rescatar la cultura que los diferencia de los demás es indispensable ya que gracias a ello cultivan la curiosidad de las personas, lo cual motiva a visitar el lugar. En Ancón la historia se refleja en cada una de las infraestructuras que dejaron los ingleses, las mismas pueden ser usadas como atractivos turísticos. Fue necesario realizar esta pregunta ya que la cultura forma parte importante del producto que se propone en este trabajo de grado.

14.- ¿Cree usted que las estructuras construidas por ingleses como: casas, clubs, entre otros pueden ser utilizadas como un atractivo turístico cultural?

GRÁFICO 14: Ancón como producto patrimonial y promoción turística



Fuente: Turistas
Elaborado por: Tnlga. Mónica Piguave Balladares, 2013

El 100% del universo encuestado supo decir que las estructuras construidas por los ingleses podrían ser un atractivo llamativo para los visitantes por la diferencia que ha de tener con las que se ve en otros lugares, asimismo ellos se imaginan que es como estar en el ambiente de los ingleses. Además este cuadro estadístico ayuda a conocer la aceptación que tienen los atractivos culturales dentro de la Parroquia, por la admiración que causa al mencionarlo a los visitantes.

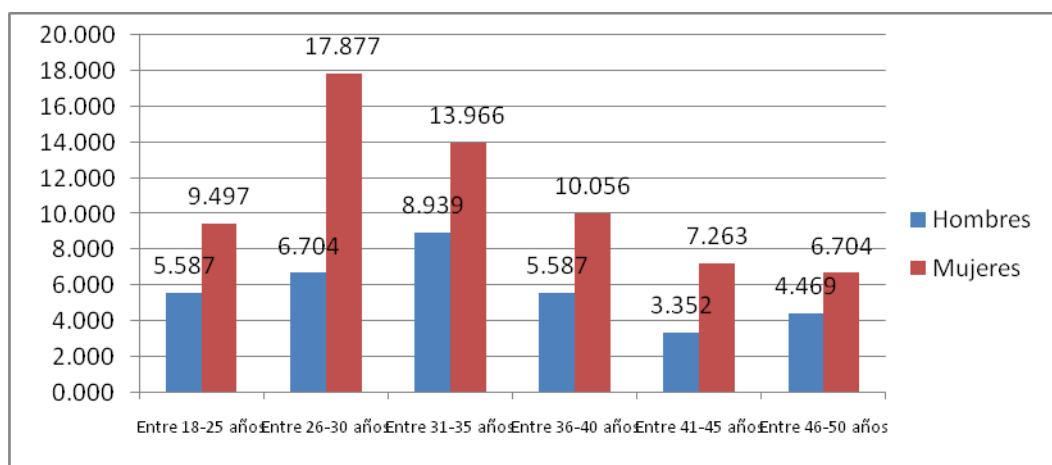
Los resultados interpretados anteriormente recalcan que muchos proyectos son factibles para el desarrollo de las comunidades, comprendiendo así que todos los instrumentos son indispensables para el buen vivir de la comunidad. Lo importante es que en el sitio se puede promover el turismo arquitectónico, mostrando aquellas edificaciones que marcan una historia importante y que se caracterizan por su forma y estructura.

1.22. Encuestas a Moradores

Objetivo: Adquirir conocimientos de los moradores, de cómo contribuirían en la elaboración del Diseño de un producto Turístico Histórico, Étnico, cultural, arquitectónico e industrial para Ancón.

1.- Edad y Sexo

GRÁFICO 15: Edad y Sexo de los moradores encuestados

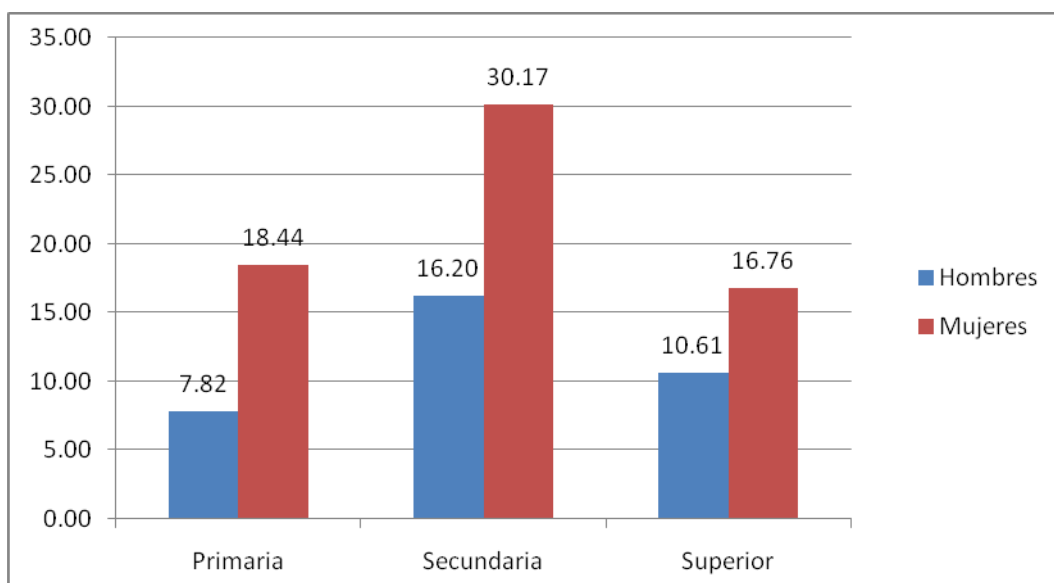


Fuente: Moradores de la Cabecera Parroquial Ancón
Elaborado por: Tnlga. Mónica Piguave, 2013

Según la información de los moradores encuestados se ha relacionado la pregunta 1 y 2, se encuestaron más mujeres que hombres entre la edad de 26-30 años de edad, como demuestra el gráfico en los datos estadísticos. Esto se debe a que este grupo de personas son las que frecuentemente se encuentran en sus hogares realizando sus quehaceres, además son personas que conocen muy bien su lugar de origen, por ello pudieron brindar información veraz sobre la Cabecera parroquial. Se efectuó esta pregunta para diferenciar entre las edades y el género de los turistas encuestados ya que resulta importante para la propuesta conocer sus opiniones sobre la misma.

2.- Nivel de Estudio y Género

GRÁFICO 16: Nivel de Estudio y género de los encuestadores



Fuente: Moradores de la Cabecera Parroquial Ancón
Elaborado por: Tnlga. Mónica Piguave, 2013

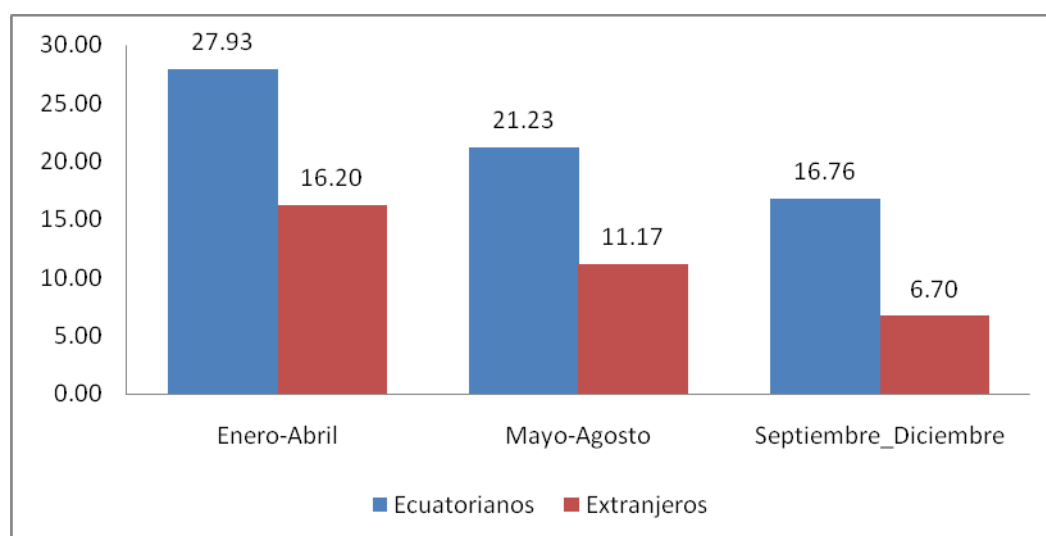
De acuerdo con los datos estadísticos expuestos tanto en la tabla como el gráfico se puede enunciar que se escogieron dos ítems como son el nivel de estudio y el género de los encuestados, en cuanto al nivel de estudio el 30.17% de las mujeres solo han estudiado hasta la secundaria, en cuanto el 16.20% de los hombres también cuentan con nivel secundario.

Hombres y mujeres que han sido encuestados cuentan con estudios secundarios, según el análisis de los datos estadísticos. Por lo tanto los moradores estuvieron dispuestos a dar la información contundente en el momento que se realizaban las preguntas dando respuestas específicas y claras, lo que hizo que se realizara con más facilidad la interpretación de cada una de ellas.

Gracias a esta información se podrá tomar decisiones de cómo establecer un nuevo producto turístico en Ancón.

3.- Nacionalidad y época de visita

GRÁFICO 17: Tiempo de visita, nacionalidad según opinión de los encuestados



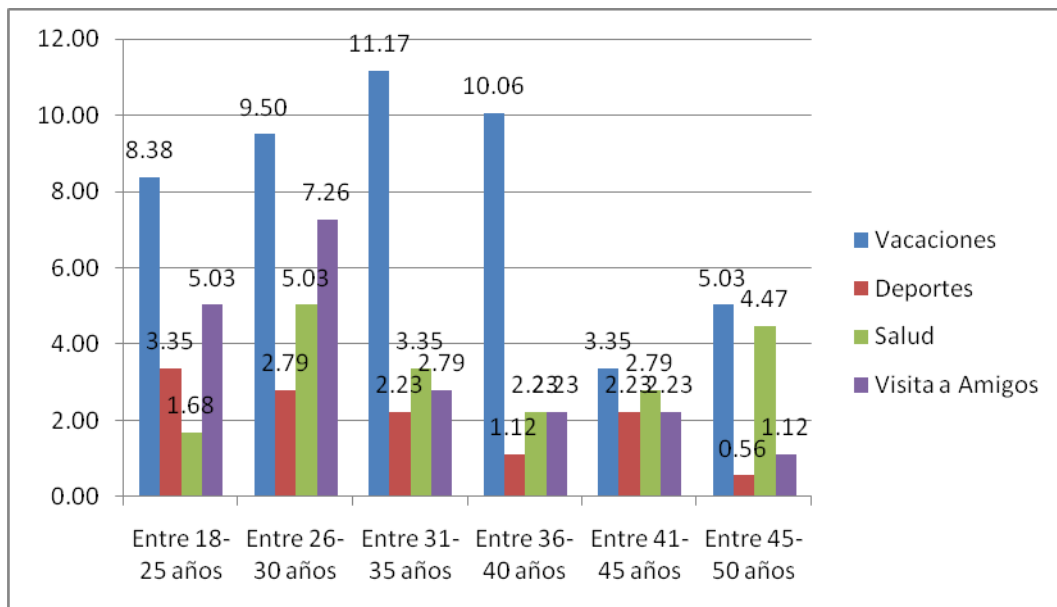
Fuente: Moradores de la Cabecera Parroquial Ancón
Elaborado por: Tnlga. Mónica Piguave, 2013

Como se aprecia en el gráfico se ha relacionado dos preguntas la época del año en que más visitan los turistas, el lugar y la nacionalidad de los mismos. Según la opinión de los moradores el 27.93% de los turistas extranjeros visitan el lugar en los meses de Enero – Abril porque a ellos les gusta disfrutar de la temporada de carnaval y los eventos que se realizan. Según el porcentaje obtenido por las respuestas de los moradores el 11.17% de turistas que visita Ancón en los meses de Mayo – Agosto son de otra nacionalidad, por último, de acuerdo al criterio de

los encuestados, se obtuvo que el 6.70% de turistas extranjeros arriba a la Parroquia desde Septiembre a Diciembre. En cuanto a los turistas nacionales los moradores expusieron que la mayoría visitan el lugar en los meses de Enero-Abril ya que a muchos de ellos les encanta disfrutar con su familia de las vacaciones, el 21.23% de los encuestados piensan que a partir de Mayo – Agosto es otra época alta en que los turistas visitan el lugar por la llegada de las ballenas, finalmente el 16.76% de los turistas nacionales vienen a disfrutar de la época navideña. Con esta pregunta se estableció en que épocas del año prefieren los turistas tanto nacionales como extranjeros visitar Ancón, a partir de la opinión de los encuestados.

4.- Edad y Motivo de Visita

GRÁFICO 18: Motivo de visita y Edad de los moradores



Fuente: Moradores de la Cabecera Parroquial Ancón
Elaborado por: Tnlg. Mónica Piguave, 2013

Los moradores encuestados entre la edad de 31-35 años mencionan que el 11.17% de los turistas visitan más el lugar por motivo de vacaciones ya que ellos lo hacen en conjunto familiar, en cuanto al deporte 3.35% se destaca entre la

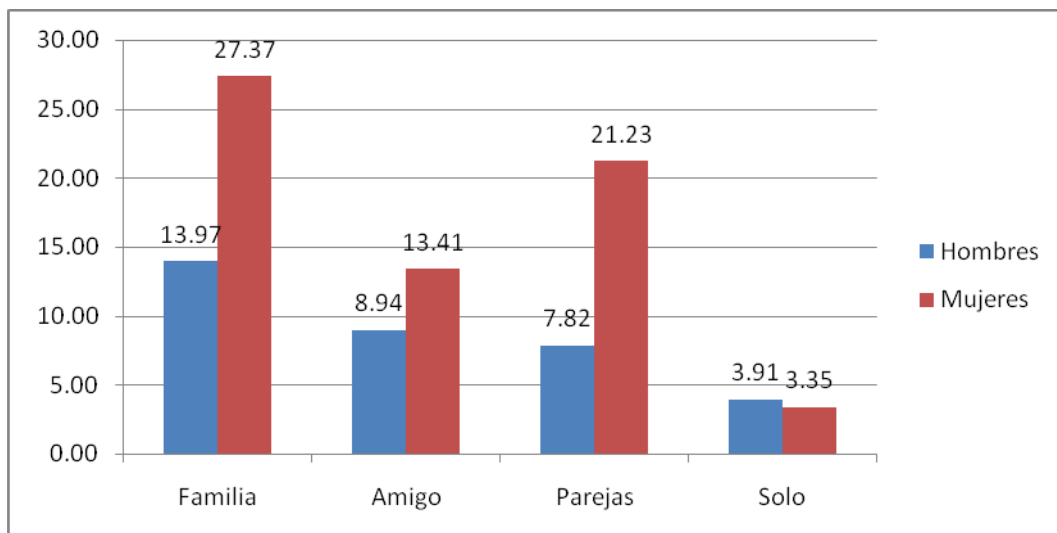
edades de 18-25 indicando que los turistas vienen a realizar diversos tipos de deportes.

Los encuestados entre la edad de 41-45 años revelaron que un 2.79% de visitantes vienen por motivo de salud, y por último los moradores de 26-30 años de edad mencionaron que los turistas acuden a visitar a sus familiares y de ahí aprovechan su estadía para disfrutar de las playas.

Los moradores incluyeron que los visitantes acuden al lugar para relajarse del estrés que tienen por el trabajo, además de pasar un día en unión familiar, por eso escogen un lugar donde se puedan observar cosas maravillosas de la naturaleza como lo es el mar. Con esta interrogante se pudo indagar sobre cuánto sabían los habitantes de la parroquia respecto al motivo de viaje de los turistas.

5.- Tipo de Viaje y Género

GRÁFICO 19: Tipo de Viaje y Sexo de los Moradores



Fuente: Moradores de la Cabecera Parroquial Ancón
Elaborado por: Tnlga. Mónica Piguave, 2013

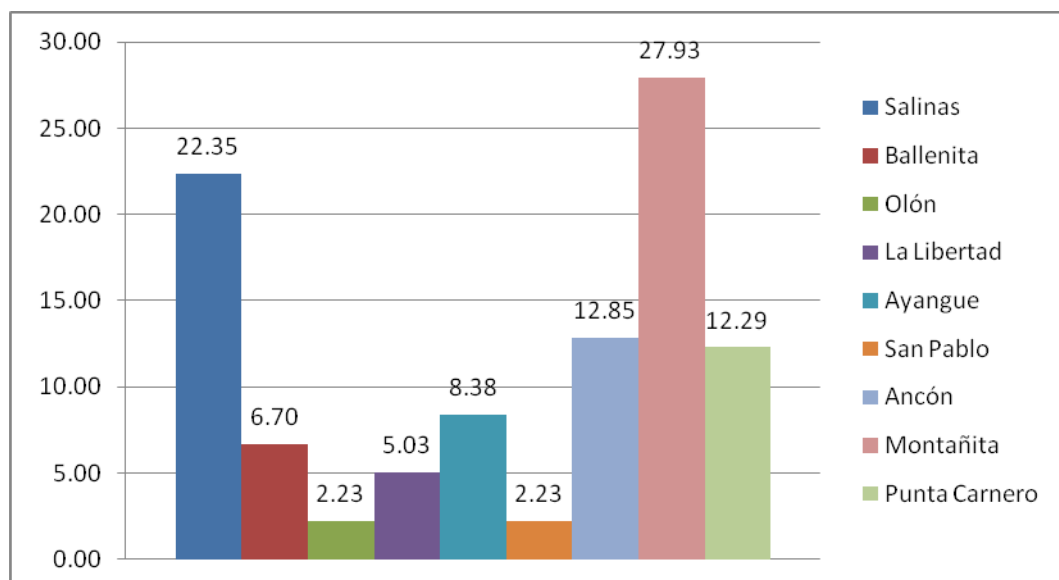
El 13.97% de los encuestados comentó que los turistas prácticamente viajan con sus familiares, el 8.94% especulan que los visitantes constantemente lo hacen con

amigos, y por último el 7.82% y el 3.91% restante deliberan que viajan en parejas y solos respectivamente.

También el 27.37% de las personas de género femenino encuestadas recalcaron que los turistas viajan en familia, 13.41% de las mujeres indican que el turista realiza el viaje con sus amigos, en cuanto el 21.23% de las mujeres mencionaron que las personas realizan su viaje en pareja ya sea para disfrutar de su luna miel o unión libre, y por último el 3.35% de las señoras mencionan que es tan usual que los turistas viajen solos. La mayoría de los moradores comentaron que a muchos turistas les gusta viajar con sus familiares para disfrutar un momento de relax y de compartir con los seres queridos en un lugar donde se respira el aire puro y se aprecia la hermosura de la naturaleza.

6.- Lugares más frecuentados por los turistas

GRÁFICO 20: Lugares más frecuentados por los turistas según los moradores



Fuente: Moradores de la Cabecera Parroquial Ancón

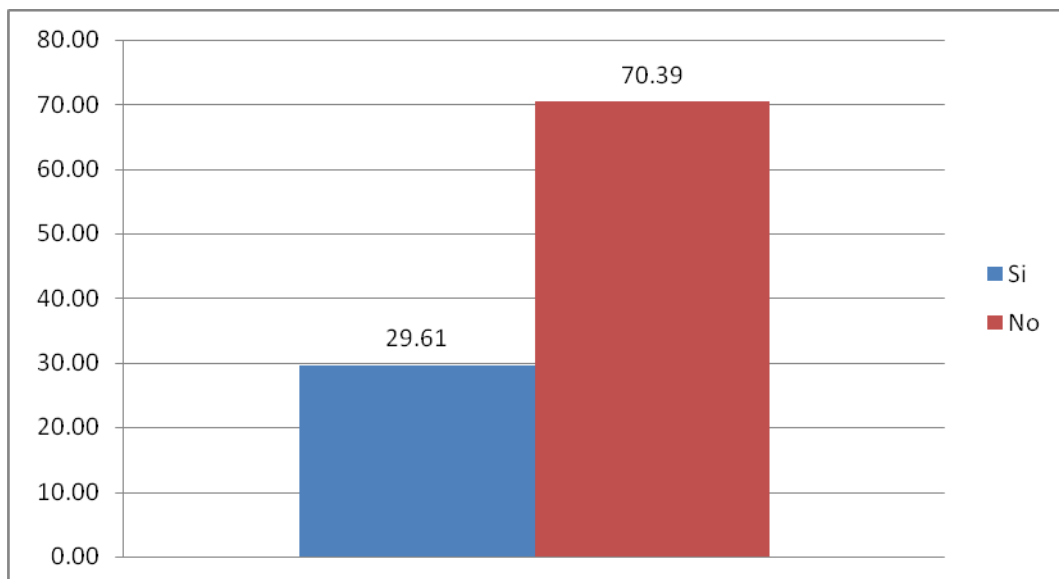
Elaborado por: Tnlga, Mónica Piguave, 2013

Como se puede apreciar en el gráfico según el criterio de los moradores el 27.93% de los visitantes prefieren visitar el balneario de Montañita porque lo conocen como un lugar donde las personas pueden disfrutar de diversas actividades tanto

deportes de riesgos como de mucha diversión, en segundo lugar se encuentra Salinas ya que es un sitio muy reconocido por los turistas por las pacíficas aguas que poseen sus playas por lo que el 22.35% acude a ese destino, de acuerdo a la opinión de los moradores. Otro de los lugares más visitado es Ancón quedando este en tercer lugar mencionado por los pobladores con un 12.85%, siguiendo así Punta Carnero con un 12.29%, el balneario de Ayangue con un 8.38%, seguido por Ballenita con un 6.70%, La Libertad 5.03%, Olón 2.23% y por último está San Pablo con el 2.23%. De acuerdo a la observación de la tabla los moradores consideran que Ancón está siendo visitado ya que se están realizando eventos como el Día de turismo que se realizó en la misma fecha que se celebra.

7.- ¿Usted cree que los turistas conocen la Parroquia de San José de Ancón?

GRÁFICO 21: Conocimientos de los moradores, en cuanto los turistas conocen Ancón



Fuente: Moradores de la Cabecera Parroquial Ancón
 Elaborado por: Tnlga. Mónica Piguave, 2013

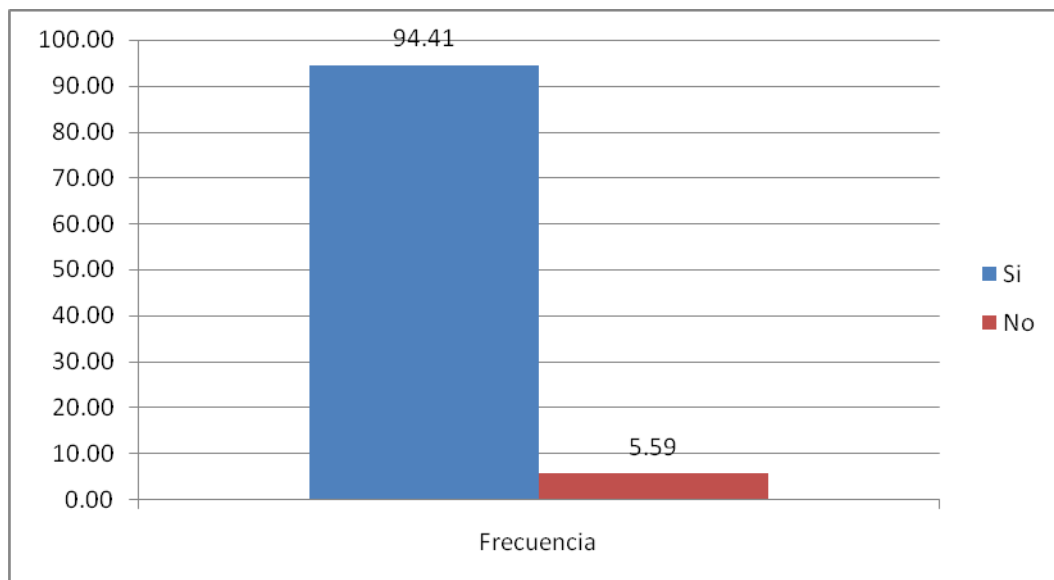
Los moradores expresan que el 70.39% de los turistas no conocen la parroquia, y el 29.61% piensan que si conocen Ancón porque algunas veces los turistas pasan por el lugar para evitar el tráfico que hay por la vía directa de la Provincia hacia Guayaquil en temporada o feriado, por lo que toman como opción la carretera que

pasa por Ancón. Es por tal motivo que se deben crear estrategias de como promocionar el lugar, para que las personas tengan conocimiento de la importancia del sitio y más para aquellas personas que les gusta conocer nuevos espacios que guarden una gran historia.

Muchos de los moradores indicaron que sería muy gratificante para ellos si es que muchos turistas ingresan al lugar ya que podrían incrementar las plazas de trabajo que hace mucha falta para ellos, y aseguran que Ancón cuenta con los recursos necesarios para ser un producto turístico más de la provincia de Santa Elena. A partir de los resultados obtenidos en esta pregunta se pudo idear estrategias que promocionen a Ancón como destino turístico.

8.- ¿Cómo morador de la Parroquia, usted cree que se podrá desarrollar un turismo étnico cultural e industrial en San José de Ancón?

GRÁFICO 22: Implementación del Turismo Histórico, étnico, cultural, arquitectónico e industrial en Ancón



Fuente: Moradores de la Cabecera Parroquial Ancón
Elaborado por: Tnlga. Mónica Piguave, 2013

En lo que se refiere a la pregunta 9 el 94.41% de los pobladores anunciaron que la parroquia se encuentra apta para que se desarrolle esta clase de turismo dando así la importancia merecida del lugar como un destino diferente y único en cuanto

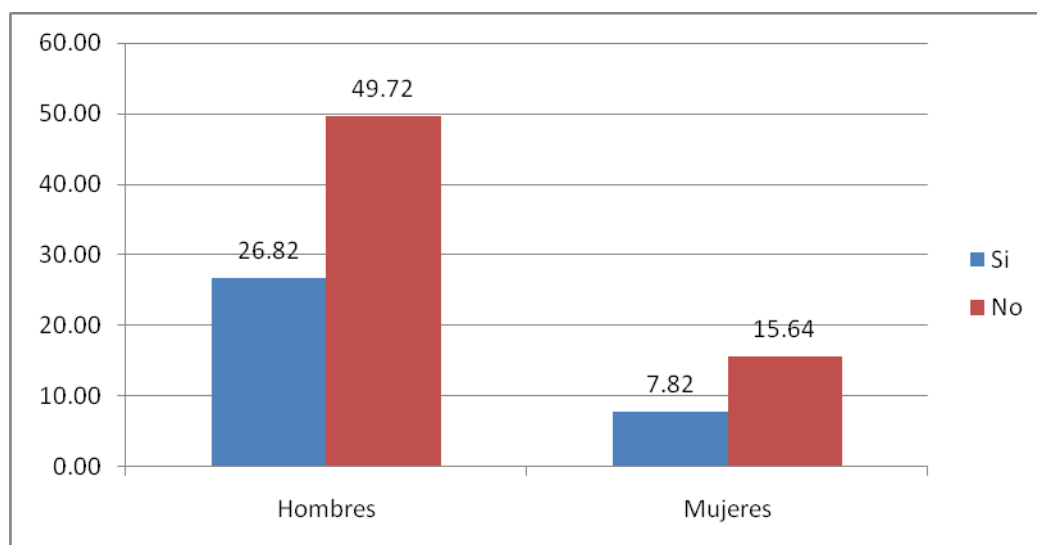
a lo cultural, étnico e industrial ya que podría ser el único lugar a nivel provincial que aportaría algo diferente a los turistas.

Pero también un 5.59% de los pobladores tienen un criterio diferente, ya que no tienen la confianza de que las autoridades principales aportarían para que se desarrolle este tipo de turismo.

Es muy importante que los moradores tengan en cuenta la presente propuesta de investigación, ya que es necesario que ellos tengan en mente aprender y conocer la importancia del turismo en la comunidad mediante capacitaciones de como ellos pueden influir en este ámbito.

9.- ¿Usted conoce la historia de la Parroquia?

GRÁFICO 23: Conocimiento de los moradores sobre la historia de Ancón



Fuente: Moradores de la Cabecera Parroquial Ancón
Elaborado por: Tnlga. Mónica Piguave, 2013

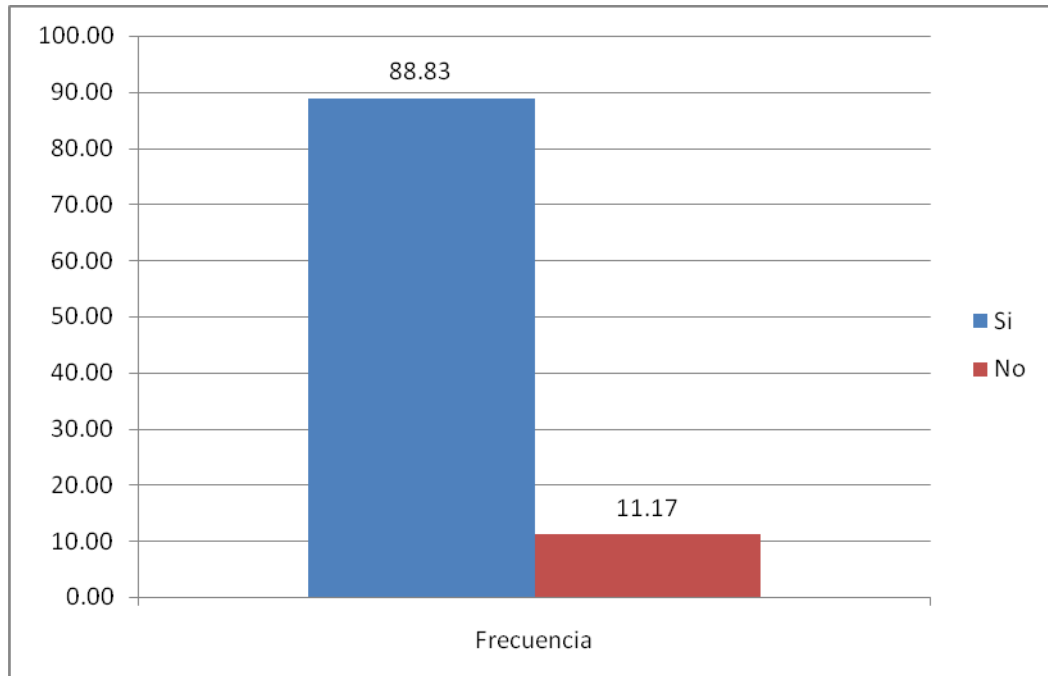
El 26.82% de los pobladores del sexo masculino mencionó que si conocen la historia de la parroquia porque algunos de ellos han vivido por muchos años en el lugar, y el 7.82% de ellos no conocen la historia porque tienen poco tiempo en el sitio y más se dedican a su trabajo que investigar las tradiciones antiguas de la población.

En cuanto a las mujeres el 49.72% de ellas mencionó que si conocen la historia porque sus contemporáneos se las contaron detallando la importancia de cada una de las construcciones existentes, y por último el 15.64% no conoce la historia porque no le toman mucha importancia investigarla debido a que solo se quieren dedicar a su trabajo y a su hogar.

Como se observa en los datos estadísticos es gratificante saber que la mayoría de los pobladores conocen la historia de Ancón, ya que es importante para que se desarrolle el ámbito turístico en cuanto a los relatos de cómo fueron los estilos de vida en la época de los ingleses.

10.- ¿Cree usted que es importante recordar la cultura autóctona del lugar?

GRÁFICO 24: Importancia de la cultura Autóctona según la opinión de los moradores



Fuente: Moradores de la Cabecera Parroquial Ancón
Elaborado por: Tnlga. Mónica Piguave, 2013

De acuerdo con el cuadro el 88.83% de los moradores cree que es importante recordar la cultura autóctona del lugar porque serviría mucho para que las

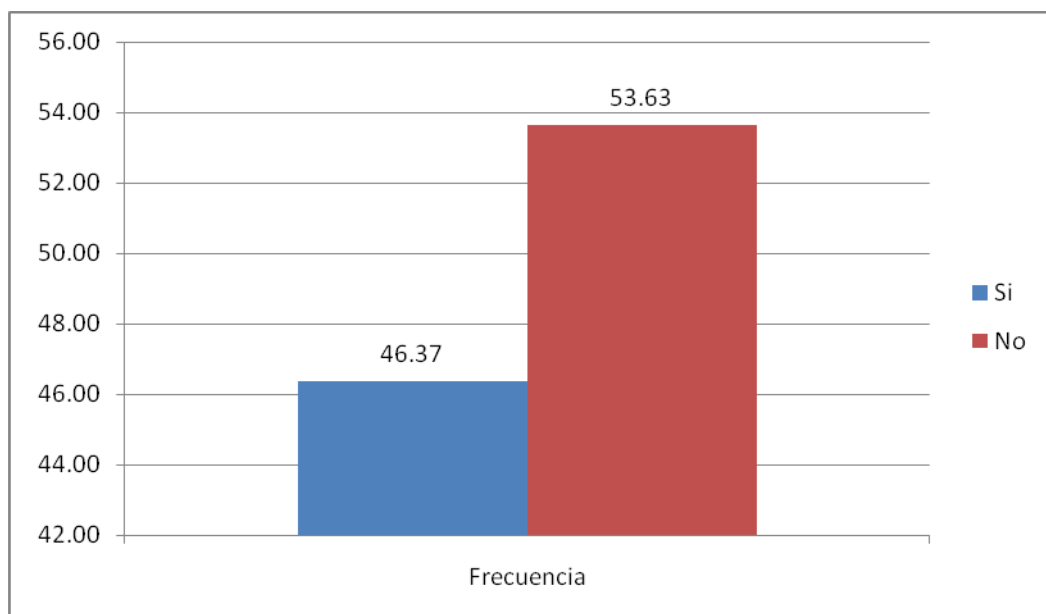
personas conozcan la importancia cultural de Ancón y de la misma manera las nuevas generaciones para que de esa forma no se pierda la cultura.

Pero el 11.17% de los moradores expuso que no es importante porque eso se va perdiendo poco a poco y es muy difícil recordar y además las personas no le dan tanta importancia por lo que ellos piensan que es imposible. A pesar de este porcentaje negativo, recordar la cultura autóctona de Ancón incrementaría las visitas al lugar dando así un interés al turismo y logrando su desarrollo.

Por lo tanto la comunidad cree que si se podría rescatar la cultura autóctona que anteriormente los ingleses tenían, mediante eventos que relacionen o recuerden a estas culturas, por ello en la propuesta se plantearon acciones que potencien este aspecto tan importante para muchos de los habitantes de Ancón.

11.- ¿Cree usted que la arquitectura inglesa perteneciente a la parroquia se encuentra en buen estado para ser empleada como un atractivo turístico cultural?

GRÁFICO 25: Opinión de los moradores en cuanto al estado de la arquitectura Inglesa de Ancón



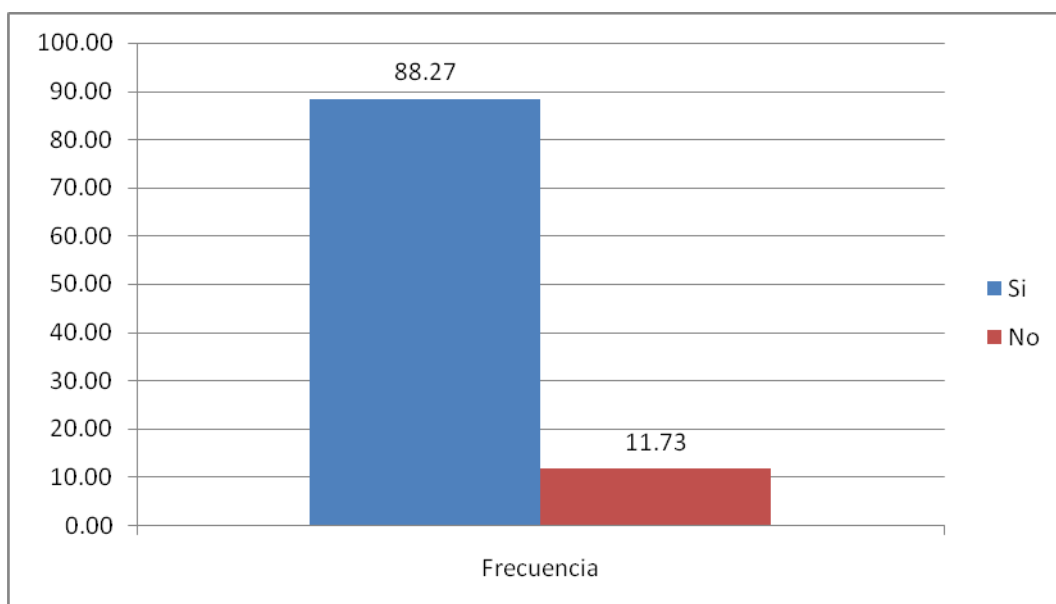
Fuente: Moradores de la Cabecera Parroquial Ancón
Elaborado por: Tnlga. Mónica Piguave, 2013

En cuanto a la información emitida en el gráfico se puede verificar que el 53.63% de los habitantes opinan que la arquitectura inglesa que se encuentra en el lugar no tiene buen estado por lo que no es apropiada para que los visitantes la puedan ver con agrado, decepcionándose del lugar. El 46.37% de los pobladores piensan que si está bien la arquitectura porque si lo remodelan no sería lo mismo que los ingleses hayan construido.

Pero hay que recalcar que algunas de las infraestructuras están siendo restauradas, pero siempre conservando el estilo inglés que las caracteriza; uno de los lugares que ha sido tomado más en cuenta es el Barrio Guayaquil ya que aún existen personas que todavía habitan en estas casas. A partir de estos porcentajes se pudo determinar si las estructuras inglesas debían ser consideradas como atractivo turístico.

12.- ¿Usted cree que la arquitectura inglesa de la parroquia podría ser un atractivo llamativo para el visitante?

GRÁFICO 26: Producto turístico llamativo para la visita de turistas



Fuente: Moradores de la Cabecera Parroquial Ancón

Elaborado por: Tnlga. Mónica Piguave, 2013

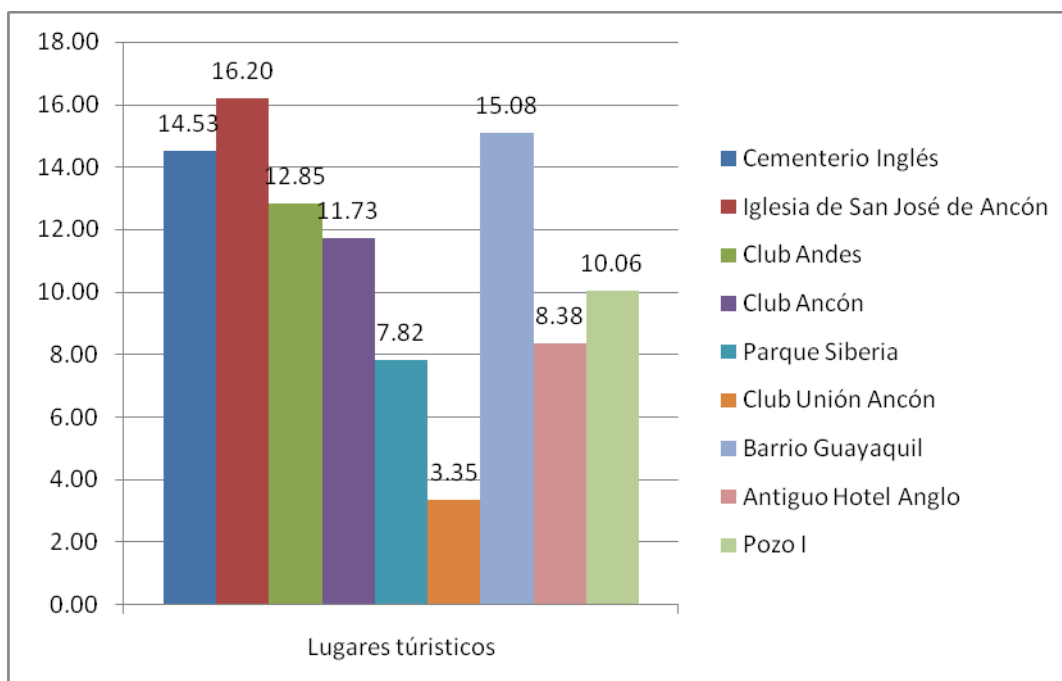
El 88.27% de los habitantes piensan que la arquitectura inglesa puede ser considerada como un atractivo ya que tiene mucha historia y riqueza antigua que se lograría exponer a los turistas. Mientras que al 11.73% de los pobladores señalan que no puede ser porque no a todos los visitantes les gusta conocer lugares que tengan reliquias.

Los moradores mismos indican que aquellas infraestructuras que existen en la cabecera parroquial son la principal fuente para que los visitantes se interesen en pasar por el lugar, esto se da en conocer o curiosear las estructuras de esta arquitectura que es única en el país, además cada una refleja una historia y contienen objetos de interés en cuanto a la presencia de los ingleses.

Cada una de estas infraestructuras reflejan las actividades que se realizaban ahí y que muy pocos conocen, así como el material con el que fueron construidos.

13.- ¿Cuáles son las estructuras inglesas que se pueden apreciar de manera clara en la parroquia?

GRÁFICO 27: Reconocimientos de los Atractivos Turísticos por parte de los moradores



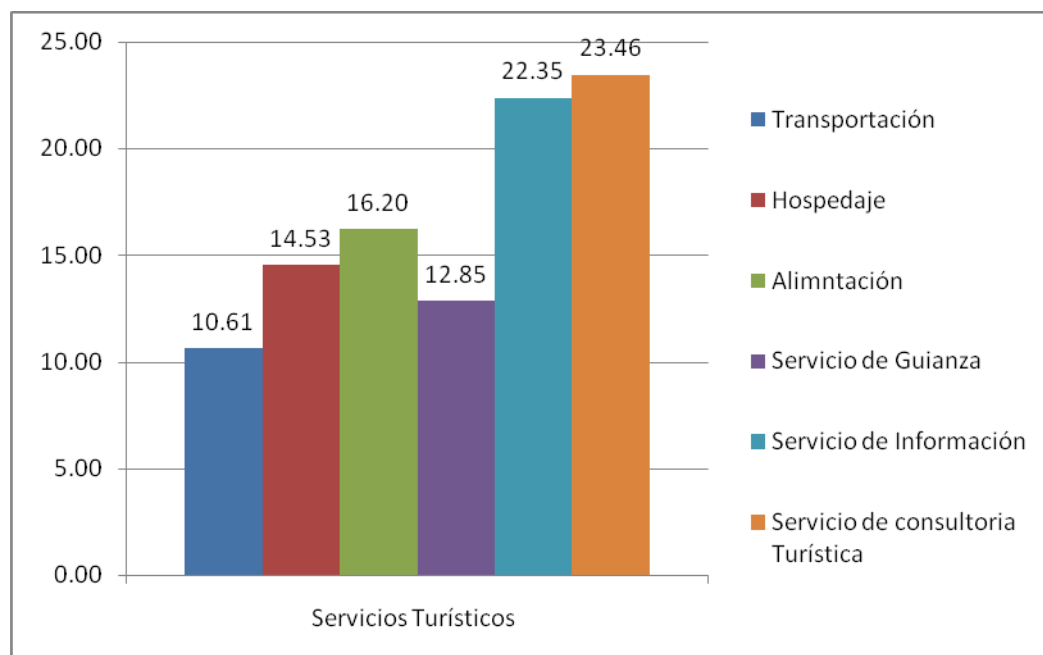
Fuente: Moradores de la Cabecera Parroquial Ancón
Elaborado por: Tnlga. Mónica Piguave, 2013

Según el gráfico el 16.20% de los moradores conocen y reconocen que los turistas pueden haber escuchado más sobre la iglesia ya que en varias oportunidades se ha dado a conocer por medios de comunicación cuando son las festividades del patrono San José, en cambio el 12.85% piensa que el club Andes es otra estructura reconocida porque allí se realizan eventos ya sean matrimoniales o de cualquier otro tipo; en cuanto al Cementerio Inglés el 14.53% lo reconoce, el 10.06% indicó que conoce el Pozo I. Luego se encuentra el club Ancón con el 11.73%, seguido por el Antiguo Hotel Anglo con el 8.38%; el parque Siberia 7.82% y por último el club Unión Ancón con el 3.35%.

Finalmente, se observa mediante los porcentajes obtenidos el reconocimiento que tienen los atractivos culturales existentes en la parroquia no solo es por los turistas y moradores, también los medios de comunicación han ayudado a su promoción por medio de reportajes periodísticos.

14.- ¿Qué tipo de servicio hace falta en la comunidad?

GRÁFICO 28: Opinión de los moradores en cuanto a los servicios carentes de Ancón



Fuente: Moradores de la Cabecera Parroquial Ancón
 Elaborado por: Tnlga. Mónica Piguave, 2013

El 23.46% de los pobladores indican que el servicio que más hace falta en la parroquia es el de consultoría turística porque ellos dicen que no existe un lugar donde los turistas puedan llegar a pedir información turística; el 12.85% considera que otro servicio importante faltante en la parroquia es el de guianza aunque cabe recalcar que se están dando cursos, seguido del servicio de información con un 22.35%. El servicio de Alimentación con un 16.20% expresan que si hay restaurantes pero deben ser modificados para que sean del agrado del visitante.

Además indica un 14.53% que necesitan tener un lugar donde quedarse porque solo existen pocas hospederías familiares que no abastecen a muchos turistas y por último el transporte ya que 10.61% de los pobladores dicen que hay una sola línea. Pero la comunidad está presta en ayudar a que algunos de estos servicios se realicen si se llegara a hacer de Ancón un lugar de atracción más de la provincia de Santa Elena.

1.22.1. Entrevistas a servidores turísticos

Objetivo:

La actual entrevista permitió recopilar información, respecto a la opinión y criterio de los principales prestadores de servicio turístico conociendo las políticas tanto públicas como privadas, referente a la definición de un producto histórico, étnico, cultural, arquitectónico e industrial para la Parroquia de San José de Ancón de la Provincia de Santa Elena, la importancia de la preservación del patrimonio cultural y de su uso turístico así como de la predisposición y compromiso institucional para avalar y apoyar la iniciativa.

En cuanto a las entrevistas de los servidores turísticos se desarrollaron en el mes de Octubre los días 16 y 17, a continuación se detallan los nombres de representantes de los establecimientos escogidos:

CUADRO 10: Hospederías Comunitarias

Entrevistado	Lugar	Teléfono
Joyce López	Barrio Inglés	2906526
Eduardo González	Barrio Guayaquil	2906309
Cruz Adelaida Asencio Tómala	Barrio Guayaquil	0991090060
Hidalgo Marciano Cruz Apolinario	Barrio Guayaquil	2906483
Ángela Domínguez Domínguez	Barrio Guayaquil	
Verónica Illesca	Barrio Guayaquil	2906428
María Elena Gallegos	Barrio Unión Diagonal al Unión Club	0985166465
Fanny Villavicencio	Barrio Inglés	0999633157
Hayde Carvajal	Brisas Del Mar	0989344465

Elaborado por: Tnlga. Mónica Piguave, 2013
Fuente: Entrevistados

CUADRO 11: Establecimientos Servicios Turísticos

Alimentación y Bebidas	Número
Restaurantes	3
Comedores	3
Cafeterías	1
Bares	1
Kioscos	2
Instalación deportiva	1
Cancha de Fútbol sintético	1
Servicios de Guianza	1

Elaborado por: Tnlga. Mónica Piguave, 2013

Fuente: Visita de campo

Como se observa dentro de los establecimientos mencionados no hay ninguna infraestructura hotelera, solamente existen hospederías familiares que no abarcan un número considerado de turistas, aunque los fines de semana si tienen sus habitaciones ocupadas por visitantes, lo que motiva a que muchos de los servidores piensen que sería un negocio factible e indispensable dentro de la comunidad, ya que esto aportaría a que los visitantes pernoctaran por algunos días del lugar y al suceder eso ellos tendrán la oportunidad de obtener divisas y de promocionar el producto o servicio.

El servicio que brindan estos establecimientos es de alimentos, bebidas y compra de utensilios necesarios e indispensables para el cliente, y también para el desarrollo turístico de Ancón ya que consideran que es muy factible e importante para ellos debido a que les genera más empleo y un mejor nivel de vida. Respecto a la historia y arquitectura que posee la parroquia como destino turístico en el ámbito cultural manifestaron que no solo es relevante para la provincia de Santa Elena, si no para el país en general porque ayuda al desarrollo de su comunidad y al turismo en este sector, en lo que se refiere a la propuesta sobre la definición de

un producto ellos se sienten contentos porque piensan que de esta manera las autoridades seccionales invertirían en el lugar y así serían considerados en el ámbito turístico y el progreso de la misma. Cabe recalcar que cada uno de aquellos establecimientos mencionados es de suma importancia para los turistas ya que podrán obtener o disfrutar de los servicios que cada uno de ellos brinda.

El 60% de los servidores turísticos tienen un nivel de estudio secundario o bien conocido como bachillerato, comentaron que no pueden seguir estudiando por motivos económicos, mientras que el 33% tiene un nivel de estudio primario ya que algunos de ellos indican que formaron su familia a temprana edad por lo que perdieron oportunidades de seguir estudiando y por último en el nivel superior, el 7% son personas que dirigen sus propios negocios, considerando que muchos de ellos son familiares.

En cuanto a los años de funcionamiento de los establecimientos registrados el 33% de las personas entrevistadas se han dedicado durante 2-4 años y 6-8 años a sus negocios porque piensan que es una ventaja para poder sobresalir en la vida y además les ayuda a dar el pan de cada día en su hogar. El 27% de los servidores turísticos llevan 1 año brindando el servicio, gracias a que los trabajadores de la, antes existente, empresa **CEPE** hacen uso de sus servicios y de esa manera se hace rentable y progresivo el negocio.

Además la mayoría de los servidores turísticos indicaron que los lugares turísticos más visitados en la Provincia de Santa Elena son Salinas y Montañita por la promoción turística que tienen a nivel nacional e internacional, lugares que son visitados por extranjeros que vienen a disfrutar de las hermosas playas que se caracterizan por sus mansas aguas en lo que es el balneario de Salinas; en cambio Montañita por el deporte de surf que año a año se practica mediante concursos donde participan visitantes de diferentes lugares.

También cabe recalcar que supieron reconocer otras playas como Ballenita, Ayangue y Punta Carnero, lugares poco frecuentados pero si reconocidos por su perfil costanero por lo que consideran que Ancón no es uno de los lugares que prefieren los turistas, ya que no tienen conocimiento de la importancia de este lugar.

Asimismo 50% de los prestadores de servicios turísticos expresaron que los turistas viajan en familia porque vienen a disfrutar de las vacaciones, a distraerse y aliviarse del estrés ocasionado por el trabajo. En cuanto a que los turistas viajan con sus amigos el 23% de los servidores menciona que si viajan para fin de año escolar, también el 17% de las personas indicaron que viajan con sus parejas y por último el 10% mencionó que hay turistas que les gusta viajar solos porque no tienen ningún tipo de responsabilidad con otras personas.

También el 60% de los prestadores de servicio turístico mencionaron que la mayoría de los turistas viajan por diversión o para vacacionar con sus familias; piensan que el 23% de las personas vienen a disfrutar del surf que se realiza en el balneario de Montañita.

El 10% de las personas mencionaron que los turistas vienen a visitar a sus familiares y de ahí aprovechan para disfrutar de las playas y maravillas que ofrece la provincia; de igual manera el 7% de los servidores turísticos indican que vienen por motivo de salud ya que muchas personas llegan por su clima.

El 77% indicó que para temporada alta que empieza desde Enero hasta Abril los turistas visitan más el lugar ya que en estos meses muchos de ellos salen de vacaciones en el caso de los estudiantes y otra temporada más destacada son los meses de Septiembre a Diciembre.

Siguiendo con la entrevista 87% de los servidores turísticos manifiestan que si conocen la historia del lugar porque algunos de ellos han vivido muchos años allí

y sus contemporáneos les han contado, en cambio otros comentan que como se ha promocionado mucho sobre el lugar ellos han tratado de conocer sobre el tema ya que en algún momento alguna persona podría preguntar sobre la parroquia; pero el 13% no conoce la historia ellos expresan que no les ha nacido la curiosidad.

De igual manera indicaron que si es factible que en la parroquia se desarrolle un turismo étnico, cultural e industrial porque revelan que el lugar cuenta con todo lo indispensable para que este se incremente, además con la ayuda de todos los moradores podrán hacer que esto se ejecute con éxito.

A muchos de los prestadores de servicio les parece bien la iniciativa de desarrollo de esta tesis ya que para ellos sería la oportunidad de obtener plazas de trabajo e incrementar sus negocios y así tener un buen vivir. Solamente el 3% de ellos indican que no es factible el proyecto porque nunca se obtendrá la ayuda pertinente para la ejecución de esta propuesta.

Finalmente, todos los servidores turísticos entrevistados mencionaron que apoyarían con la aportación económica necesaria si el caso lo amerita; el 13% mencionó que si es necesario realizarían publicidad del lugar para que no se pierda la oportunidad de ofertar a la parroquia como un destino turístico más de la provincia y el 27% de ellos señaló que participarían en el proyecto. Gracias a las expresiones de los servidores turísticos se puede constatar que el presente trabajo de tesis tiene la total aprobación y apoyo por parte de ellos.

1.22.2. Entrevista a Autoridades

Las entrevistas a las autoridades fueron realizadas el 17 de Octubre del 2013, pudieron dar sus opiniones en cada una de las preguntas que se les realizaron. A continuación se da a conocer por medio de un cuadro el nombre de las Autoridades y ocupación de cada uno de ellos.

CUADRO 12: Nombres y ocupaciones de las autoridades entrevistadas

Ocupación	Nombres de las autoridades	Frecuencia
Promotor local – Colaborador del GAD. Santa Elena	Ing. Roberto Lucas	1
Presidente de la Cámara Provisional de Turismo	Sr. Luis Larrea	1
Presidenta del GAD Parroquial Ancón	Sra. Martha Pilco	1
Vocal Principal del GAD Parroquial, y Promotor de la Comisión de Turismo de Ancón	Sr. Rubén Pezo	1
Teniente Político de la Parroquia San José de Ancón	Sra. Alexandra Rueda	1
Dirigente de la Comisión de Cultura y Patrimonio	Sr. Jesús Armijos Jiménez	1
Vicepresidente del GAD Parroquial Ancón	Sr. José Mujica Tómalá	1
Total		7

Elaborado por: Tnlga. Mónica Piguave, 2013

La mayoría de las personas de las autoridades entrevistadas son de la Cabecera Parroquial Ancón, pero también se han escogido a una de las entidades de la Cámara de turismo. Cada uno de ellos desempeña diferentes actividades como se puede observar en el cuadro.

Además muchas de las autoridades tienen un nivel de estudio secundario, y tienen conocimiento en lo que respecta al turismo pero ellos recalcaron que siguen estudiando hasta tener un nivel superior ya que su trabajo lo amerita, según las disposiciones que el gobierno está dando últimamente, por lo que para no perder su trabajo deben seguir capacitándose hasta obtener el título universitario. Pero es importante destacar que el promotor Roberto Lucas ya posee su titulación como Ingeniero.

Las autoridades opinan que los balnearios de Montañita y Salinas son los dos lugares de la Provincia de Santa Elena más visitados por turistas extranjeros y nacionales. Así mismo dos de ellos mencionaron a los balnearios de Ayangué,

Punta Carnero, Ballenita y La Libertad lugares reconocidos por los algunos turistas. Siguiendo con la entrevista el 60% de las autoridades indicaron que la mayoría de los turistas que visitan la provincia de Santa Elena, usualmente lo hacen en familia para disfrutar con ellos de las maravillosas playas que les brindan los diferentes balnearios. Así mismo el 20% mencionó que los turistas viajan en pareja porque esa es la moda de hoy; por último con el 10% para cada uno de los ítems otro modo de viaje de los turistas es con amigos y solos que es algo que se da muy poco ya que se debe a la preferencia del turista.

El Sr. Rubén Pezo piensa que las estructuras inglesas así como se encuentran deben ser promocionadas ya que si se realizan modificaciones a los lugares no tendrán la misma importancia, mientras que algunas de la autoridades consideran que es importante trabajar en su modificación ya que de esta manera la parroquia podría considerarse como un destino turístico en el ámbito histórico, étnico, cultural e industrial de la provincia.

Es importante considerar que a las autoridades entrevistadas les parece que esta iniciativa del proyecto es excelente y de ser posible participarían con el personal pertinente para la investigación respectiva que tenga relación con esta propuesta, debido a que es un tema bastante amplio; de igual manera consideran que Ancón puede llegar a ser reconocido a nivel nacional e internacional. El Sr. Luis Larrea mencionó, que le parece buena la propuesta pero no diría excelente hasta que la parroquia sea primero promocionada como un atractivo más de la provincia y de que todas las propuestas que se han realizado durante el trayecto de los años sean tomados en cuenta.

1.23. Integración y Análisis Final de los datos recuperados de campo

Valorización	Turistas	Moradores	Servidores Turísticos	Autoridades
Sexo	De acuerdo a las estadísticas de las encuestas realizadas a los turistas se encuestaron más hombres que mujeres.	En cuanto sexo de los moradores se encuestaron más mujeres que hombres		
Edad	El grupo de edad que mayor información nos proporcionó son los de 18-25 años.	Según la información preliminar que se obtuvo en las estadísticas de las encuestas se entrevistaron un gran porcentaje de personas entre la edad de 26-30 años quienes estuvieron predispuestos a brindarnos información sobre el lugar.		
Nacionalidad	La mayoría de los visitantes son ecuatorianos y hay un bajo porcentaje de extranjeros según las estadísticas de las encuestas realizadas a los turistas	La mayoría de los turistas son nacionales y por ahí unos que otros extranjeros según expusieron los moradores.		
Procedencia	El 54,67% de los turistas que más visitan la provincia son de Guayaquil.	Los moradores expusieron que la mayoría de los visitantes son Guayaquileños		
¿Hasta qué nivel de estudio llegó?	La mayoría de los visitantes encuestados tienen un nivel de estudio superior.	De los pobladores encuestados el 55,33% tiene un nivel de estudio secundario o bien conocido como bachillerato.	El nivel de estudio de los servidores según la entrevista realizada el 33% de ellos tiene un bachillerato.	Se recalcan dos niveles de estudio para las autoridades entrevistadas el 50% solo tienen un bachillerato y el otro 50% tienen un nivel de estudio superior.

¿Cuál es el lugar turístico más visitado por turistas dentro de la Provincia de Santa Elena?	Los lugares más visitado por los turistas son: el balneario de Montañita y Salinas.	Los moradores indicaron que el lugar turístico más visitado por los turistas son dos balnearios muy reconocidos en la provincia que son Salinas y Montañita	El lugar que tiene más apertura de turistas según la información que brindaron los servidores turísticos es el balneario de Montañita y Salinas ya que son los sitios que escogen usualmente los visitantes.	Según las autoridades Montañita y Salinas son los lugares que más son frecuentados por los turistas.
Generalmente los turistas viajan	Por la general los turistas viajan con sus familias dando así un ambiente familiar al lugar	En general la mayoría de los turistas viajan con su familia.	La mayoría de los prestadores de servicio indicaron que generalmente los turistas viajan con sus familiares para disfrutar de la playa y el sol	El 60% de los entrevistados indicaron que totalmente los turistas viajan con su familia.
¿Cuál es el motivo de visita de los turistas a este lugar?	Las vacaciones son el motivo principal de visita del turista.	El 63% de las personas que ingresan a los balnearios de la Provincia de Santa Elena lo hacen por vacaciones.	La motivación principal para visitar la provincia de Santa Elena es de recreación o vacaciones tanto para turistas nacionales y extranjeros.	Las vacaciones son el motivo principal para que los turistas visitaran la provincia es lo que mencionaron las autoridades a las que se entrevistaron
¿En qué época del año piensa usted le gusta viajar más al turista?	Los turistas indican los meses que usualmente viajan son Enero y Abril.	La época en que es más visitada la Provincia de Santa Elena son los meses de Enero - Abril según las encuestas realizadas a los moradores.	Los entrevistados comentaron que la época en que la provincia recibe la gran mayoría de turistas son los meses de Enero hasta Abril conocidas como temporada alta.	Los meses de Enero – Abril y Septiembre – Diciembre son las dos épocas del año en que los turistas usualmente viajan.
¿Por cuánto tiempo piensa usted que el turista permanece en el lugar?	El turista extranjero para recorrer la Ruta de Spondylus permanecen en el lugar por un mes o más de un mes para luego volver a su lugar de origen, mientras que el turista nacional visita el lugar de 2 a 4 días	El tiempo de estadía para los turistas Nacionales usualmente es de 2-4 días es lo que más resaltaron los pobladores mientras que los turistas extranjeros se quedan en la provincia por un mes.	La mayor parte de las personas entrevistadas sostuvieron que los turistas solo visitan el lugar por un día y por lo mismo se retiran a sus hogares	Los turistas se quedan a visitar a la Provincia de 1-2 días es lo que mencionó el 50% de las autoridades a diferencia que los turistas extranjeros se quedan por un mes.

¿Conoce la parroquia de San José de Ancón?	Según los datos estadísticos el 76% de los turistas mencionó que no conocen la parroquia de San José de Ancón.			
¿Usted cree que los turistas conocen la Parroquia de San José de Ancón?		El 92% de los habitantes de la parroquia San José de Ancón revelaron que los turistas no conocen el lugar por lo que no saben la importancia que tiene la historia del lugar.		
Le gustaría conocer Ancón	El 100% de los moradores indicaron que a los turistas si les interesaría acudir a la parroquia para conocer lo que puede ofrecer como lugar turístico.			
¿Usted conoce la historia de la Parroquia?	.El 97% den los turistas no saben nada acerca de la parroquia, pero indicaron que si están interesados en saber qué es eso importante que guarda el sitio.	La mayoría de los pobladores conocen la historia de la parroquia algo que es muy importante y necesario para brindar la información necesaria para el turista	El 80% de los servidores turísticos conocen la historia de la parroquia situación que tendrá gran ventaja para el lugar si se promociona como un lugar turístico.	Al igual que los servidores turísticos un gran porcentaje de las autoridades conocen la historia de la parroquia ya que han realizado proyectos sobre el sitio.
¿Usted cree que se podrá desarrollar un turismo étnico, cultural e industrial en San José de Ancón?	La mayoría de los visitantes encuestados mencionaron que si el lugar tiene todo lo que se necesita para que se desarrolle este tipo de turismo ellos piensan que si sería factible que se promocionara	Un gran porcentaje de los moradores sostuvieron que implementar un plan de desarrollo para la parroquia en cuanto a lo que se trata sobre el turismo cultural, histórico, étnico e industrial se podrá efectuar con éxito.	El total del universo entrevistado expuso que si es factible que en Ancón se desarrollaran proyectos donde se promocionó la infraestructura inglesa que tiene el lugar.	El total de universo de las entrevistas insinuaron que desarrollar el turismo en la parroquia sería muy provechoso para la promoción en cuanto la importancia del lugar.
¿Cree usted que es importante recordar la cultura autóctona del lugar?	Los turistas indican que si es importante recordar ya que esto haría más interesante al lugar.	Es importante recalcar que el 79% de los pobladores indicaron que es importante recordar la cultura autóctona del lugar porque es la parte más importante para el desarrollo de la misma.		

¿Cree usted que la arquitectura inglesa perteneciente a la parroquia se encuentra en buen estado para ser explotada como un atractivo turístico cultural?	Los turistas que conocen el lugar consideraron que la arquitectura inglesa no se encuentra en buen estado ya que esto debe considerar las entidades gubernamentales para su debida innovación.	Se toma en consideración que el 89% de los moradores comentan que la infraestructura no se encuentra en buen estado para ser utilizada como un atractivo turístico.	El 90% de los entrevistados dijeron que las estructuras pertenecientes a la parroquia se encuentran en buen estado para ser promocionadas como un atractivo turístico.	El 60% de las autoridades comentaron que las estructuras inglesas deben ser innovadas para que de esa manera se promocionen debidamente.
¿Usted cree que la arquitectura inglesa de la parroquia podría ser un atractivo llamativo para el visitante?	El 100% de los turistas comentaron que a ellos les interesaría conocer el lugar y saber que ofrece el sitio si solo con saber que existen aquellas arquitecturas ya lo hace interesante y llamativo.	En cuanto a los atractivos los moradores piensan que la estructura inglesa se puede considerar como un producto turístico llamativo para los visitantes.	Los servidores turísticos indicaron que la arquitectura inglesa debe ser remodelada para que el turista se lleve una buena imagen del sitio.	El 100% de las autoridades indican que aquellas estructuras serán el motivo principal para que el turista visite la parroquia.
¿Cuáles son las estructuras inglesas que se puedan apreciar de manera clara en la parroquia?	La arquitectura que se puede apreciar con claridad son: cementerio Inglés, Iglesia San José de Ancón, Club Andes, Club Ancón, Parque Siberia, Club Union Ancón, Hotel Anglo, Pozo I Barrio Guayaquil.	Uno de los atractivos que fue más mencionado por los pobladores es la iglesia de San José de Ancón.	Los lugares más mencionados por los servidores turísticos fueron el Cementerio Inglés, Iglesia San José, Club Andes Club Ancón el antiguo Hotel Anglo, y la Junta Cívica.	La arquitectura que piensan las autoridades que se puede apreciar claramente son: la Iglesia San José, Club Andes Club Ancón el antiguo Hotel Anglo y el cementerio Inglés.
Usted cree que se podrá realizar un turismo industrial con la creación de productos derivados del petróleo, para beneficio de los moradores?	El 98% de los turistas comentaron que en la parroquia si se podría desarrollar el turismo industrial con la ayuda pertinente de la empresa petrolera que se despliega en el lugar.	El total de los habitantes de la parroquia insinuaron que si tuvieran apoyo de parte de la empresa petrolera ellos hicieran grandes esfuerzos para conocer y aprender productos derivados del petróleo.		
¿Cuáles son los servicios que hacen falta en la Parroquia para promocionarse como un lugar turístico?	Un gran porcentaje de los turistas definieron al servicio de hospedaje como el principal medio para que el lugar se promocione como un lugar turístico.	Dentro de los ítems mencionados en esta pregunta los pobladores recalcaron que el servicio primordial que hace falta es el servicio de hospedaje por lo que es imposible realizar el turismo en el sitio.		

Nombre de la Institución a la que se va a realizar la entrevista			Muchos de los lugares que se entrevistaron son sitios de la parroquia que brindan el servicio necesario para los visitantes. En esta variable se deduce que la mayoría de los servidores turísticos son despensas y pequeños locales de alimentos y bebidas	Las instituciones donde se realizaron las entrevistas fueron lugares donde los turistas van a buscar información turística y personas que realizan proyectos turísticos para beneficio de la Provincia. Además se entrevistó a las autoridades locales del sitio conociendo así el criterio que tienen para la parroquia.
Nombre de la persona y cargo que desempeña.			La gran mayoría de los entrevistados son propietarios o dueños del lugar.	Un gran porcentaje de las autoridades a las que se entrevistaron trabajan en propuesta para el desarrollo turístico de los lugares.
Tiempo que está en el cargo.			El tiempo de cargo que tienen los entrevistados son de 2 hasta 5 años como se observa en el cuadro que se encuentra expuesto en las entrevista a los servidores.	El tiempo de cargo de los entrevistados tiene de 5 meses hasta 4 años brindando la información necesaria de la entrevista que se realizó.
¿Qué le parece o qué opina de esta iniciativa y Por qué?			Muchos de los entrevistados opinaron que esta propuesta es una oportunidad para la parroquia por lo que ellos recalcan que este proyecto es excelente a criterios de ellos.	A las autoridades les parece que esta propuesta les parece excelente porque les encantaría participar en la ejecución de este proyecto.

Elaborado por: Tnlga. Mónica Piguave, 2013

1.24. Prueba de Hipótesis

1.24.1. Hipótesis

Pese a que Ancón es un lugar turístico potencial en la parte histórica, no es tomado en cuenta para el crecimiento de la misma que se le confiere en la actualidad debido a la poca observación e interés por parte de la entidad Municipal en cuanto a planes de desarrollo. Para la realización de la prueba de hipótesis, es necesario recurrir a procesos matemáticos – estadísticos y consiste en un procedimiento en el cual se establece una hipótesis nula y alterna con el fin de verificar su aceptación o rechazo en función de la aseveración establecida.

Para llevar a cabo la prueba de hipótesis, se hace referencia al procedimiento a realizarse, el que considera principalmente la selección de la muestra, a partir esta se toma la selección de cada una de la población, para luego estadísticamente calcular el valor de la hipótesis. La prueba estadística se realizará con el valor obtenido de cada tabla. Esa comparación lleva a tomar la decisión de rechazar o no la hipótesis nula. A continuación se procede al planteamiento de la hipótesis nula para su respectiva aseveración o negación, la que se detalla a continuación:

1.24.1.1. HIPÓTESIS NULA (H_0)

San José de Ancón, considerado como potencial producto histórico, étnico, cultural e industrial, es calificado por autoridades locales, tendientes a promover su desarrollo turístico.

1.24.1.2. HIPÓTESIS ALTERNATIVA (H_1)

Los recursos potenciales de Ancón y sus atractivos históricos, étnicos, culturales e industriales, fomentarán por sí solos el turismo dentro de la parroquia.

1.24.2. Comprobación de la hipótesis

Para la comprobación o rechazo de la correlación que pueda existir en las variables, se aplicará la prueba del Chí cuadrado, que se realiza mediante la estadística para verificar la hipótesis, es decir el nivel de significación del 0,05, el cual indica la probabilidad de cometer un error al rechazar la hipótesis nula.

En la siguiente tabla se establecerá la siguiente pregunta ¿Será factible promover el desarrollo turístico en Ancón considerado como un producto potencial histórico, étnico, cultural arquitectónico e industrial, con la ayuda pertinente de las autoridades locales? Mediante los instrumentos aplicados a los turistas, pobladores, servidores turísticos y autoridades se escogieron los ítems 23, 20, 11 y 15 ya que son las que tiene una relación establecida con la hipótesis.

TABLA #58 Pregunta de Hipótesis

¿Será factible promover el desarrollo turístico en Ancón considerado como un producto potencial histórico, étnico, cultural arquitectónico e industrial, con la ayuda pertinente de las autoridades locales?			
ÍTEMES	De acuerdo	En desacuerdo	Total
Turistas	112	38	150
Moradores	169	10	179
Servidores	23	0	23
Autoridades	6	1	7
Totales	310	49	359

Elaboración: Mónica Piguave, 2013
Resultados de las entrevistas y encuestas

Después de haber realizado la tabla de contingencia con la respectiva frecuencia de valores observados, se procede a calcular la frecuencia absoluta esperada para cada

una de las celdas cuyos resultados se manifestaran en la siguiente tabla. Para el cálculo de la misma se realiza el siguiente procedimiento, se calcula el total de las columnas y multiplica por el total de cada fila y divide para el total de la muestra de estudio y de esa manera se obtiene el Chi cuadrado para cada una de las celdas.

CUADRO 13: Proceso de cálculo Chi 2

Ítems	De Acuerdo	En Desacuerdo
Turistas	129.526	20.473
Moradores	154.568	24.431
Servidores	19.860	3.139
Autoridades	6.044	0.955
Total	309.999	49.000

Elaboración: Mónica Piguave, 2013

CUADRO 14: Segundo proceso del Chi Cuadrado

Cuadro Sumatorial del Chi cuadrado por celdas y filas		
2.371	15.003	17.374
1.347	8.524	9.871
0.496	3.139	3.635
0.0003	0.001	0.002
		30.882

Elaboración: Mónica Piguave, 2013

Como se puede observar que la tabla es de 2x2, por lo cual posee un grado de libertad que se muestra a con la siguiente fórmula:

$$V = (\text{Cantidad de Filas}) (\text{Cantidad de columnas})$$

$$V = (2-1) (2-1)$$

$$V = (1) (1)$$

$$V = 1$$

Mediante la fórmula expuesta se puede apreciar que el grado de libertad es 1, y considerando que se ha trabajado con un margen de confianza de 95% por lo que al constatar el valor teórico del Chi cuadrado es de (9.52) ya que el valor calculado de la frecuencia absoluta observada y la frecuencia esperada se pudo obtener el valor de (30.882), vemos que este último se encuentra por encima del valor teórico, razón por la cual se comprueba la validez de la hipótesis planteada en el trabajo. En todo caso se muestra a continuación la fórmula general que ayudó al desarrollo del segundo proceso en cuanto a la sumatoria de las celdas y filas.

$$\chi_{calc}^2 = \sum \frac{(f_0 - f_e)^2}{f_e}$$

f_0 : Frecuencia del valor observado.

f_e : Frecuencia del valor esperado.

En este capítulo se dieron a conocer los datos estadístico específicos en cuanto a la obtención de información que ayudará a que el siguiente capítulo que tiene relación a

la propuesta se pueda realizar con confiabilidad y seguridad de que el proyecto puede tener gran aceptación.

CAPÍTULO III

DISEÑO DEL PRODUCTO HISTÓRICO, CULTURAL, ARQUITECTÓNICO E INDUSTRIAL PARA LA CABECERA PARROQUIAL DE SAN JOSÉ DE ANCÓN.

1.25. Presentación.

En este capítulo se plantean las estrategias que definen un producto turístico étnico, cultural, arquitectónico e industrial para la parroquia de San José de Ancón, tomando en cuenta los recursos y atractivos que posee, la aplicación de planes estratégicos, una adecuada promoción, su respectiva difusión y un plan de control y seguimiento de las acciones a implementarse, lo cual promoverá el desarrollo turístico de la región en función de la riqueza histórica – cultural que caracteriza a la población de Ancón.

A nivel turístico es importante denotar la importancia turística de este lugar que en cuanto a la historia y arquitectura que posee, ya que aquellos atractivos permitirán que la comunidad se desarrolle en este ámbito por medios de cambios y transformaciones que se realicen en la parroquia.

Es importante también que los cambios que se vayan dando permitan aumentar el potencial turístico ya que los lugares que tiene actualmente este atractivo no son utilizados de forma correcta ni se promocionan de forma adecuada; por esto sería de gran ayuda que las obras que se realicen puedan favorecer y optimizar el nivel turístico de Ancón con los atractivos que posee, además de los que se generarán en el futuro.

1.26. Principios Rectores

1.26.1. Visión

Ancón, destino turístico para la visita de turistas nacionales e internacionales, que oferta un producto histórico, cultural, arquitectónico, temático y de alta calidad, mediante la participación de la comunidad, así como de las entidades gubernamentales.

1.26.2. Misión

Dar a conocer a la parroquia de San José de Ancón como un producto turístico en lo histórico, arquitectónico, étnico, e industrial, dentro de la Provincia de Santa Elena, para el beneficio y agrado de los visitantes tanto locales como internacionales considerando la participación de autoridades locales

1.26.3. Principios

Participación: Orientado a promover prácticas permanentes de vinculación de la sociedad civil en la toma de decisiones.

Identidad: En virtud del cual el turismo y la cultura aportan de manera constructiva a la visión que la sociedad de Ancón tienen de sí misma, a sus convicciones internas y su contexto de desarrollo humano, económico y social.

Equidad: Orientado a crear, a partir de las relaciones entre el turismo y la cultura, un círculo virtuoso entre la riqueza de la región y el desarrollo humano de sus habitantes.

Respeto: Por el valor cultural de los pueblos, lo que incrementa la riqueza autóctona de la sociedad

1.26.4. Políticas

Es muy importante establecer reglas para los turistas, ya que son fundamentales para la ejecución de la investigación, en el que se tomó en cuenta las capacitaciones turísticas para conocer la importancia del cumplimiento de los estatutos en cuanto a las políticas:

- ❖ Dar un servicio que satisfaga las necesidades de calidad a precios cómodos para los turistas.
- ❖ Promover el turismo histórico, cultural, étnico, arquitectónico e industrial, representando a los atractivos conocidos (productos estrella), para satisfacer las perspectivas de los visitantes.
- ❖ Interesarse en las expectativas de los turistas tanto nacionales como internacionales para la oferta del producto estrella en cuanto a los servicios que se brinden.
- ❖ Potenciar las actividades turísticas culturales y deportivas en la cabecera parroquial Ancón para incrementar la promoción del lugar.
- ❖ Mantener en buen estado las estructuras patrimoniales que son de total importancia para la promoción turística sin alterar el estilo que las caracterizan.
- ❖ Promover a la comunidad en cuanto ser partícipes de proyectos turístico, que fomenten el desarrollo comunitario

1.27. Objetivos

1.27.1. Objetivo General

Potenciar los atractivos patrimoniales existentes en la Cabecera Parroquial Ancón mediante un producto turístico histórico, cultural, arquitectónico e industrial que satisfaga las necesidades del turista; logrando su posicionamiento y reconocimiento turístico en la provincia de Santa Elena.

1.27.2. Objetivos específicos

- ❖ Proponer recorridos turísticos por los atractivos potenciales de Ancón, brindándole al turista la información en cuanto a la importancia de cada uno.
- ❖ Utilizar los bienes patrimoniales de la comunidad de una manera sostenible.
- ❖ Promocionar los atractivos turísticos de la comunidad.
- ❖ Establecer un plan de acción que contribuya en el aumento del flujo turístico de la comunidad
- ❖ Dar a conocer la importancia histórica, cultural, arquitectónica del lugar.

1.28. Justificación e importancia de la propuesta.

Ancón se caracteriza porque hace ciento tres años se perforó el primer pozo petrolero que fue de gran importancia para la historia del Ecuador; además en este sitio se puede promocionar el turismo cultural, histórico, étnico, arquitectónico e industrial, ya que existieron antecedentes de colonos de diferentes culturas que habitaron en este

lugar bajo el régimen y costumbres inglesas, que hacen que la cabecera parroquial sea considerada como un producto turístico diferenciado de la Provincia de Santa Elena, además es una ventaja que ayudaría a incrementar el desarrollo socio económico de la comunidad, para así mejorar la calidad de vida de los habitantes. Esta propuesta servirá para aquellas personas que trabajan por el progreso de Ancón como lo está realizando el GAD parroquial.

Es importante recalcar que Ancón fue declarado Patrimonio cultural lo que hace que se siga rescatando lo invaluable, que puede servir en una gran escala a todos los pobladores de ese lugar ya que todavía se trata de conservar aquellas tradiciones que los antepasados realizaban, es por este motivo que esta investigación tiene una esencia de importancia, ya que se diferencia de otros lugares por contar con una arquitectura inglesa que dejaron aquellos habitantes que convirtieron a Ancón en un campamento minero.

Dando a conocer la importancia de la propuesta, se trata de rescatar la historia y cultura, y en cuanto a conservación de las estructuras de las casas que eran usadas por los ingleses, es por esta razón que mediante el DISEÑO DEL PRODUCTO HISTÓRICO, CULTURAL, ARQUITECTÓNICO E INDUSTRIAL, se buscarán estrategias que ayuden a aquellos atractivos para que sean promocionados adecuadamente en el sector turístico, y así sean reconocidos a nivel nacional e internacional.

1.29. Atractivos principales pertenecientes a la cabecera parroquial Ancón

La cabecera parroquial Ancón es un lugar que conserva arquitectura inglesa, la cual da a conocer que ahí existió una historia llena de diversas culturas que se desarrollaron en la misma. Por lo tanto al existir estos precedentes el INPC declaró como Patrimonio Cultural a este lugar donde se analizaron, mediante estudios todos

los bienes culturales, históricos y arquitectónicos que hicieron que este pueblo se distinga de otros. Por lo tanto esto permitirá que se amplíen los conocimientos relacionados en cuanto a la forma de vida que se daba en este lugar durante la gobernanza de los ingleses, lo que a la vez genera valiosos atractivos que pueden ser catalogados como principales.

Es importante indicar que los atractivos primarios son aquellos que crean expectativas en el visitante, son la razón por la cual acuden al sitio generando demanda y dándole categorización al destino a nivel turístico. Por tal razón se convierten en algo indispensable, para el diseño de un producto turístico, con el mismo que se pretende, partiendo de un estudio de la demanda actual, proporcionar las estrategias necesarias para implementar nuevas temáticas en el área turística, uniendo el recurso con el atractivo y la satisfacción e interés del turista para que permita el desarrollo del lugar y también la diversificación turística en nuestra provincia.

De acuerdo a lo anteriormente expuesto se puede considerar que es necesario realizar líneas de acción que permitan buscar estrategias de como promover el turismo histórico, cultural, arquitectónico y temático para la Cabecera parroquial Ancón y de cómo comercializar y promocionar el producto turístico.

Cabe recalcar que el GAD parroquial ha ofertado al sitio mediante la realización de un circuito, pero este no ha sido debidamente difundido, siendo este uno de los motivos que llevó a considerar una propuesta alternativa en cuanto al diseño de un producto turístico en el lugar, el cual contará con atractivos para su considerable ejecución.

Tomando en cuenta esta propuesta, a continuación se detallan los atractivos principales con los que contará:

- **Pozo 001:** Se relatará la importancia de este atractivo para la comunidad, ya que al haber sido el lugar en el que se perforó el primer pozo petrolero en el Ecuador, permitió desarrollar una planta e infraestructura de explotación minera única en el país en aquella época.
- **Cementerio Inglés:** En este atractivo los turistas observarán la estructura de las tumbas, las cuales poseen una cruz de color blanco y placas de bronce que tienen escrito las oraciones en inglés que los familiares le dedicaban al fallecido, también llevan el año de defunción y el nombre de la persona. Se les explicará la relevancia histórica que posee el sitio ya que allí reposan los restos de personas inglesas ilustres, en esa época, de Ancón; además de niños ecuatorianos.
- **Club Andes:** Este atractivo es llamativo por su infraestructura histórica y cultural en cuanto a eventos que se realizaban en el lugar, ya que después de la reversión, los locales institucionales constan hasta hoy en los inventarios de Petroproducción. La Ilustre Municipalidad de Santa Elena por propia iniciativa, donó mediante escritura pública los terrenos donde se asientan los clubes. Además en el lugar se pueden visualizar las fotos de futbolistas muy reconocidos, uno de ellos es Alberto Spencer quien marcó una tendencia como deportista en la historia del Ecuador.
- **Barrio Inglés:** Este barrio se caracteriza por las infraestructuras de las casas y la historia que guarda, debido a que en la mayoría de viviendas prevaleció el uso de caña guadúa picada y revestida de cemento por ambos lados, sistemas que los Ingleses calificaron de excelente por su buena apariencia y durabilidad para fachadas y divisiones interiores.

- **Iglesia San José de Ancón:** Aquí los visitantes podrán observar la distinción que tiene este templo en cuanto a la construcción ya que se utilizaron vigas de hierros importados y recios puntales de madera empernados. La fachada y paredes laterales fueron revestidas con una original mezcla de cemento, arena y conchilla que otorgó el acabado novedoso y muy agradable a la vista que tiene esta iglesia, implementando un reloj de fabricación inglesa.
- **Club Ancón:** Lugar que se caracteriza por la infraestructura que posee; hoy en día, este club se encuentra a disposición de la comunidad y de los turistas para disfrutar de momentos familiares, además cuenta con áreas de recreación y sitios deportivos.
- **Barrio Guayaquil:** Lugar en donde se encuentran los canchones ingleses, ahora que se encuentran adecuados totalmente, conservando el estilo que las caracteriza en cuanto a las viviendas.
- **Parque Central:** Es un atractivo que ha sido totalmente modificado por la empresa de PACIFPETROL, pero aun así es considerado como un atractivo porque es un lugar donde los niños y adultos pueden descansar y a la vez realizar actividades de recreación. Además se encuentra cerca de otros atractivos de interés histórico y cultural.
- **Mirador Acapulco:** Desde este lugar paradisiaco se puede observar con facilidad la playa de Mambra que era de uso exclusivo para los ingleses; en ese lugar solo podían ingresar el personal autorizado, hoy en día solo queda una gran historia del lugar donde los ingleses dejaron una huella de leyenda algo único que contar en este lugar.

Estos atractivos son considerados como una parte histórica- cultural arquitectónica del lugar, en el que se relatarán los aspectos importantes de cada uno.

Para visitar estos atractivos se realizará un recorrido turístico en donde el viajero podrá instruirse sobre la historia que dejaron implantada los ingleses en Ancón, de igual manera se les mostrará la importancia que tiene el conservar este Patrimonio Cultural.

El recorrido se realizará más en la zona urbana, debido a que la mayoría de atractivos se encuentran dentro del poblado, a excepción de dos que están cerca de un ambiente natural como la playa Acapulco en donde se podrá observar un bosque seco tropical rodeado de un perfil costanero y acantilados en donde se tomarán las medidas necesarias junto con un guía para llegar al sitio indicado.

Dentro de cada uno de los atractivos se mostrarán objetos de interés histórico, así como también se narrará la importancia y función de cada uno de ellos en la época de los ingleses además de los eventos culturales que se realizaban, los cuales pueden ser mostrados por medio de concursos y obras teatrales que serían estrategias para promover el turismo en este sitio; se observarán los lugares que frecuentemente eran visitados por los ingleses para sus momentos de relax. El recorrido está comprendido aproximadamente de 3500 metros de longitud, se iniciará desde el cementerio inglés hasta llegar al pozo 001 con una señalética adecuada que estará ubicada estratégicamente.

En la actualidad el sendero cuenta con la señalética pero lamentablemente no está recibiendo mantenimiento adecuado por la poca afluencia que tiene el lugar en cuanto a la demanda, lo que pone en riesgo a que no exista el desarrollo turístico en la zona, siendo esta la causa se toma en consideración la propuesta, siempre y cuando se establezcan los parámetros para la protección del Patrimonio.

Los turistas son indispensables para que un lugar tenga acogida, se debe tener en cuenta la permanencia del visitante en Ancón por lo cual se considerará la ejecución de actividades que generan la función de extracción de petróleo las cuales se dan

gracias a la implementación de los atractivos secundarios. A partir de la propuesta expuesta en cuanto a los atractivos culturales, históricos, arquitectónicos se detallarán las actividades que se implementarán en el recorrido:

Caminatas: Para la realización de esta actividad se considera la ruta del Copey que se encuentra totalmente habilitada contando con el 60% del recorrido asfaltado, 10% lastrado y el 30% restante es camino en donde se puede observar albarradas y algunos balancines. Además en este trayecto se podrá apreciar la amabilidad de los moradores al igual que un bosque seco y un mirador en donde se puede divisar el perfil costanero, al mismo tiempo que se puede descansar en un ambiente puro.

Siguiendo estas características particulares el visitante podrá apreciar un hábitat cultural y natural mostrando un lugar que tiene una historia grandiosa y muy interesante. La relación que guardan todos estos elementos permite las expectativas de diseñar un producto turístico para Ancón el cual ayudará a que se desarrolle turísticamente promoviendo la unión de lo histórico, cultural y arquitectónico.

También es importante implementar actividades para los niños; tomando en consideración que la mayoría de los turistas acuden con sus hijos; se ha estimado que uno de los atractivos podría ser el Parque Central porque posee un área recreacional con juegos infantiles como: caracol, columpio, resbaladera pasa manos entre otros y donde se podrán integrar actividades recreacionales con las que pueda enseñársele un poco de la historia de Ancón.

Actividad #1

Nombre de la Actividad: “Simón Dice”

Explicación de la Actividad: Este juego consiste que uno de los participantes es llamado Simón en este caso será la persona que esté a cargo de los niños, el truco es que los niños deben hacer todo lo que Simón (instructor) mencione.

En este caso Simón tendrá que mencionar que señalen las infraestructuras turísticas que se encuentran cerca del parque, en este caso podrán ser el Club Andes y La Iglesia San José de Ancón, además con los colores, tamaño y la forma que caracteriza a la cada una de estas estructuras.

Actividad #2

Nombre de la Actividad: “Aprende Coloreando”

Explicación de la Actividad: se formara dos grupos de niños, a quienes se les facilitará una hoja donde se encuentre dibujado una de las infraestructuras que se encuentran cerca del parque central. Se los sentara frente a la infraestructura que les toco de acuerdo al dibujo y se les proporcionara los colores para que mediante la observación puedan pintarlos. Al finalizar se les hará las observaciones correspondientes, y se los podrán llevar como recuerdo de su visita.

Ancón cuenta con un Centro de interpretación aquí se encuentran paneles del recorrido en el cual estratégicamente se podría implementar una actividad que consistirá en realizar conferencias donde se expongan los lugares que serán visitados durante el recorrido y la importancia que tiene esta zona para el país en cuanto a conservar el patrimonio cultural que posee, es por tal motivo que se ha tomado en consideración varios segmentos como los moradores, universidades, escuelas y colegios.

Para que la permanencia de los turistas no sea tan corta se ha considerado emplear la visita a la comuna Prosperidad y Tambo pertenecientes a la parroquia Ancón, en donde se encuentran el sendero del TínTín(turismo Mágico), y el sendero de los nidos Aviturismo, por tal motivo se los ha estimado como atractivos secundarios:

Sendero del TínTín: Es considerado como un atractivo lleno de historia, mencionado por los moradores quienes cuentan que esa era la ruta que el TínTín (hombrecito de contextura pequeña con un gran sombrero y con los pies virados hacia atrás). Este sendero forma parte del Turismo de realismo mágico, mítico a través de leyendas. El recorrido consiste desde el parque central que es considerado como un mirador natural, antiguo Country Club, el árbol TínTín, cerro el pelado y avistamiento de flora.

Sendero de los Nidos: Se denomina con este nombre porque ofrece la posibilidad de observar varias especies de aves endémicas, además ente este lugar se realiza camping. Este recorrido se lo realiza desde e parque central de la comuna el Tambo, luego nos dirigimos al bosque seco tropical en donde empieza la aventura.

1.30. Diagnóstico Estratégico.

Mediante un diagnóstico y análisis exhaustivo en cuanto a las técnicas de recopilación de información aplicadas a las distintas entidades, se definen las diferentes estrategias que serán empleadas para la promoción y diseño metodológico, las cuales se usarán bajo principios de sostenibilidad que implica la conservación tanto natural como cultural de los atractivos que conforman la Cabecera Parroquial San José de Ancón.

Por esta razón se propuso el diseño de un producto histórico, étnico, cultural, arquitectónico e industrial para Ancón, con la finalidad de convertir a la parroquia en un destino turístico, promocionando sus atractivos potenciales ya que se considera que posee un ambiente lleno de historia y cultura lo que fortalece las acciones planteadas para lograr satisfacer al cliente. Esto ayuda a que Ancón se pueda diferenciar de otras comunidades pertenecientes a la provincia de Santa Elena, ya que

para los turistas es motivante conocer nuevos lugares, que a su vez se hallen próximos a otros balnearios de la Provincia.

Cabe recalcar que cada instrumento metodológico será instruido de manera clara y concisa dando así la relación de los pasos que son expuestos en el capítulo I, además estos parámetros ayudarán a establecer e identificar las actividades necesarias, para alcanzar que Ancón sea reconocido como un atractivo porque conserva elementos turísticos los cuales se podrán aprovechar para la respectiva promoción, al mismo tiempo se disminuyen las debilidades que se establecerán a través de la situación actual de la comunidad mediante el análisis FODA en el cual se tomarán en cuenta los siguientes aspectos:

CUADRO 15: Análisis FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Población local capacitada en temas turísticos. ❖ Cuenta con atractivos naturales y culturales. ❖ Preservación de bienes e inmuebles con arquitectura colonial inglesa. ❖ Gente amable con sentido de cooperación en el desarrollo de la comunidad. ❖ Es una zona de influencia directa de la producción petrolera. ❖ Fue declarado Patrimonio Cultural del Ecuador por el Ministerio de Cultura. 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Débil imagen turística de Ancón a nivel provincial ❖ Contaminación por la explotación petrolera ❖ Carencia de control en el cuidado de los atractivos turísticos y patrimoniales ❖ Realización de proyectos sin ejecución favorable por falta de apoyo de las entidades públicas. ❖ Ubicación muy apartada de otros destinos turísticos. ❖ Falta de interés de la población provincial por conocer sobre Ancón. ❖ Falta de medios de transportes hacia la comunidad.
AMENAZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Alta competencia a nivel nacional para captar al turista. ❖ Existencia de desinterés por parte de las entidades gubernamentales en cuanto al desarrollo de la parroquia. ❖ Desarrollo de otros destinos turísticos a nivel provincial. 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Empresa petrolera puede fomentar el turismo industrial. ❖ Financiamiento e inversión del Estado y entidades privadas. ❖ Futuros profesionales en el área turística con deseos de realizar proyectos en la Parroquia. ❖ El oleaje permite practicar deportes extremos como el surf.

Elaborado: Mónica Piguave, 2013

Fuente: Moradores de la Cabecera Parroquial Ancón

CUADRO 16: Análisis estratégico FODA

<p>FACTORES INTERNOS</p> <p>FACTORES EXTERNOS</p>	<p>LISTA DE FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> ✧ Población local capacitada en temas turísticos. ✧ Cuenta con atractivos naturales y culturales. ✧ Preservación de bienes e inmuebles con arquitectura colonial inglesa. ✧ Gente amable con sentido de cooperación en el desarrollo de la comunidad. ✧ Es una zona de influencia directa de la producción petrolera. ✧ Fue declarado Patrimonio Cultural del Ecuador por el Ministerio de Cultura. 	<p>LISTA DE DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> ✧ Débil imagen turística de Ancón a nivel provincial. ✧ Contaminación por la explotación petrolera. ✧ Falta de control en el cuidado de ciertos atractivos turísticos patrimoniales. ✧ Realización de proyectos sin ejecución favorable por falta de apoyo de las entidades públicas. ✧ Ubicación muy apartada de otros destinos turísticos. ✧ Falta de interés de la población provincial por conocer más sobre Ancón. ✧ Falta de medios de transportes hacia la comunidad
<p>LISTA DE AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> ✧ Alta competencia a nivel nacional para captar al turista ✧ Existencia de incredulidad de las entidades gubernamentales en cuanto al desarrollo de la parroquia ✧ Desarrollo de otros destinos turísticos a nivel provincial 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Realizar publicidad sobre los atractivos naturales y culturales en los medios de comunicación como: Radio, TV para crear interés en los habitantes de la Provincia y acudan a visitar la Parroquia Ancón. ❖ Brindar constantes capacitaciones a los pobladores para que obtengan otros conocimientos, estén actualizados en la actividad turística y puedan ofrecer servicios de calidad a los turistas permitiéndole diferenciarse de otros destinos turísticos desarrollados de la Provincia. 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Realizar casas abiertas en puntos estratégicos de la Provincia para promocionar los diferentes atractivos de Ancón, así crear interés y fortalecer su imagen turística. ❖ Organizar conversatorios entre la comunidad de Ancón, estudiantes, docentes de la UPSE y dirigentes de la Junta parroquial con las autoridades Municipales para que con sus intervenciones se les haga entender los beneficios que con lleva ejecutar proyectos turísticos en esta localidad.

LISTA DE OPORTUNIDADES

- ❖ **Empresa petrolera puede fomentar el turismo industrial.**
- ❖ **Financiamiento e inversión del Estado y entidades privadas.**
- ❖ **Futuros profesionales en el área turística con deseos de realizar proyectos en la Parroquia.**
- ❖ **Cada vez aumenta el interés de los turistas por realizar y conocer otros tipos de actividades turísticas dentro de la provincia.**


- ❖ Fomentar el turismo industrial a través de charlas, casas abiertas, convenciones, congresos y visitas al campo de extracción de petróleo.
- ❖ Como la población local está capacitada en temas turísticos el gobierno debería abrir líneas de crédito mediante de instituciones financieras para quienes estén interesados y puedan solventar préstamos con el fin de que se creen micro empresas turísticas.
- ❖ Los futuros profesionales en el área turística elaboren sus propuestas en conjunto con la comunidad de Ancón para que la población se sienta vinculada y juntos logren el desarrollo turístico de la parroquia.
- ❖ Adoptar procesos exitosos realizados por otros lugares que han sido declarados como Patrimonio Cultural del Ecuador para el cuidado de aquellos bienes e inmuebles que poseen arquitectura colonial inglesa.
- ❖ Dar mayor promoción de los atractivos naturales y culturales de Ancón para que el turista se informe sobre este punto turístico que posee la Provincia.


- ❖ Fortalecer de la imagen y desarrollo de Ancón a través de los proyectos que desean realizar.
- ❖ Preservar los atractivos turísticos y conservar el ambiente.
- ❖ El Ministerio de Cultura debería instalar sistemas de seguridad y sancionar a aquellos que destruyan atractivos turísticos patrimoniales.
- ❖ Ofertar turismo experiencial a fin de brindar vivencias positivas al turista logrando así que no le importe viajar demasiado a tal lugar ya que sabe que va a disfrutar.
- ❖ Invertir en nuevas ideas, de esta manera se consigan ejecutar favorablemente los proyectos.


Elaborado: Mónica Piguave, 2013


Fuente: Moradores de la Cabecera Parroquial Ancón


1.31. Inventario de los atractivos Turísticos de la Cabecera Parroquial Ancón


Atractivo N° 1 : Parque Central de Ancón	
1) Datos generales: Nombre del atractivo: Parque Central de Ancón Categoría: Manifestaciones Culturales Tipo: Arquitectura y Espacios Urbanos Subtipo: Parque Jerarquía: III	
2) Ubicación geográfica: Latitud: 2°19'7.75"S Longitud: 80°51'16.09"O Provincia: SANTA ELENA Cantón: SANTA ELENA Parroquia: ANCÓN	
3) Centros urbanos más cercanos Atahualpa que se encuentra a 16km, Anconcito ubicado a 15km de distancia y Prosperidad que se encuentra a 14km, cada uno de estos poblados son comunas pertenecientes al Cantón Santa Elena y que pertenecen a la Zona Sur.	
4) Características físicas del atractivo: - Valor intrínseco. Es un atractivo que se caracteriza por las historia también es una zona de recreación donde los jóvenes, adultos y niños van a disfrutar de sus instalaciones. - Valor extrínseco El significado de este atractivo para la comunidad es importante porque hace referencia a una zona de recreación familiar y de paseo.	
5) Estado de conservación del atractivo. El lugar se encuentra en buen estado.	
6) Estado de conservación del entorno. El entorno del atractivo se encuentra alterado gracias a las continuas remodelaciones de las casas y la infraestructura de las carreteras, manteniéndose en continuos arreglos.	
7) Infraestructura vial y de acceso. Se puede ingresar en el sitio en todo tipo de transporte terrestre.	
8) Infraestructura básica. Cuenta con todos los servicios básicos.	
9) Asociación con otros atractivos: (Club Andes, Iglesia San José de Ancón)	
Parque Central Ancón	
	


Atractivo N° 2 Barrio Guayaquil	
1) Datos generales:	<p>Nombre del atractivo: Barrio Guayaquil Categoría: Manifestaciones Culturales Tipo: Arquitectura Subtipo: Barrios Jerarquía: III</p>
2) Ubicación geográfica	<p>Latitud: 2°19'7.75"S Longitud: 80°51'16.09"O Provincia: Santa Elena Cantón: Santa Elena Parroquia: San José de Ancón</p>
3) Centros urbanos más cercanos:	<p>Atahualpa con una distancia de 16 km, Anconcito con una distancia de 15 km y con Prosperidad a una distancia de 14Km.</p>
4) Características físicas del atractivo:	<ul style="list-style-type: none"> - Valor intrínseco: Este atractivo es muy llamativo por las construcciones que se conserva en cuanto a los canchones y sus colores vivos característicos propios del lugar. - Valor extrínseco: Este Barrio tiene mucho interés para la comunidad ya que fueron viviendas llenas de historia perteneciente a la época de los ingleses por tal motivo que este lugar fue considerado como patrimonio de Ancón.
5) Estado de conservación del atractivo.	<p>Los canchones se encuentran en buen estado.</p>
6) Estado de conservación del entorno.	<p>El entorno se encuentra limpio y bien cuidado y por eso el entorno es alterado por las constantes construcciones de casas que presentan en el lugar.</p>
7) Infraestructura vial y de acceso	<p>Vías asfaltadas para el ingreso de todo tipo de transporte terrestre.</p>
8) Infraestructura básica	<p>Anteriormente el lugar no contaba con infraestructura básica por lo que mencionaba la historia pero al pasar de los años el municipio con la petición de los habitantes han restablecidos estos servicios por eso este barrio cuenta con agua potable y luz eléctrica y alcantarillado. El ingreso a este lugar no es prohibido y mucho menos se paga.</p>
9) Asociación con otros atractivos	<p>Este atractivo se encuentra cerca de otros atractivos que son el cementerio inglés a 4km y el parque industrial a 3km.</p>
Barrio Guayaquil	
	


Atractivo N° 3 Iglesia San José de Ancón	
1) Datos generales: Nombre del atractivo: Iglesia San José De Ancón Categoría: Manifestaciones culturales Tipo: Arquitectura y Espacios Urbanos Subtipo: Iglesia Jerarquía: III	
2) Ubicación geográfica: Latitud: 2°19'7.75"S Longitud: 80°51'16.09"O Provincia: Santa Elena Cantón: Santa Elena Parroquia: San José de Ancón	
3) Centros urbanos más cercanos: Atahualpa con una distancia de 16 km, Anconcito con una distancia de 15 km y Prosperidad a una distancia de 14Km.	
4) Características físicas del atractivo: - Valor intrínseco. Para la construcción del templo se utilizaron vigas de hierro importado y recios de madera empernados, las paredes laterales y la fachada fueron revestidas con una original mezcla de cemento, arena y conchilla que otorgó este acabado novedoso. - Valor extrínseco Para la comunidad esta infraestructura es de gran importancia ya que aquí es donde ellos realizan los eventos religiosos y actos solemnes y ellos indican que como fue considerado como lugar patrimonial por su estructura inglesa podría darse a conocer como un atractivo turístico.	
5) Estado de conservación del atractivo: Para mantener en buen estado esta infraestructura la entidad gubernamental de la parroquia ha tenido que darle el mantenimiento adecuado pero sin alterar el diseño.	
6) Estado de conservación del entorno: Se conservaban el estilo inglés pero hoy esas casas han sido alteradas su estructura.	
7) Infraestructura vial y de acceso: Para llegar al atractivo hay una vía asfaltada en buen estado, además la cooperativa de buses pasa por donde se encuentra el producto es una calle muy transitada.	
8) Infraestructura básica: Cuenta con todos los servicios para ser considerado un atractivo.	
9) Asociación con otros atractivos: (Club Andes, Parque Central, Barrio Guayaquil)	
Iglesia San José de Ancón	
	


Atractivo N° 4 Cementerio Inglés	
1) Datos generales:	Nombre del atractivo: Cementerio Inglés Categoría: Manifestaciones Culturales Tipo: Arquitectura y espacios Urbanos Subtipo: Cementerios Jerarquía: III
2) Ubicación geográfica:	Latitud: 2°19'7.75"S Longitud: 80°51'16.09"O Provincia: Santa Elena Cantón: Santa Elena Parroquia: San José de Ancón
3) Centros urbanos más cercanos:	Ancón se encuentran cerca de tres comunidades que son Atahualpa con una distancia de 16 km, Anconcito con una distancia de 15 km y Prosperidad a una distancia de 14Km.
4) Características físicas del atractivo:	<ul style="list-style-type: none"> - Valor intrínseco Todas las tumbas poseen cruces blancas y debajo de ellas placas de bronce con semblanzas que rezan dedicatorias escritas en inglés, de quien murió, que día y que año. El color blanco predomina en todo el lugar. - Valor extrínseco Este cementerio es el único que cuenta con tumbas de ingleses, por eso es que la comunidad lo ve con interés que se desarrolle en el ámbito turístico debido a que este lugar se destaca por tener tumbas que consideran una historia significativa.
5) Estado de conservación del atractivo:	El lugar se encuentra en proceso de deterioro ya que pobladores de la parroquia y de centros urbanos cercanos se han robado las placas.
6) Estado de conservación del entorno:	Alrededor de este cementerio se encuentra una gasolinera que se encuentra en el mismo estado desde que fue implantada cuenta con un cruce y con un panorama de un bosque seco tropical.
7) Infraestructura vial y de acceso:	La vía para ingresar en este atractivo se encuentra en buen estado
8) Infraestructura básica:	El atractivo solamente cuenta con alumbrado público, y sin ningún precio para el ingreso de la misma.
9) Asociación con otros atractivos (se encuentra alejado de la zona urbana)	Cementerio Inglés
	

Atractivo N° 5 Club Andes	
1) Datos generales:	<p>Nombre del atractivo: Club Andes Categoría: Manifestaciones Culturales Tipo: Arquitectura y espacios Urbanos Subtipo: Club Social, cultural y deportivo Jerarquía: III</p>
2) Ubicación geográfica:	<p>Latitud: 2°19'7.75"S Longitud: 80°51'16.09"O Provincia: Santa Elena Cantón: Santa Elena Parroquia: San José de Ancón</p>
3) Centros urbanos más cercanos:	<p>Ancón se encuentran cerca de tres comunidades que son Atahualpa con una distancia de 16 km, Anconcito con una distancia de 15 km y con Prosperidad a una distancia de 14Km.</p>
4) Características físicas del atractivo:	<ul style="list-style-type: none"> - Valor intrínseco En la actualidad, aun encontramos aquí un salón deportivo, mesas de billar y ajedrez, salón de eventos, bar y dos canchas de fútbol. Asimismo podemos encontrar el salón de galería con los trofeos y fotografías de eventos deportivos, y del nacimiento de Ancón. Además de este club salió la primera miss Ecuador. - Valor extrínseco Este atractivo se encuentra a cargo de socios que buscan el bienestar del Club Andes, para mantener el interés de la comunidad, ellos han implementado una cafetería para obtener la acogida no solo de los comuneros sino también de los visitantes.
5) Estado de conservación del atractivo:	<p>Gracias al constante trabajo de los socios este club fue remodelado pero manteniendo siempre el estilo que caracteriza al lugar.</p>
6) Estado de conservación del entorno:	<p>El entorno se encuentra alterado por los continuos cambios que se da al entorno como la construcción de casas modernas.</p>
7) Infraestructura vial y de acceso:	<p>Puede transitar cualquier tipo de vehículo.</p>
8) Infraestructura básica:	<p>El atractivo cuenta con un sistema de interconectado, agua potable y alcantarillado por medio de red pública.</p>
9) Asociación con otros atractivos:	<p>(Parque Central)</p>
<p>Club Andes</p> 	

Atractivo N° 6 Barrio Inglés	
1) Datos generales:	Nombre del atractivo: Barrio Inglés Categoría: Manifestaciones Culturales Tipo: Lugares Históricos Subtipo: Barrio Jerarquía: III
2) Ubicación geográfica:	Latitud: 2°19'7.75"S Longitud: 80°51'16.09"O Provincia: Santa Elena Cantón: Santa Elena Parroquia: San José de Ancón
3) Centros urbanos más cercanos:	Los centros urbanos más cercanos al atractivo son: Atahualpa con una distancia de 16km Anconcito con una distancia de 15 km Tambo-Prosperidad con una distancia de 14 km
4) Características físicas del atractivo:	<ul style="list-style-type: none"> - Valor intrínseco. Este atractivo se caracteriza por su historia y por la arquitectura inglesa que posee ya que la mayoría de casas existentes llevan el mismo estilo, razón por la que fue declarado patrimonio cultural. - Valor extrínseco. Mantener estas edificaciones por parte de la comunidad es muy importante ya que por este medio se podría desarrollar el turismo en la comunidad, es por ese motivo que ellos solicitan la ayuda de las entidades gubernamentales para adecuar el atractivo según las expectativas del turista.
5) Estado de conservación del atractivo:	Existen 20 casas que se encuentran en estado conservado ya que mantienen el estilo de acuerdo a la época en que fueron construidas.
6) Estado de conservación del entorno:	El bosque se mantiene de acuerdo a los tiempos climáticos que se presenta la región.
7) Infraestructura vial y de acceso:	Para el ingreso al lugar existen dos tipos de vías una de ellas se encuentra asfaltada y otra empedrada pero en muy buen estado.
8) Infraestructura básica:	Este lugar cuenta con los servicios básicos como agua potable y alcantarillado, se realiza por medio de una red pública, energía eléctrica que se transmite por un sistema de interconectado y con alumbrado público ya que es importante para la seguridad de los habitantes.
Barrio Inglés	
	

Atractivo N° 7 Ancón Club	
1) Datos generales:	Nombre del atractivo: Ancón Club Categoría: Manifestaciones Culturales Tipo: Arquitectura y espacios Urbanos Subtipo: Club Social, Cultural y Deportivo Jerarquía: III
2) Ubicación geográfica:	Latitud: 2°19'7.75"S Longitud: 80°51'16.09"O Provincia: Santa Elena Cantón: Santa Elena Parroquia: San José de Ancón
3) Centros urbanos más cercanos:	Los centros urbanos más cercanos al atractivo son: Atahualpa con una distancia de 16km Anconcito con una distancia de 15 km Tambo-Prosperidad con una distancia de 14 km
4) Características físicas del atractivo:	<ul style="list-style-type: none"> - Valor intrínseco Es el mejor club conservado en comparación con el resto de los clubes que existen en la actualidad en la población de Ancón. Este club cuenta con: 1 piscina de 15x25 y 4 metros de profundidad, 1 piscina de niños de forma ovalada de 60 centímetros de profundidad, 1 cancha de tenis, 2 mesas de billar, 2 mesas de pimpón. - Valor extrínseco Es un lugar muy frecuentado por todos los servicios que ofrece.
5) Estado de conservación del atractivo:	Este atractivo se encuentra conservado gracias al servicio que brinda; este lugar se encuentra a disponibilidad de los visitantes desde el día miércoles hasta el sábado.
6) Estado de conservación del entorno:	El entorno no se encuentra alterado porque el atractivo se encuentra cerca de la playa con una vista magnífica a un espacio natural.
7) Infraestructura vial y de acceso:	Para ingresar al lugar existen vías asfaltadas y senderos que se encuentran en un buen estado.
8) Infraestructura básica:	Cuenta con agua potable, alcantarillado y luz eléctrica.
9) Asociación con otros atractivos (Barrio Inglés, Club Unión)	Ancón Club
	

Atractivo N° 8 Mirador Acapulco	
1) Datos generales:	<p>Nombre del atractivo: Mirador Acapulco Propietario: Ancón Categoría: Sitio Natural Tipo: Lugares pintorescos Subtipo: Miradores Naturales Jerarquía: III</p>
2) Ubicación geográfica:	<p>Latitud: 2°19'7.75"S Longitud: 80°51'16.09"O Provincia: Santa Elena Cantón: Santa Elena Parroquia: San José de Ancón</p>
3) Centros urbanos más cercanos:	<p>Los centros urbanos más cercanos al atractivo son: Atahualpa con una distancia de 16km Anconcito con una distancia de 15 km Tambo-Prosperidad con una distancia de 14 km</p>
4) Características físicas del atractivo:	<ul style="list-style-type: none"> - Valor intrínseco. Desde este lugar se puede apreciar la playa de Acapulco, los acantilados, las diferentes clases de aves marinas tales como pelícanos, gaviotas y una que otra ave de rapiña, se puede divisar también la playa de Anconcito y lo maravilloso de la naturaleza de Ancón. - Valor extrínseco. En este lugar fueron implantadas unas pequeñas cabañas para los visitantes, que descansen mientras disfrutan o admiran el paisaje que brinda este lugar.
5) Estado de conservación del atractivo:	<p>Este atractivo se encuentra en proceso de deterioro ya que las cabañas que fueron implantadas ahí se están cayendo poco a poco dando una imagen no deseada.</p>
6) Estado de conservación del entorno:	<p>Este lugar se encuentra rodeado de naturaleza y especies de aves propias del lugar que se encuentran conservado sin ningún tipo de alteración al Ambiente e imagen natural</p>
7) Infraestructura vial y de acceso:	<p>Para ingresar al lugar existen vías asfaltadas y senderos que se encuentran en un buen estado para que las camionetas, buses y 4x4 según el inventario puedan adherirse al lugar.</p>
8) Infraestructura básica:	<p>Es un área natural alejada de la zona urbana, por eso existe un horario específico, en altas horas de la noche puede tornarse peligroso.</p>
9) Asociación con otros atractivos:	<p>Club Andes</p>
Vista desde el mirador	
	

Atractivo N° 9 Ancón 0001	
1) Datos generales:	<p>Nombre del atractivo: Balancín-Playa Acapulco Propietario: Ancón Categoría: Realización técnica científica o artística contemporáneas Tipo: Exploraciones Mineras Subtipo: Extracción de hidrocarburos Jerarquía: II</p>
2) Ubicación geográfica:	<p>Latitud: 2°19'7.75"S Longitud: 80°51'16.09"O Provincia: Santa Elena Cantón: Santa Elena Parroquia: San José de Ancón</p>
3) Centros urbanos más cercanos:	<p>Atahualpa con una distancia de 16km Anconcito con una distancia de 15 km Tambo-Prosperidad con una distancia de 14 km</p>
4) Características físicas del atractivo:	<ul style="list-style-type: none"> - Valor intrínseco. Este balancín se encuentra a orillas de la playa rodeado de basura ya que al otro extremo se encuentra el puerto de Anconcito donde las embarcaciones expulsan los desechos y estos se encuentran alrededor del balancín dando así un mal aspecto al pozo. - Valor extrínseco. Este pozo petrolero ha sido abandonado sin darle ningún tipo de interés por lo que se encuentra en abandono.
5) Estado de conservación del atractivo:	<p>Este atractivo no ha sido alterado</p>
6) Estado de conservación del entorno:	<p>El entorno se encuentra en conservación ya que se encuentra rodeado del perfil costanero que es la playa de Acapulco.</p>
7) Infraestructura vial y de acceso:	<p>Para ingresar al atractivo existe un sendero que se encuentra en buen estado, puede transitar cualquier tipo de vehículo, además la entrada es libre donde puede disponer de observar sin ningún valor el atractivo.</p>
8) Infraestructura básica:	<p>El atractivo no cuenta con la infraestructura básica ya que es un lugar que se encuentra a orillas del mar.</p>
9) Asociación con otros atractivos:	<p>Playa Acapulco Ancón 001</p>
	

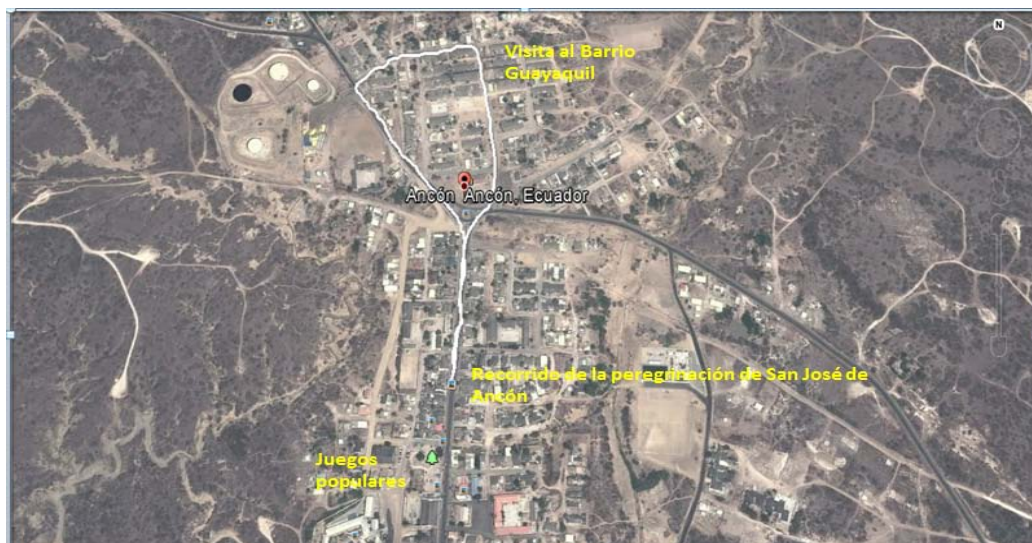
1.32. Criterios de Agrupamiento (CLUSTERING)

Como anteriormente se mencionó un clúster es considerado como el agrupamiento de atractivos y servicios y se da en función de una temática que da el origen turístico del lugar, lo cual se identifica con una base que es el inventario y el análisis, es por tal razón que se han establecido micro clúster turísticos para Ancón. A continuación se van a especificar cada uno de los clúster con sus respectivos análisis espaciales para tener en consideración cuales son los agrupamientos de atractivos y servicios que brinda el sitio.

1.32.1. Clúster Cultural: fiestas populares de la Cabecera Parroquial Ancón

1. Peregrinación de San José conocido como el santo de obreros y artesanos.
2. Presentación de artistas nacionales en la cabecera parroquial Ancón.
3. Elección de la Reina.
4. Baile de la Piñata organizado por el Club Unión.
5. Juegos populares (Palo encebado, ensacados, el huevo en la cuchara, la gallina ciega, etc.)

FIGURA 1: Localización geográfica del recorrido de la imagen de San José de Ancón y juegos populares.



1.32.2. Clúster por marco Geográfico (Ruta)

1. Sendero del Tintin (Prosperidad)
2. Sendero de avistamiento de aves

FIGURA 2: Localización geográfica de los atractivos turísticos secundarios



1.32.3. Clúster por servicio

1. Hospederías comunitarias
2. Comedores
3. Cafeterías

4. Complejo Turístico.

Son servicios que se encuentran en Ancón, que estarán a servicio de los turistas para hacer su visita grata y así retornen a hacer el uso del mismo. Es por tal motivo que a continuación se realiza un sondeo espacial de la ubicación de los servicios.

FIGURA 3: Localización Geográfica de los servicios complementarios de Ancón





1.32.4. Clúster Arquitectónico.

1.33. Atractivos que tienen importancia histórica por la infraestructura que poseen:

Club Ancón.

Club Andes.

Barrio Inglés.

Barrió Guayaquil.

Iglesia San José de Ancón.

Cementerio inglés.

FIGURA 4: Localización Geográfica de los atractivos arquitectónicos





1.34. T.O.S. (Rango de oportunidad turística)

El rango de oportunidad turística es aquel que define la jerarquía del núcleo de los elementos que conforman un producto turístico, en el que se calificarán los aspectos relevantes que hacen que los turistas ingresen al lugar.

En esta herramienta se establecerá la variable (calidad, apoyo y significado) de cada uno de los atractivos, mencionando los factores que constituyen cada una de ellas tales como, valor intrínseco, entorno, estado de conservación y/u organización, acceso, servicios, asociación con otros atractivos y por último el significado de cada uno de los elementos a nivel local, provincial, nacional e Internacional.

Ancón es un lugar con un gran potencial turístico en el ámbito cultural, histórico donde el visitante podrá deleitarse de la arquitectura inglesa que posee, por lo tanto en el siguiente recuadro se apreciarán los factores de cada uno de ellos:

Atractivo	Calidad				Apoyo			Significado		
	Valor intrínseco	Valor extrínseco	Entorno	Estado de conservación	Acceso	Servicio	Asociación con otros atractivos	local	Provincial	internacional
Parque Central	10	10	7	7	10	8	5	2	4	0
Barrio Guayaquil	10	10	5	6	10	10	5	2	4	0
Iglesia San José de Ancón	14	12	9	8	10	8	5	2	4	0
Cementerio Inglés	12	11	6	4	10	5	5	2	4	0
Club Andes	11	12	8	10	10	10	5	2	4	0
Barrio Inglés	13	12	9	8	7	8	5	2	4	0
Club Ancón	15	15	8	8	7	8	5	2	4	0
Playa Acapulco	10	8	9	5	7	5	2	2	4	0
Ancón 001	7	6	8	5	7	5	2	2	4	0

La ponderación de los atractivos turísticos se establecerá a partir de la suma de los valores asignados a cada uno de los factores y en función de los puntos se determinará el rango:

Jerarquía I: 1 a 25 puntos

Jerarquía II: 26 a 50 puntos

Jerarquía III: 51 a 75 puntos

Jerarquía IV: 76 a 100 puntos

1.35. T.A.I. (Índice de Atracción Turística)

El índice de atracción turística de un lugar de potencial histórico o un distrito urbano específico, en este caso Ancón, depende en gran valor a sus características morfológicas; en cuanto a las particularidades del ambiente, deben ser accesibles y puede asumirse que se incremente la complejidad en cuanto a la atracción del atractivo.

Aplicando las técnicas de zonificación espacial, logran ser estudiadas en el ámbito cultural e histórico.

Las funciones son indicativos principales para la atracción de un sitio tanto en ciudades o distritos urbanos, volviéndose en un lugar de interés para los turistas para su gusto o satisfacción propia. Por lo cual un análisis de turistificación implica el estudio de los espacios o edificios públicos principalmente en el área de interés cultural, es por tal razón que se hace la distribución de los dos aspectos:

Casi mono- funcionales aglomeración o clúster turístico (iglesias, parques museos, monumentos) que son considerados excepcionales o únicos en el sitio.

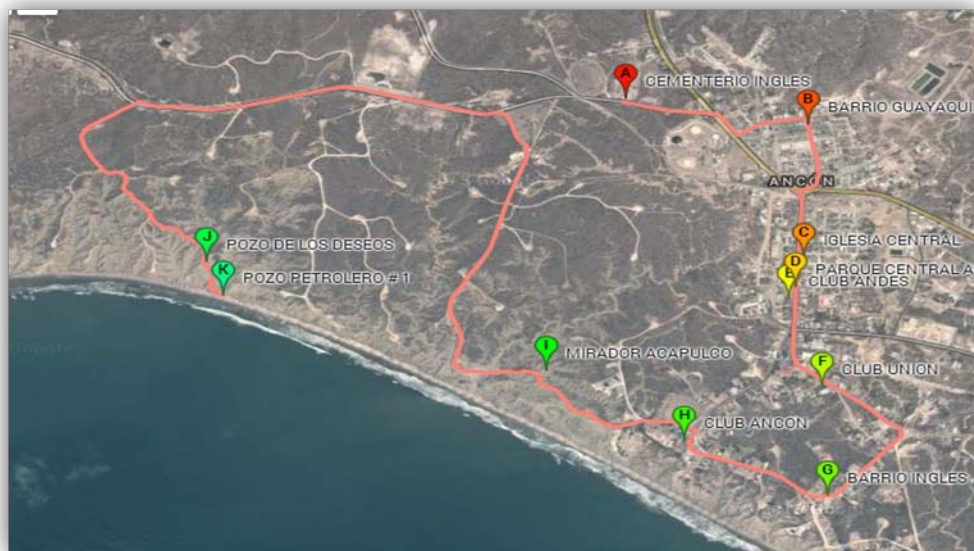
Luego están las actividades turísticas que son las que se encuentran relacionadas con funciones urbanas que facilitan marcar las actividades y funciones, (comercio, hoteles, pubs, entre otros).

Por último se encuentra el área urbana que aún no ha desarrollado actividad turística pero puede ser delimitada como la total atracción de un lugar.

Ancón es un sitio que cuenta con atractivos turísticos históricos y arquitectónicos que al ser observados causan una gran curiosidad a los visitantes, además posee una gran historia que es muy preponderante para la provincia de Santa Elena lo cual permite que el lugar sea reconocido a nivel turístico.

A continuación se realiza la zonificación de los atractivos principales:

FIGURA 5: Localización geográfica de los atractivos principales de la Cabecera Parroquial San José de Ancón.



1.36. T.A.S. (Espacio de la Actividad Turística)

Luego de haber analizado la metodología aplicada a la turistificación como el T.O.S, T.A.I. se procede a realizar el T.A.S. (Espacio de la Actividad Turística), estos aspectos son considerados para la creación de nuevos productos lo cual será útil para la propuesta de San José de Ancón.

Los atractivos principales que se mencionaron en el T.A.I. y que son considerados propios de Ancón son la razón por lo que el sitio es visitado y en cada uno de ellos se puede disfrutar, realizando diferentes actividades de aprendizaje cultural.

Para proceder al recorrido se establecerá el estudio de tiempos que se mencionan a continuación:

Para la visita de los atractivos se hace una referencia de dos horas con cincuenta minutos en vehículo particular, con un guía que se encargará de distribuir la información necesaria en cuanto a los recursos turísticos que se visitarán. Además la ruta está comprendida aproximadamente de 3500 metros de longitud, por lo que será recomendable que los turistas se acoplen a las disposiciones que el instructor les facilitará para la ejecución del recorrido. Cabe recalcar que los moradores que tengan busetas podrán ser partícipes en la realización de esta actividad, y de ese modo se beneficiará tanto al poblador como al turista.

Es recomendable establecer la época más adecuada para efectuar recorridos ya que algunos de los atractivos se encuentran por las albarradas donde ciertas épocas del año es menos factible su acceso. Por ello, durante los meses de invierno, es decir desde Diciembre-Abril, solo se harán visitas a los lugares que se encuentran dentro de la comunidad, para así evitar que el turista corra cualquier tipo de riesgo.

Pero si el turista durante esta época de invierno quiere ingresar a los lugares que se encuentran cerca de las albarradas, para conocer algunos de los atractivos que se encuentran ahí, tendrán que realizar una caminata que durara dos horas. En cuanto a la época de verano que es durante los meses de Abril- Noviembre el turista podrá acceder a los diferentes atractivos sin ningún tipo de dificultad.

Para determinar el tiempo establecido de la visita de cada uno de los atractivos se tuvo que realizar una observación de los lugares y la presentación respectiva para de esa manera establecer los espacios, para que así el turista no se incomode al permanecer tanto tiempo en un mismo lugar.

Además se considera que dentro del tiempo de recorrido se detallarán los aspectos fundamentales de cada uno de los lugares, y las actividades que se pueden realizar

en el momento de ingresar. La respectiva designación del tiempo se llevó de acuerdo a una simulación que se hizo recorriendo y realizando las actividades.

A continuación se desglosa mediante un cuadro:

ATRATIVOS TURÍSTICOS	TIEMPO DE RECORRIDO
Cementerio Inglés	Historia del lugar y fotografías 15 minutos. Recorrido hasta el siguiente atractivo 5 m.
Barrio Guayaquil	Explicación de los canchones existentes en el lugar 10 minutos. Recorrido hasta el siguiente atractivo 8 m.
Iglesia San José de Ancón	Observación de la infraestructura y relato de la historia 10 minutos. Recorrido hasta el siguiente atractivo 3 m.
Parque Central Ancón	Preguntas e introducción 15 minutos. Recorrido hasta el siguiente atractivo 1 m.
Club Andes	Exposición del lugar y deleite de aperitivos 20 minutos. Recorrido hasta el siguiente atractivo 10 m.
Club Unión	Exposición temática y recorrido en el club 20 minutos. Recorrido hasta el siguiente atractivo 5 m.
Barrio Inglés	Recorrido-Historia 10 minutos. Recorrido hasta el siguiente atractivo 3m.
Club Ancón	Exposición temática y recorrido por las instalaciones 20 minutos. Recorrido hasta el siguiente atractivo 3 m.
Mirador Acapulco	Fotografías – Explicación de la importación 15 minutos. Recorrido hasta el siguiente atractivo 15 m.
Pozo de los Deseos	Introducción e importancia - participación de los turistas con el lanzamiento de la piedrecilla en el interior del pozo 15 minutos. Recorrido hasta el siguiente atractivo 8 m.
Pozo, ANCON 001	Exposición importancia histórica del pozo 001, 20 minutos.
Total tiempo (incluido el recorrido entre un lugar a otro)	2 horas con 31 minutos

Elaborado por: Tnlga. Mónica Piguave, 2013

Considerando los aspectos de los tiempos, en la calidad de la visita, se emplea un manejo seguro y eficaz en cuanto al servicio de conducir grupos pequeños para mejor interpretación y satisfacción del turista, es por eso que el recorrido se realizará bajo los siguientes parámetros:

- Grupos de 6 personas.
- La distancia entre los grupos será de 60m, se lo hará con el fin de que no haya interferencias.
- Guía Nativo siempre debe ir adelante para dirigir al grupo.

Se puede observar que el recorrido es un poco extenso terminando en la playa, donde el turista podrá desarrollar actividades junto con su familia o amigos.

1.37. Plan de implementación, Valorado y Fuente de Financiación.

1.37.1. Potenciación y Desarrollo de Producto Turístico.

Mediante un análisis de la metodología del diseño del producto se puede indicar que San José de Ancón es un lugar que cuenta con todo lo indispensable para ser considerado como de interés tanto en el ámbito cultural como natural, por eso todo el patrimonio cultural de esta parroquia se define como un producto estrella, donde se pueden realizar los diferentes tipos de turismo como el histórico, étnico, cultural, arquitectónico e industrial.

Con la realización del análisis se pretende:

- Desarrollar el turismo histórico, cultural, arquitectónico temático para Ancón considerando el potencial que existe en esta comunidad en contar con los recursos necesarios que servirán como el bien de los pobladores y de los visitantes que deseen ingresar a la Cabecera parroquial.
- De esta manera también se pretende definir el desenvolvimiento turístico en San José de Ancón lo que permite que se desarrollen nuevos productos propios de la zona, en donde los turistas puedan hacer uso del mismo, ya que se encuentran vinculada con la realización de actividades en el área turística.

Los principales productos turísticos que se pueden desarrollar en Ancón se mencionan a continuación con sus diferentes actividades:

1.37.1.1. Promover el Turismo Histórico.

La Cabecera parroquial San José de Ancón denota mucha historia en cuanto a la existencia de muchas culturas, además la aparición de un campamento minero en la primera mitad del siglo XX, lo que ayudó a que en ese entonces la Península de Santa Elena llevara un acelerado desarrollo económico en cuanto al mejoramiento del estilo de vida porque contaban con energía eléctrica, redes comunicacionales e instalaciones de industrias entre otras cosas.

Es por eso que a partir de ser un lugar que guarda gran importancia histórica se podrá realizar actividades que ayuden a difundir y a crear formas de como el “turismo histórico” puede desarrollarse en esta comunidad. Es así que se establecen las siguientes acciones:

a) Visitas a los elementos principales y secundarios de gran valor histórico.

Para la realización del recorrido se procederá a definir primero los elementos:

Atractivos principales:

- Pozo 001,
- Balancines,
- Centro de interpretación petrolero,
- Parque temático petrolero.

Atractivos Secundarios:

- Cementerio Inglés,

- Club Ancón,
- Barrio Inglés.

La interpretación de este recorrido iniciará desde el Cementerio Inglés.

La duración máxima del recorrido sería de 50 minutos.

Mínima 40 minutos

Dirigido por un guía a quien se delegará la responsabilidad de dirigir y exponer los diferentes puntos de donde se desarrollaron las culturas, se establecerán grupos de 5-6 personas.

1.37.1.2. Promover el Turismo Cultural.

Hace 100 años en Ancón se constituyó la empresa “ANGLO ECUATORIANS OIL FIELD LMTDA.” la misma que dio oportunidad al ingreso de personas de diferentes lugares (canadienses, polacos, italianos, jamaíquinos, entre otros), por lo que se creó una mezcla de costumbres y tradiciones en este lugar, lo que hizo que se defina una identidad sociocultural en particular ya que se encontraban dentro de la identidad peninsular, es por tal motivo que sufren un proceso de transculturación en donde los ingleses arraigan sus costumbres.

La presencia de diferentes culturas hicieron que se enmarquen variaciones, que fueron muy relativas e interesantes, que se manifestaron a través de las incomparables formas de vida en cuanto a la educación, a lo cotidiano, organización y socialización que se encontraban regidas por la administración del campamento hasta ese entonces existente, quienes impusieron normas en el interior de la identidad peninsular.

Una de las actividades que cultivaron es lo artístico donde hacían expresiones culturales como la música, pintura y teatro. Los clubes (Unión, Amazonas, British

West Indies, Los Andes) fueron el apoyo principal para que estas destrezas se desarrollaran brindando tanto el aporte físico y los certámenes o eventos para que aquellos artistas intelectuales pudieran exhibir sus artes culturales, y lo mismo sucedió con el ámbito deportivo lanzando deportistas reconocidos a nivel nacional e internacional, hoy en día solo se pueden obtener testimonios que indican y especifican las glorias que tuvieron estos antepasados.

A través de este breve relato se alcanza a considerar que en San José de Ancón se puede desplegar el turismo cultural por lo que se aplica una estrategia para el desarrollo, procediendo a implementar actividades que los ingleses desarrollaban como anteriormente se las menciona haciendo partícipes a los clubes existentes en el lugar.

Actividades a Desarrollar

a) Valorización de las prácticas culturales que se desarrollaron en la época de Anglo (costumbres y tradiciones).

Para que la comunidad de Ancón reviva aquellas actividades que se desarrollaban en la existencia de Anglo deberán hacer concientización con toda la colectividad para que apoyen a realizar acciones acordes a las costumbres que existieron, tales como:

Realización de concursos de pintura.

Aquí podrán participar uno o dos colaboradores de cada comunidad de la Provincia de Santa Elena, que sean personas que les guste o les cautive pintar. Para incitar a los concursantes se les dará un estímulo económico a los tres primeros lugares que serán elegidos por un jurado que se encontrará integrado por una autoridad del Ministerio de Cultura, dos autoridades locales del GAD Parroquial San José de Ancón y un profesional en Artes Plásticas.

Presentaciones teatrales

En cuanto a las presentaciones teatrales, solo se pedirá la colaboración de un grupo por cada cantón de la provincia de Santa Elena, junto con una temática sobre la “Vivencias Inglesas” el mejor grupo podrá hacerse acreedor de un incentivo económico y una medalla por mejor grupo de actuación. También se encontrará representado por una gala de jurados.

Eventos Musicales

Por último se encuentran los eventos musicales donde mediante cuñas radiales se invitará a personas que sepan cantar, en el que se instaurará un cupo mínimo de 10-12 personas, también habrá la elección de tres ganadores quienes podrán hacerse acreedores a un incentivo económico y un instrumento musical por su participación en el programa, al igual que las otras actividades se encontrarán bajo la dirección de un jurado en el cual se invitará a un artista muy reconocido en el ámbito musical perteneciente a la Provincia de Santa Elena.

Cabe recalcar que todas estas participaciones se encontrarán bajo la dirección y responsabilidad del GAD Parroquial, en cuanto a la coordinación y la ejecución exitosa de cada una de las actividades anteriormente mencionadas; además deberán pedir apoyo al Cabildo de la Ilustre Municipalidad de Santa Elena quienes podrán apoyar con el incentivo económico para los ganadores o a la población realizando bingos, rifas o venta de comidas.

b) Revalorización de las costumbres y tradiciones de Ancón.

Hoy en día la parroquia Ancón ha realizado eventos culturales propios de ellos como la peregrinación de la imagen de San José de Ancón donde efectúan un recorrido dentro de la localidad, lo realizan año tras año, también realizan otras actividades como el festejar la parroquialización en el que se realiza la elección de

reina y los famosos juegos populares que son característicos de las comunidades. Pero no está de más que se realicen charlas en cuanto a la importancia de que estas costumbres no se pierdan, ya que de esa manera reconocerán sus orígenes ante otras sociedades.

De esta manera se fortalecerán sus costumbres, que harán que este lugar sea llamativo para el visitante que le gusta conocer la forma de vivir de las comunidades y de la misma manera ayudarán a que el sitio tenga una gran acogida en el ámbito turístico. Por tal motivo se trabajará con personas que se encuentren capacitadas en el ámbito de conservación de tradiciones y costumbres, los mimos que laboran en las siguientes instituciones:

- Ministerio de cultura
- Institución Nacional del Patrimonio Cultural

1.37.1.3. Promover el Turismo Arquitectónico.

Es muy importante promover este tipo de turismo en lugares donde existen manifestaciones arquitectónicas, en las cuales se guarda un gran valor histórico y en Ecuador existen muchos lugares en donde se desarrolla este turismo. Como anteriormente se exteriorizó en cuanto a la Cabecera parroquial Ancón quedan de esa misma época edificaciones llenas de historia, donde permanecieron plasmados aspectos importantes en cuanto al estilo de vida de ese entonces. Tal motivo lleva a que se realicen actividades que fomenten el turismo arquitectónico en Ancón el cual se define a partir de los siguientes aspectos:

Atractivos Principales: Barrio Inglés, Iglesia San José de Ancón, Club Andes, Club Unión, Club Ancón, Junta Cívica Ancón, Barrio Guayaquil, Cementerio Ingles, casa de huéspedes y Hotel Anglo.

Atractivos secundarios: el museo petrolero, mirador Acapulco, balancín, y el pozo 001.

El recorrido estará comprendido desde el Cementerio inglés hasta el pozo 001, además se estima un tiempo máximo de dos horas con cincuenta minutos ya que es el total del recorrido que se promociona.

El grupo que acompañara al guía se encontrará conformado por estipulado de 6-7 personas con el que el guía se dirigirá al destino.

Existen muchas personas que se encuentran muy incentivadas a la visita de lugares donde existan atractivos arquitectónicos o edificaciones llamativas, es por tal motivo que se considera como un producto independiente ya que aquí hay un atractivo arquitectónico religioso que se ve atraída por el conocimiento religioso o expresiones vinculadas a la fe, por eso mediante una preparación adecuada y la debida promoción se podrá dar a conocer esta arquitectura inglesa.

1.37.1.4. Promover el Turismo Industrial

De acuerdo a la historia Ancón es un lugar que se caracteriza por haber sido el primer lugar en el Ecuador donde se perforó el primer pozo petrolero, el cual permitió que en la zona se desarrollaran plantas petroleras, así como también infraestructuras para la explotación minera que fueron muy mencionadas en esa época, motivo por el que se ve la necesidad de que el turismo industrial se desarrolle en esta comunidad, para aquellas personas o público especializado que busca conocer sitios industriales en este caso en el ámbito petrolero.

Se define a partir de las siguientes actividades a desarrollar:

- a) Realización de Ferias de exposición sobre la Historia y el uso del petróleo en el Ecuador.**

Es importante tener claro que la realización de las ferias se piensan con varios propósitos, dentro de los cuales se considera a las personas que visiten el lugar para que conozcan la importancia que tiene en el ámbito petrolero, además a

muchos les gustaría tener conocimiento sobre los derivados del mismo y los procedimientos de extracción.

La feria deberá contener stand de diseños que representen a la temática petrolera, debe ser amplios y con delimitaciones espaciales. Cada uno de los grupos deberá escoger que tipo de productos podrán exponer en cada uno de los stands. También pueden realizar pequeñas muestras para obsequiar a los visitantes, y algunos suvenires.

La invitación se realizará a instituciones educativas y a turistas mediante anuncios radiales y entrega de volantes en cada uno de los cantones de la provincia. Estos eventos hacen que se promueva la actividad turística con la participación de los moradores y la empresa de PACIFPETROL entidad que puede ayudar con los conocimientos sobre este producto.

b) Recorrido por las diferentes plantas e infraestructura petrolera

Este recorrido se establece a partir de los siguientes atractivos:

Atractivo Principal:

- Pozo 001
- Museo petrolero
- Balancín- mirador Acapulco

Atractivos Secundarios

- Cementerio Inglés
- Acantilado
- Club Ancón

Es importante mencionar que los atractivos principales serán el motivo primordial por el cual el turista se motivará a visitarlo; en cuanto a los atractivos secundarios

se los establece porque se encuentran en el camino que dirige al destino primario, este empezará desde el cementerio inglés.

Para la realización del sendero se establece un tiempo máximo de una hora y mínimo de 45 minutos. Con un grupo de 6-7 personas junto con un guía que será destinado para la ejecución exitosa del recorrido.

Para tener un buen desarrollo de las actividades mencionadas anteriormente es indispensable definir la capacidad de carga de la cabecera parroquial de Ancón.

1.37.2. Capacitación para Moradores y servidores turísticos.

Es importante indicar que para que una comunidad progrese en el ámbito turístico esta debe ser en su totalidad capacitada para que conozcan sobre cómo se desarrollan las actividades, y lo más importante enfocarse en el recibimiento o atención al turista, es así que, mediante las entrevistas realizadas a los servidores turísticos y las encuestas a los pobladores, ellos supieron manifestar que en la comunidad de Ancón si se han dado las respectivas capacitaciones pero solo a un grupo establecido por el GAD parroquial, es por esta razón que ellos ven la necesidad de que ellos recibir estos talleres para mantenerse constantemente informados en cuanto al turismo y el servicio que se debe brindar al cliente, es por eso que mediante una reunión general, dirigida a toda la comunidad se les dará a conocer que las personas que estén interesadas en participar en este tipo de talleres son bienvenidas, para lo cual se les informarán las temáticas a impartirse como:

- Atención y Servicio al Cliente
- Innovación de Productos
- Protección del Patrimonio Cultural y Natural
- Gestión del conocimiento y nuevas tecnologías de la información y comunicación en turismo

➤ **Conservación del Medio Ambiente**

Para la realización de estas capacitaciones se establecerá un cupo máximo de 30 a 40 personas, ya que solo serán para aquellas que se encuentren interesadas en ser partícipes de estos seminarios, es por eso importante establecer un programa en donde se mostrarán detalladamente los días y las horas en que se ejecutarán ya que estas se dictarán cada tres meses. Estas enseñanzas harán que la comuna crezca en el aspecto turístico, porque estarán a cargo de profesionales que se encuentran totalmente inmiscuidos en estas temáticas.

Como anteriormente se mencionaron las temáticas ahora se detalla cada una de ellas:

a) Taller Atención y Servicio al Cliente

- ✓ **Lugar:** Club Andes
- ✓ **Dirección del evento:** Avenida el petrolero, frente a la Defensa Civil de Ancón y a un costado del Parque Central
- ✓ **Número de asistentes:** 30 a 40 personas
- ✓ **Duración del Taller:** 60 horas
- ✓ **Dirigido a:** Jóvenes y Adultos
- ✓ **Rango de edades:** 18-40 años de edad debido a que la mayoría de este grupo tienen la atención directa con el turista.
- ✓ **Objetivo**
Establecer medidas de atención turística, para la aceptación del visitante hacia los productos que se ofertan en el lugar dando la satisfacción total en cuanto la atención o servicio brindado.
- ✓ **Perfil del Capacitador:**
Licenciado en Administración de Turismo
Ingeniero en Administración en Ventas
Asesor de Ventas

Tener facilidad de palabra y desenvolvimiento en cuanto interactuar con el grupo.

Conocer el área o residir en la Provincia mínimo 3 años.

✓ **Recursos a Emplear:**

- ❖ Auditorio
- ❖ Proyector de imágenes
- ❖ Paleógrafos
- ❖ Marcadores
- ❖ Computadora
- ❖ Bolígrafos
- ❖ Resma de hojas tamaño oficio

✓ **Temas a Tratar:**

- ¿Quién es el cliente?
- ¿Qué buscan los clientes?
- Quejas y Reclamos
- ¿Por qué se producen los reclamos?
- ¿Qué es Compra?
- Etapas del proceso decisorio de compra
- ¿Qué es vender?
- Conocimiento, planificación, investigación, calificación haciendo contacto
- Atención al cliente
- Proceso de atención al cliente
- Servicio de calidad
- Necesidades del cliente

b) Taller de Innovación de Productos:

- ✓ **Lugar:** Club Andes

- ✓ **Dirección del evento:** Avenida el petrolero, frente a la Defensa Civil de Ancón y a un costado del Parque Central
 - ✓ **Número de asistentes:** 30 – 40 personas
 - ✓ **Duración del Taller:** 80 horas
 - ✓ **Dirigido a:** jóvenes /adultos
 - ✓ **Rango de edades:**17-40 años de edad
 - ✓ **Objetivo**
Otograr a los servidores turísticos conocimientos respecto a la implementación de tácticas para la innovación de productos y servicios.
 - ✓ **Perfil del Capacitador:**
Ingeniero en Marketing y Ventas
Ingenieros en Administración de Empresas
Tener experiencia mínimo de 3 años como entrenador
 - ✓ **Material Didáctico a Emplear:**
Para la realización del taller se le proporcionaran los implementos necesarios como: proyector, notebook, CD, videos, DVD, TV, paleógrafos y Marcadores.
 - ✓ **Temas a Tratar:**
Análisis del Mercado
Segmentación de la Demanda
Definición del Producto
Elementos del Producto
Clasificación del Producto
Competitividad e innovación de productos
El uso de la tecnología para la innovación de productos
Herramientas para la comercialización de productos
- c) Taller de Protección del Patrimonio Cultural y Natural**
- ✓ **Lugar:** Club Andes

- ✓ **Dirección del evento:** Avenida el petrolero, frente a la Defensa Civil de Ancón y a un costado del Parque Central
- ✓ **Número de asistentes:** 20- 25 personas
- ✓ **Duración del Taller:** 16 horas
- ✓ **Dirigido a:** Jóvenes y Adultos
- ✓ **Rango de edades:** 15-45 años
- ✓ **Objetivo**
 - Promover en los participantes el respeto por el cuidado y la conservación del patrimonio Cultural y Natural existentes en la Cabecera Parroquial Ancón.
- ✓ **Perfil del Capacitador:**
 - Conocimiento en cuanto a la importancia de la conservación del Patrimonio Cultural y Natural
 - Ser una persona que respete las ideologías y culturas del pueblo
 - Debe tener conocimientos extensos respecto al desarrollo turístico de la Provincia de Santa Elena y sus comunidades por lo tanto debe residir en la Provincia mínimo 5 años.
 - Equitativo en cuanto a la participación de los dos géneros
 - Expresarse de forma clara y profesional
- ✓ **Material Didáctico a Emplear**
 - Los materiales didácticos que se emplearán para la realización del taller son paleógrafos, esferos de diferentes colores, cinta masking, tarjetas, artesanías de la zona y cartulina.

Temas a Tratar

- Conceptos de la importancia de manejo del patrimonio Cultural y Natural
- El rol que cumple el turismo en las ciudades que han sido declaradas Patrimonio Nacional
- Reconocimientos de los recursos Naturales y Culturales de la Cabecera Parroquial Ancón
- La Importancia de cada uno de los recursos del sitio

Parámetros para la conservación y valorización de los recursos naturales y culturales.

d) Taller de Gestión del conocimiento y nuevas tecnologías de la información y comunicación en turismo

- ✓ **Lugar:** Club Andes
- ✓ **Dirección del evento:** Avenida el petrolero, frente a la Defensa Civil de Ancón y a un costado del Parque Central
- ✓ **Número de asistentes:** 25-35
- ✓ **Duración del Taller:** 25 horas
- ✓ **Dirigido a:** Jóvenes y Adultos
- ✓ **Rango de edades:** 18-29 años
- ✓ **Objetivo**
Generar conocimientos concernientes al uso de la tecnología para la promoción e información de nuevo producto.
- ✓ **Perfil del Capacitador:**
El profesional que dirija este taller deberá tener los conocimientos necesarios para dar a conocer la información necesaria utilizando métodos claros y específicos durante el desarrollo del curso.
Deberán ser graduados en las áreas de Marketing, Administración de Empresa y un Especialista.
Por lo menos deberá tener de 2-3 años de experiencia.
- ✓ **Material Didáctico a Emplear:**
Los materiales necesarios para este taller son: Videos, computadoras, proyector, Pizarra acrílica, entre otros.
- ✓ **Temas a Tratar:**
La importancia de la tecnología para la comunicación
El uso de la tecnología en los diferentes países del mundo
La importancia de la tecnología para la promoción de productos turísticos

Tipos de redes sociales más utilizadas para la promoción
Tácticas para el uso estratégico de la tecnología

e) Taller de Conservación del Medio Ambiente

- ✓ **Lugar:** Club Andes
- ✓ **Dirección del evento:** Avenida el petrolero, frente a la Defensa Civil de Ancón y a un costado del Parque Central
- ✓ **Número de asistentes:** 20-30 personas
- ✓ **Duración del Taller:** 20 horas
- ✓ **Dirigido a:** Personas que estén interesadas en participar en el curso de capacitación
- ✓ **Rango de edades:** 16-36 años
- ✓ **Objetivo**
Incentivar a los moradores de Ancón para que participen activamente en el cuidado del entorno natural y cultural de la cabecera parroquial.
- ✓ **Perfil del Capacitador:**
El perfil del capacitador se encuentra estipulado bajo los siguientes aspectos:
Tener de dos a tres años de experiencia
Debe tener conocimiento de la Provincia de Santa Elena en cuanto a la conservación del medio ambiente o ser residente.
Deberá tener conocimientos amplios en cuanto la importancia de la conservación del medio ambiente y el Ecoturismo o Biólogo y que haya realizado trabajos comunitarios.
- ✓ **Material Didáctico a Emplear:**
Materiales que serán utilizados para una realización del taller, videos de como los países tratan de conservar su medio ambiente (ejemplos), marcadores, paleógrafo, pizarra acrílica, proyector y computadora.

Temas a Tratar:

El uso razonable de los recursos del medio ambiente.

La importancia de la conservación del medio ambiente para el futuro.

La preservación de los recursos culturales y su importancia genérica en cuanto a las manifestaciones.

Conservación del patrimonio natural y Cultural en Ancón.

Acciones que ayuden a preservar el recurso.

La categoría más relevante para atraer visitantes al sitio.

Reciclaje.

1.37.3. Desarrollo, Lanzamiento y Promoción de Nuevos Productos

Como anteriormente se realizó el reconocimiento de los productos turísticos con que cuenta la comunidad de Ancón, se implementará la respectiva promoción turística ya que de esta manera se buscará la forma de realizar la promoción de los mismos a nivel nacional e internacional.

Se realiza esta acción porque el diseño de esta propuesta de trabajo posee orientación turística, por lo que se hace necesaria la aplicación de metodologías de trabajo, como son marketing turístico y planificación estratégica.

La metodología del marketing turístico tiene como fundamento los resultados que se obtuvieron en la realización del trabajo de campo efectuado, mismo que proporcionó pautas relevantes respecto a requerimientos, necesidades y expectativas que se generan en el consumidor en función de los productos identificados, mientras que la planeación estratégica tiene su base en un análisis interno y externo que se elaboró de la parroquia Ancón que se fundamenta en sus productos plenamente identificados.

De esta manera se darán a conocer las diferentes actividades:

a) Elaboración de una Marca y Logotipo del lugar.

La elaboración de una marca que la identifique permitirá la autenticidad de sus atractivos y/o recursos; por ello promoverá un mayor consumo de lo que ofrece la parroquia de Ancón. A continuación se presenta:



El slogan que complementará a la imagen de la marca, tendrá la intención de despertar el interés y la motivación a la comunidad local y visitante, por realizar recorridos y conocer mucho más de su historia que la particularizan de los otros destinos turísticos de la provincia.

Por consiguiente, se realiza la descripción del mismo:

Este logo describe la importancia histórica que tiene la parroquia de San José de Ancón dando así a conocer las perspectivas que tiene para desarrollarse como un destino de mucho interés científico.

En el logo se puede observar la representación de dos relevancia históricas como son: la Iglesia de San José y el balancín que se encuentra donde se perforó el primer pozo petrolero del Ecuador.

La Iglesia denota la arquitectura inglesa que se encuentra en la parroquia y la estructura que tienen estas edificaciones.

El balancín indica que Ancón fue el primer lugar donde se perforó el primer pozo petrolero dando un indicio a la historia que tiene este lugar en cuanto al petróleo que se distribuye allí.

El sol indica que a pesar de encontrar atractivos culturales también se pueden observar atractivos naturales como la playa de Acapulco donde se puede apreciar un hermoso atardecer.

La cultura Guangala indica que en el lugar existieron indicios de que aquí también habitaron al igual que otros lugares de la Provincia de Santa Elena.

ANCÓN DIVERSIDAD HISTÓRICA

A través de ella se pretende vincular el sitio y el producto con la historia de los ingleses que habitaron en el lugar lo que se encuentra ampliamente difundida y ligada a la parroquia es por ese motivo que se podrá complementar este eslogan para fines publicitarios que ayudarán a muchos de los visitantes a que descubran la diversidad arquitectónica del lugar.

b) Elaboración de folletos publicitarios.

Para la respectiva realización del tríptico promocional de Ancón se detallarán los lugares de interés del sitio, además un breve resumen de la historia de la comunidad y las rutas que se podrán visitar.

También se establecerá lo siguiente:

- ❖ En la portada del tríptico se expondrá el logotipo del lugar expuesto anteriormente.

- ❖ En la parte interior del tríptico se detallarán los diferentes atractivos que promociona el lugar como sus fiestas y juegos tradicionales así como la peregrinación de la imagen de San José de Ancón.
- ❖ Además una gala de fotografías de los atractivos.
- ❖ Todo el tríptico llevará como fondo el logotipo.
- ❖ En la parte externa se encontrará la información necesaria de la ubicación del lugar e información de datos como teléfono y página de internet.

Cabe recalcar que la impresión del folleto se encontrará a cargo del GAD parroquial de San José de Ancón porque el diseño y modelo será auto-gestionado, luego se entregará a las entidades de turismo del Cantón Santa Elena para su debida entrega a los turistas. (Ver Anexo #1)

c) Promoción en vallas, radio, y televisión.

Para la debida promoción de un lugar que es considerado como destino turístico, es recomendable realizar campañas publicitarias por los medios de comunicación como emisoras, canales de televisión y lugares estratégicamente seleccionados para la implementación de vallas, con los que el turista podrá tanto visualizar como escuchar los spot publicitarios referentes a Ancón.

✓ Publicidad en medios

En cuanto a la publicidad de medios se dará a conocer a la Cabecera parroquial Ancón por medio de un video promocionando los diferentes atractivos que tiene el sitio.

Por eso también se realizó la investigación respectiva en cuanto a las horas pico que se podría pasar la propaganda, y de esta manera difundir el interés en las personas que deseen visitar el lugar. A continuación se mostrarán cuáles han sido los medios seleccionados para la pertinente promoción.

MEDIOS	CANAL	HORARIO	SECCIÓN	FRECUENCIA
Televisión	49 Canal nacional	08H00 10H00 12H00 14H00 16H00	– Noticiero – – Programas humorísticos –	5 spot – 2' x 30 día
Televisión	23 Canal local	09H15 11H15 13H15 15H15 17H15	– Noticiero – – Programas humorísticos –	5 spot – 2' x 30 día

Elaborado por: Mónica Piguave, 2013

De esa manera la publicidad de medios ayudará a que se realicen las visitas prontas al lugar ya que el video es llamativo y da mucho incentivo en cuanto a conocer lo importante del sitio. (Ver Anexo #2)

✓ Publicidad Auditiva.

Para la promoción auditiva de la cabecera parroquial San José de Ancón se realizó una investigación de las diferentes emisoras de la provincia de Santa Elena, con la que se hizo la verificación de los segmentos de audiencia y el nivel de aceptación de cada una en las diferentes ciudades y de acuerdo a los resultados obtenidos se eligieron algunas, las mismas que se detallan en el presupuesto de la publicidad auditiva, al igual que el tiempo de transmisión para las cuñas publicitarias.

El presupuesto que se expondrá se lo hizo para la publicidad de un año, por lo tanto su costo va a hacer alto pero son los medios más usados por la demanda que se quiere abarcar.

A continuación se detallan las emisoras escogidas para la respectiva publicidad auditiva, mostrando sus medios, estaciones, horarios, secciones y frecuencias:

MEDIOS	ESTACIÓN	HORARIO	SECCIÓN	FRECUENCIA
Radio Genial (Nivel de sintonía provincial)	FM	07H30 – 09H30 – 11H30 – 14H30 – 16H30	Noticieros, farándula, sets musicales, programas deportivos	5 cuñas diarias de 2 minutos por el lapso de un mes.
Radio Santa Elena (Nivel de sintonía provincial)	FM	07H40 – 09H40 – 11H40 – 14H40 – 16H40	Noticieros, farándula, sets musicales, programas deportivos	5 cuñas diarias de 2 minutos por el lapso de un mes.
Radio Amor (Nivel de sintonía provincial)	FM	08H00 – 09H50 – 11H50 – 14H50 – 16H50	Noticieros, farándula, sets musicales, programas deportivos	5 cuñas diarias de 2 minutos por el lapso de un mes.
Radio Record (Nivel de sintonía provincial)	FM	09H00 – 11H10 – 14H10 – 16H50 – 19H50	Noticieros, farándula, sets musicales, programas deportivos	5 cuñas diarias de 2 minutos por el lapso de un mes.
Radio La Chola (Nivel de sintonía nacional)	FM	07H20 – 11H20 – 15H20 – 18H20 – 20H20	Noticieros, farándula, sets musicales, programas deportivos	5 cuñas diarias de 2 minutos por el lapso de un mes.
Radio Playera (Nivel de sintonía nacional)	FM	07H30 – 10H00 – 13H45 – 15H45 – 19H45	Noticieros, farándula, sets musicales, programas deportivos	5 cuñas diarias de 2 minutos por el lapso de un mes.

Radio Nautica (Nivel de sintonía nacional)	FM	08H10 10H50 14H50 18H50 21H50	–	Noticieros, farándula, musicales, programas deportivos	sets	5 cuñas diarias de 2 minutos por el lapso de un mes
---	----	---	---	--	------	---

Elaborado por: Mónica Piguave Balladares

Debe existir una cuña publicitaria por lo que se ha diseñado la siguiente:

- **-Chica: Esta semana necesito unas vacaciones quisiera ir a un lugar donde pueda enriquecer mis conocimientos sobre la historia de nuestro país**

- **Chico: y a qué lugar piensas ir?**

- **Voz en off: Ven y disfruta de la diversidad histórica que te ofrece la parroquia San José de Ancón de la Provincia de Santa Elena, donde pueden realizar actividades fuera de lo común donde a través de itinerarios disfrutarás de los diferentes atractivos históricos y culturales del lugar, además que te divertirás realizando actividades fuera de lo común a precios cómodos y accesibles al bolsillo, obteniendo una gran experiencia.**

Para más información visítanos en la página web www.ancon-historiaytradcion.com

Elaborado por: Mónica Piguave Balladares

- La pareja, lee en voz alta. Harán el papel del chico y la chica. Procurando poner la entonación adecuada
- De esta manera se espera que los turistas lleguen a conocer este lugar que tiene mucho que ofrecer en cuanto a historia y cultura se refiere.

✓ Publicidad Visual: Vallas publicitarias

Muchas empresas turísticas utilizan estas estrategias de utilizar vallas ubicándolas en sitios vistosos para su debida promoción y así tener la demanda establecida para su concerniente oferta.

Entonces también se emplearán las vallas publicitarias como se indica a continuación con su ubicación, arrendamiento y medidas:

MEDIO	LONGITUD	UBICACIÓN	ARRENDAMIENTO
Vallas	10 x 3 mts	Ingreso a la provincia de Santa Elena Ingreso a la cabecera cantonal Ingreso a la parroquia Ancón Ingreso al cantón Salinas	3 meses
Vallas	8 x 3 mts	Ingreso a la provincia de Santa Elena Parque central de Santa Elena Inmediaciones del sector industrial de La Libertad Ingreso al cantón Salinas	3 meses

Elaborado por: Mónica Piguave Balladares

Esto ayudará a que la publicidad sea más útil para el debido lanzamiento de promoción del producto turístico. (Ver Anexo #3)

✓ Publicidad Tecnológica.

Se creó una página de internet donde se promociona Ancón dando a conocer:

- Los servicios.
- Atractivos turísticos.
- Los paquetes turísticos.
- Y se expone el logo y una breve imagen del lugar.
- Además cada uno de ellos lleva una opción donde se puede encontrar más información sobre el lugar y ubicación.

En lo referente a la creación de esta página web, se realiza con el fin de que muchas personas visiten este sitio y así lleguen a conocer las maravillas que brinda el sitio. (Ver Anexo #4)

1.37.4. Estrategia de Distribución.

Este tipo de estrategia permitirá gestionar la suscripción de convenios interinstitucionales contemplando al destino dentro de paquetes turísticos que promuevan la comercialización de los recursos de la cabecera parroquial, por lo tanto se llevará a cabo las siguientes acciones:

- d) Realizar paquetes turísticos que incluyan las actividades a realizarse brindando opciones de relax a los visitantes
- e) Establecer nexos con instituciones educativas, promoviendo la historicidad de la parroquia.

Con las acciones que se mencionaron anteriormente se pretende buscar formas y maneras de comercializar estratégicamente los atractivos turísticos.

- a) **Realizar paquetes turísticos que incluyan las actividades a realizarse brindando opciones de relax a los visitantes**

Se realizan paquetes turísticos, promocionando la Ruta del COPEY ya existente en la parroquia y además también se creará un nuevo recorrido que será la Ruta Ancón, en estos dos recorridos se implementarán actividades para el relax de los visitantes. Primero se detallan los productos a promocionar dentro de los paquetes turísticos:

- Cementerio Inglés.
- Canchones Ingleses del Barrio Guayaquil.
- Iglesia San José de Ancón.
- Club Andes.
- Barrio Inglés.
- Club Ancón.
- Mirador Acapulco.
- Balancín.
- Playa Acapulco.
- Pozo 1(primer pozo petrolero en el ecuador tiene 100 años de antigüedad)
- Pozo de los deseos.
- Oficinas Petroleras

Ya mencionados los atractivos que integrarán los paquetes, a continuación se establecen los parámetros que se designarán en cada recorrido turístico:

Tiempo de estadía: 1 día.

Dirigido a: familias y Estudiantes.

Alimentación.

Transporte.

Actividades culturales.

Actividades recreativas.

Atributos: variedad.

Garantía: Servicio de Calidad.

Se ha establecido dos paquetes turísticos, de un día cada uno, por lo cual se tomó referencia la demanda del lugar y las actividades complementarias de conformidad con los gustos y preferencias del segmento, para la estructuración del paquete se ha considerado una capacidad máxima de 20pax.

Para la realización del paquete de la RUTA DEL COPEY se estableció un itinerario que consta:

Paquete Ruta del Copey		
Duración: 1 día	Carácter: Patrimonio Cultural	Dificultad: Fácil
Idioma de Guianza: Español e Inglés		Estilo: Recorrido
Recorrido: Circuito Inglés		
Itinerario Técnico		
Día	Hora	Actividades
	8:00	Desayuno en el comedor “ El rincón del Petrolero”
	9:00	Pequeña Reseña Histórica de Ancón en el parque Siberia.
	9:30	Visita al cementerio inglés.
	10:00	Recorrido por el barrio Guayaquil.
	10:30	Visita a la Iglesia San José de Ancón.
	11:00	Visita al Parque Central de Ancón y realización de actividad recreativa.
	12:00	Almuerzo en el Club Andes.
	13:00	Recorrido por el club Andes.
	13:30	Recorrido por el Barrio Inglés
	14:00	Visita al Mirador Acapulco y observación del

		Balancín y acantilado receso 20 minutos para tomar fotos
	15:00	Visita al pozo de los Deseos
	15:30	Visita al Primer pozo Petrolero y Realización de una actividad recreativa.
	17:00	Retorno.

Se continúa con la RUTA ANCÓN en el que también se estableció una ruta que se diferencia del paquete Ruta del copey.

Paquete Ruta Ancón		
Duración: 1 día	Carácter: Patrimonio Cultural	Dificultad: Fácil
Idioma de Guianza: Español e Inglés		Estilo: Recorrido
Recorrido: Circuito Inglés		
Itinerario Técnico		
Día	Hora	Actividades
	8:00	Desayuno en el café inglés.
	9:00	Visita a las oficinas de Empresa Petrolera
	9:30	Visita al cementerio Inglés pequeña Reseña Histórica de Ancón.
	10:00	Recorrido por el Barrio Guayaquil.
	10:30	Visita a la Iglesia San José de Ancón
	11:00	Visita al Parque central de Ancón y realización de una actividad recreativa (baile de la pelota, el juego de la soga).
	12:00	Almuerzo en café Inglés.
	13:00	Recorrido por el Club Andes
	13:30	Visita al colegio Fiscal Técnico Industrial Ancón.

	14:00	Recorrido por el Barrio Inglés.
	14:30	Visita al Mirador Acapulco y observación del Balancín y acantilado receso
	15:30	Visita al Club Ancón realización de actividades (Piscina, cancha de tenis, Mesa de pin pon, salón de baile terapia)

Observaciones Adicionales

- **Transporte**

En el servicio de transporte el turista tendrá dos opciones para realizar el recorrido por medio de carro o bicicleta.

- **Guías**

Los guías que participaran en la actividad turística serán habitantes del lugar, ya que existe un grupo que ha sido capacitado para realizar este tipo de recorridos, cada guía se hará cargo de 6-8 visitantes.

En estos paquetes turísticos se promocionan los atractivos que Ancón posee, donde estratégicamente se los distribuye equitativamente para que existan opciones donde el turista pueda escoger. Cada uno de esta cartera de producto tendrá un valor económico, conocido como precio. Es importante que la empresa tenga la oportunidad de crecimiento de venta, ya que el consumidor percibirá el precio que puede pagar por los paquetes. Por tal razón se combinará dentro del paquete los lugares pocos llamativos con los lugares más relevantes para que exista equidad en las ventas y resulte más atractivo para el turista.



= = \$25,00 por persona



Si existe un grupo grande de visitantes se ha considerado realizar un descuento del 10% del valor de los paquetes turísticos, lo que surgiera debe ser permanente cuando se presenten estas situaciones. De esta forma se motivara la compra de los mismos.

CUADRO 17: Análisis de descuento de los paquetes turísticos considerando un máximo de 20 pax.

Paquete	Turistas	Porcentaje	Precio del paquete	Descuento
Ruta de Copey	20	10%	\$25.00	\$50
Ruta Ancón	20	10%	\$15.00	\$30

1.38. Sistema Propuesto para la Gestión y Operación de la Propuesta.

Línea estratégica #1: Potenciación y desarrollo de producto turístico									
Línea de Acción	Responsabilidad	Presupuesto Estimado	Financiación	Tiempo de ejecución					
				Años					
				1	2	3	4	5	
L1: Promover el turismo temático, por la realización de eventos como ferias	Banco de Fomento del Ecuador Departamento de Turismo Municipalidad	2014: 13900.00	Banco Central del Ecuador Departamento de Turismo de la	x					

L2. Promover el turismo cultural por la realización de eventos culturales y estéticos	de Santa Elena UPSE – Escuela de Hotelería y Turismo	2014: 10341.50	Municipalidad de Santa Elena	x					
Total		24241.5							

Elaborado por: Mónica Piguave Balladares

Línea Estratégica #2 Capacitación a los servidores y									
Líneas de Acción	Responsabilidad	Presupuesto estimado	Financiación	Tiempo de ejecución					
				Años					
				1	2	3	4	5	
L1. Elaborar talleres de capacitación turística con las temáticas de atención y servicio al cliente, conservación del medio ambiente, gestión de administración de productos.	Responsable. Dirección Provincial de Turismo	2014 1000.00 2015 1000.00 Total 2000,00	Dirección Provincial de turismo Departamento de Turismo de la Municipalidad de Santa Elena	X	x				
L2. Conservación del Patrimonio y		2014 1000.00 2015		X	X				

Cultural, mejoramiento e innovación de productos		1000.00					
		Total : 2000,00					
Materiales que se implementarán en los talleres		2014: 953.50		X	x		
		2015: 953.50					
		Total : 3600,00					
Total		\$ 7600.00					

Elaborado por: Mónica Piguave Balladares

Línea Estratégica: Desarrollo, Lanzamiento y promoción de Productos							
Líneas de Acción	Responsables	Presupuesto estimado	Financiamiento	Tiempo de ejecución			
				1	2	3	4
Elaboración de una Marca y Logotipo del lugar	GAD Parroquial San José de Ancón	400,00	Ministerio de turismo	x			
Promoción en vallas, radio, y televisión y folletos	Banco Central del Ecuador	75850	Banco Central del Ecuador	x			
	Departamento de Turismo de la Municipalidad de Santa Elena		Departamento de Turismo de la Municipalidad de Santa Elena				
Elaboración de folletos	GAD Parroquial San José de Ancón	5000	GAD Parroquial San José de Ancón	x			
Elaboración de una página de internet	GAD Parroquial San José de Ancón	550	Ministerio de Turismo	x			

Elaborado por: Mónica Piguave Balladares

Línea Estratégica: Canales de Distribución

Línea de Acción	Responsabilidad	Presupuesto estimado	Financiamiento
<ul style="list-style-type: none"> Realizar paquetes turísticos que incluyan las actividades a realizarse brindando opciones de relax a los visitantes. 	<p>Banco Central del Ecuador</p> <p>Departamento de Turismo de la Municipalidad de Santa Elena.</p>	<p>Serán Gestionados por la suscripción de convenios interinstitucionales contemplando al destino dentro de los paquetes turísticos promoviendo la comercialización de los recursos de la parroquia.</p> <p>Presupuesto estimado :\$400</p>	<p>Banco Nacional de Fomento del Ecuador</p> <p>Departamento de Turismo de la Municipalidad de Santa Elena.</p>

Elaborado por: Mónica Piguave Balladares

1.39. Control y Seguimiento de las Estrategias

Potenciación y desarrollo de producto turístico.					
Actividades	Resultados esperados	Control	Indicador	Escala	Responsable
Realización de ferias de turismo	Destino turístico reconocido por atractivos y/o actividades históricas y culturales .	Entrevista a visitantes.	Excelente 100 %	Continuar la organización de eventos	Banco Central del Ecuador. Departamento de Turismo de la Municipalidad de Santa Elena. UPSE – Escuela de Hotelería y Turismo.
			Bueno 75 %	Continuar su organización y coordinar acciones	
			Regular 50 %	Identificar posibles falencias y corregir	
			Malo 25 – 0 %	Orientar la táctica empleada	
Realización de eventos	Revalorización de	Entrevista de	Excelente	Seguir realizando	

musicales, teatrales y de pintura	los eventos culturales que se realizaban en la época de los ingleses.	participantes y visitantes.	100%	los eventos por su acogida	
			Bueno 75%	Continuar su organización y coordinar acciones	
			Regular 50%	Identificar posibles falencias y corregir	
			Malo 25-0%	Orientar la táctica empleada	

Elaborado por: Mónica Piguave Balladares

Capacitación para moradores y servidores turístico					
Estrategia	Resultados esperados	Control	Indicador	Escala	Responsable
Capacitación a los pobladores y servidores turísticos.	Que los conocimientos adquiridos mediante los talleres, sean implementados, para el desarrollo turístico de la comunidad, y que exista un gran grupo	Entrevista a pobladores y servidores turísticos.	100% 70%	Interés en integrarse y colaborar para el desarrollo turístico de la comunidad.	Dirección Provincial de turismo. Departamento de Turismo de la

	interesado en recibir las charlas.		60%-40%	Desacuerdo con las capacitaciones en el área respectiva	Municipalidad de Santa Elena
			30%-0%	Falta de interés por parte de la población y las autoridades o no existe presupuesto para la realización de las capacitaciones.	

Elaborado por: Mónica Piguave Balladares

Desarrollo, Lanzamiento y promoción de Productos					
Estrategia	Resultados esperados	Control	Indicador	Escala	Responsable
Uso de medios masivos	Nivel de conocimiento de los eventos culturales a realizarse a nivel provincial y nacional e internacional.	Verificación de los anuncios publicados en los medios de información.	Excelente 100 %	Continuar su utilización	Banco Central del Ecuador. Departamento de Turismo de la Municipalidad de Santa Elena.
			Buena 75 %	Continuar su utilización y evaluar los anuncios a publicarse	
			Regular 50 %	Identificar posibles falencias y corregir	
			Mala 25 - 0 %	Orientar la táctica empleada	

uso de internet	Ser reconocido como un destino turístico en el país y en el extranjero.	Verificar número de visitas a la página Web.	Mensual	Fortalecer la información	Departamento de Turismo de la Municipalidad de Santa Elena. Organismos públicos y privados participantes.
			Quincenal	Reestructurar a la página	
			Semanal	Revisar la estructura	
			Diario	Continuar con el medio	
Utilización de medios alternativos.	Generación de expectativas en los turistas por conocer el destino turístico.	Encuesta a visitantes para determinar el nivel de visualización de la campaña.	Excelente 100 %	Continuar su utilización	Departamento de Turismo de la Municipalidad de Santa Elena.
			Buena 75 %	Continuar su utilización y evaluarlo	
			Regular 50 %	Identificar posibles falencias y corregir	
			Mala 25 – 0 %	Orientar la táctica empleada	
Implementación de los trípticos en puntos de información turística.	Cantidad de turistas informados respecto a los atractivos o actividades a realizarse en Ancón y sus alrededores .	Registro de personas que han solicitado información turística.	Mensual	Proporcionar la información veraz y oportuna	Banco Central del Ecuador. Departamento de Turismo de la Municipalidad de Santa Elena UPSE – Escuela de Hotelería y Turismo.
			Quincenal	Actualizar información respecto a actividades a realizarse	
			Semanal	Reporte de los recorridos realizados	
			Diario	Revisión y abastecimiento de material informativo disponible en el punto	

				de información turística	
--	--	--	--	--------------------------	--

Elaborado por: Mónica Piguave Balladares

Estrategia de Canales de Distribución					
Estrategia	Resultados Esperados	Control	Indicador	Escala	Responsable
Canales de Distribución	Suscripción de convenios interinstitucionales con agencias de viajes o tour operadoras	Número del flujo de visitantes	Excelente	Mantener alianzas	Departamento de Turismo de la Municipalidad de Santa Elena Organismos públicos y privados participantes.
			Bueno	Verificar alianzas	
			Regular	Fortalecer el convenio mediante estrategias que beneficien a los involucrados	
			Malo	Orientar las cláusulas del convenio	

Elaborado por: Mónica Piguave Balladares

1.40. Presupuesto de Potenciación y desarrollo de producto turístico

Material	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
Feria Industrial			Total : 5200.00
Carpas	12	\$150.00	1800.00
Elaboración de productos derivados del petróleo	100	\$4.00	400
Artesanías que representen a la industria petrolera	100	\$10.00	100.00

Realización de trípticos y folletos	200	\$2.00	400.00
Mesas y sillas	100	20,00	2000.00
Decoración			\$500
Feria para Promover el turismo étnico			Total: 8700.00
Confección de vestimenta			1000.00
Elaboración de instrumentos de acuerdo a la etnias			1500.00
Decoración de las carpas	12	150.00	1800.00
Realización de publicidad impresa	200	3,00	600.00
Realización de trípticos	100 por cada stand	2.00	2000.00
Total del presupuesto de Ferias			13900.00
Presupuesto de Evento Musical			Total: \$4800.00
Decoración del lugar			\$300.00
Contratación de DJ			\$800.00
Luces			\$ 350.00
Instrumentistas o grupos musicales			\$2000.00
Premio (primer lugar)			\$600.00
Premio (segundo lugar)			\$500.00
Premio (tercer Lugar)			\$250.00
Presupuesto de evento teatral			Total: \$4200.00
Decoración del Escenario			\$600.00
Luces			\$ 350.00
Vestuario			\$1500.00

Maquillaje			\$250.00
Sonido			\$400.00
Premio (primer lugar)			\$500.00
Premio (segundo lugar)			\$400.00
Premio (tercer Lugar)			\$200.00
Presupuesto de Evento de Pintura			Total: 1341.50
Lienzo	20	4.50	90.00
Hoja	100	4.00	400.00
Colores	20 cajas de colores	5.00	100.00
Acuarela	12	6.00	72.00
Cera	22	3.50	77.00
Tempera	20	5.00	100.00
Soporte	20	15.00	300.00
Tablas de madera	20	7.00	140.00
Pinceles	25	2.50	62.50
Total			10341.5

*Es importante mencionar que dentro del presupuesto no se detallan las maquinarias tales como: la bomba, depósitos de gas, plataformas de perforación, tanques de petróleo, transportes de gas, balancín, los equipos de perforación entre otros serán instrumentos que serán prestados en el momento de la exposición por parte de la empresa de PACIFPETROL quienes designarán a un personal capacitado para la debida explicación del uso de cada uno de estos elementos importantes para la industrialización del petróleo, ya que estos no se les puede implementar en el presupuesto por su alto valor.

1.41. Presupuesto para las Diferentes capacitaciones

Cantidad	Descripción	V. unitario	V. total
6	6Resmas de hojas tamaño oficio	4.00	24.00
50	Papelógrafos	0.30	15.00
10	Caja de Marcadores color negro y azul	4.50	45.00
10	Caja de bolígrafos	3.50	35.00
1	Caja de CD	75.00	75.00

2	Caja de cinta masking	35.00	70.00
10	Cartulina	1.75	17.50
40	Tarjetas	0.75	30.00
1	Pizarra acrílica móvil	100	100.00
200	Copias (por participante 40)	0.05	10.00
	Refrigerios (40 participantes x 22 días)	0.75	532.00
TOTAL			953.50

*El GAD parroquial es quien se encargará de auto gestionar los instrumentos como el proyector, computadora y los videos que sean necesarios para la ejecución exitosa de los talleres.

1.42. Capacitación para los pobladores y servidores turísticos

Descripción	# HORAS	Total
Atención y Servicio al Cliente	14	\$225.00
Gestión del conocimiento y nuevas tecnologías de la información y comunicación en turismo	15	\$330.00
Conservación del Medio Ambiente	20	\$455.00
Total :		\$1000.00

Elaborado por: Mónica Piguave Balladares

Descripción	#Horas	Total
Innovación de Productos	18	\$400.00
Protección del Patrimonio Cultural y Natural	30	\$600.00
Total		\$1000.00

Elaborado por: Mónica Piguave Balladares

Presupuesto Promocional

M E D I O T E L E V I S I V O						
CANAL	Nº SPOT	TIEMPO	PRECIO UNITARIO	PRECIO POR DÍA	SUBTOTAL	TOTAL
Espol TV (canal local)	5	2' x 30 día = 60'	\$ 200.00	\$ 1.000,00	\$ 30.000,00	\$ 52.500,00

Brisa TV (canal local)	5	2' x 30 día = 60'	\$ 150,00	\$ 750,00	\$ 22.500,00	
M E D I O R A D I A L						
EMISOR A	Nº CUÑAS	TIEMPO	PRECIO UNITARIO	PRECIO POR DÍA	SUBTOTAL	TOTAL
Radio Genial	5	2' x 30 día = 60'	\$ 10,00	\$ 50,00	\$ 1.500,00	12.150,00
Radio Santa Elena	5	2' x 30 día = 60'	\$ 12,00	\$ 60,00	\$ 1.800,00	
Radio Amor	5	2' x 30 día = 60'	\$ 15,00	\$ 75,00	\$ 2.250,00	
Radio Record	5	2' x 30 día = 60'	\$ 10,00	\$ 50,00	\$ 1.500,00	
Radio La Chola	5	2' x 30 día = 60'	\$ 12,00	\$ 60,00	\$ 1.800,00	
Radio Playera	5	2' x 30 día = 60'	\$ 12,00	\$ 60,00	\$ 1.800,00	
Radio Náutica	5	2' x 30 día = 60'	\$ 10,00	\$ 50,00	\$ 1.500,00	
M E D I O E L E C T R Ó N I C O						
INTERNET		TIEMPO	PRECIO UNITARIO	SUBTOTAL POR DÍA	TOTAL	
Elaboración del Logotipo y la Marca		12 meses			400,00	400,00
Página Web		12 meses	\$ 550,00	\$ 550,00	\$ 550,00	550,00
O T R O S M E D I O S						
VALLAS	Nº DE ARRENDAMIENTO		PRECIO UNITARIO	SUBTOTAL	TOTAL	
10 x 3 mts	4		\$ 1.500,00	\$ 6.000,00	16.200,00	
8 x 3 mts	4		1.300,00	5.200,00		
Folletos (tríptico)	10.000		5.000,00	5.000,00		
T O T A L						\$ 81.800,00

Elaborado por: Mónica Piguave Balladares

* Tarifa promedio

* Precios no incluyen IVA

* Presupuesto en medios publicitarios es de 30 días

1.43. Presupuesto del Seguimiento y Control De las Estrategias

MATERIALES (CONTROL Y MONITOREO)	SUBTOTAL	\$ 1.720,00
1 Impresora	150,00	
1 Computadora	850,00	
1 Cámara / filmadora	650,00	
2 Cartuchos de tinta negra y color	55,00	
1 Tarjeta de memoria	35,00	
6 Resmas de 75 gr	24,00	

20 Esferográficos	6,00	
DE PERSONAL TECNICO	SUBTOTAL	\$ 5.050,00
Presentación inicial de la propuesta (transporte, logística, papelería, viáticos y otros)	550,00	
Personal de trabajo (1 director, 1 coordinador, 2 asistentes)	4.500,00	
T O T A L		88.170,00

Elaborado por: Mónica Piguave Balladares

* El presupuesto de publicidad y de personal técnico cubre trabajo mensual, por consiguiente se debe considerar por el tiempo que dure el plan de promoción.

* Precios no incluyen IVA

1.44. Expectativas del producto

Las expectativas que se espera conseguir del producto son:

- Que los recursos históricos culturales satisfagan las necesidades principales y secundarias de los turistas.
- Mejorar las facilidades que impulsen el turismo como lo son el transporte, los horarios para las guías, hospedajes y demás, que permitan aprovechar el tiempo dentro del destino turístico.
- Incrementar la Oferta y atractivos para generar mayor demanda y aumente la capacidad turística.
- Dar a conocer en gran nivel dentro y fuera de la Provincia toda la información sobre Ancón como destino turístico.
- Que los visitantes puedan transmitir comentarios o información positiva sobre Ancón.
- Considerar la relación “calidad-precio” entre los atractivos, servicios y el marco histórico de la parroquia.

Lograr un acercamiento con la cultura y la historia de la Parroquia San José de Ancón.

De igual forma se espera que el proyecto permita definir correctamente a Ancón como un centro turístico y que esto genere el interés de las personas de la localidad y de las autoridades para que impulsen el desarrollo turístico de Ancón.

En forma general lo que se espera es que la parroquia San José de Ancón mejore su nivel turístico y que esto permita que exista un desarrollo de esta localidad y así mismo se convierta en un nuevo punto turístico con una nueva oferta como lo es el turismo histórico cultural e industrial.

CONCLUSIONES

- ❖ Ancón cuenta con los recursos necesarios para ser un potencial turístico más de la Provincia de Santa Elena.
- ❖ Mediante el análisis FODA se establecieron las estrategias fundamentales para la Cabecera Parroquial Ancón, el cual llegó a definir que necesita ser promocionado adecuadamente.
- ❖ Para el desarrollo turístico en Ancón se consideraron actividades en las cuales se reflejen el turismo histórico, étnico, cultural, arquitectónico e industrial en el que se puedan involucrar a los visitantes para de esa manera tener mayor credibilidad y aceptación para el producto.
- ❖ El GAD parroquial de San José de Ancón es el principal promotor en iniciar el turismo en la comunidad implementando las estrategias o líneas de acción que fueron delimitadas en este trabajo de investigación, ya que se obtuvo colaboración de instituciones turísticas quienes demostraron interés en ser partícipes en este proyecto.
- ❖ En el análisis metodológico en cuanto a la investigación de campo, muchos de los encuestados y entrevistados mencionaron que están prestos en aportar la ayuda necesaria para que Ancón sea posicionado turísticamente.
- ❖ Ancón es un lugar que se caracteriza por haber sido el primer campamento minero, dirigido por ingleses quienes dejaron implantada su cultura razón por la que fue declarado Patrimonio Cultural, lo que conlleva a que en el sitio se desarrollen diferentes tipos de turismo.

RECOMENDACIONES

1. El Ministerio de Turismo con sus diferentes subsecretarías deben realizar campañas que motiven a los ecuatorianos a que prefieran realizar turismo interno antes que el externo. Creando además una cultura turística en la población a partir de campañas de sensibilización sobre la importancia que tiene la historia del lugar.
2. Crear centros de información en puntos estratégicos de la Provincia para incorporar un sistema en línea para el levantamiento de encuestas aplicadas a los turistas que visitan el sitio para conocer sus perfiles socio- demográficos, expectativas y preferencias, así como también r oficinas turísticas en los principales mercados emisores para promover el turismo.
3. Las entidades tales como departamentos de turismo y/o Cámaras cantonales de turismo, deben emprender proyectos tales como estudios de mercados orientados a medir la satisfacción de los turistas, implementación de bases de datos, desarrollo de productos turísticos, búsqueda de inversión en este sector, entre otros.
4. Debe darse la debida importancia a los lugares que poseen infraestructuras que tienen una gran importancia histórica. Además se sugiere promocionar a la parroquia de San José de Ancón como un lugar de interés científico e histórico-cultural.
5. Debe emprenderse programas de promoción del lugar que incluya una buena señalización, publicidad y centros que proporcionen información veraz al turista que desee acudir a la parroquia.
6. Es importante iniciar una campaña de posicionamiento del lugar, ya que un porcentaje de personas que se encontraban en la provincia de Santa Elena indicaron no tener información alguna de la parroquia San José de Ancón.

BIBLIOGRAFÍA

- Chango Pumalema, F. O. (2010). "Definición de un producto turístico Étnico Cultural para el Cantón General Villamil-Playas y sus áreas de influencia". Playas - Ecuador.
- Dawkins, R. (2008). El cuento del antepasado: Un viaje a los albores de la evolución. España: Antoni Bosch.
- Llurdés, J. C., & Edwards, J. (1996). "Mines and quarries: Industrial heritage tourism". *Annals of Tourism Research*.
- Prat Forga, J. M. (2012). El desarrollo territorial del turismo industrial en Cataluña (1980-2010). Barcelona - España: UAB.
- Ascanio Guevara, A. (2009). Turismo Sustentable. En *El equilibrio necesario en el siglo XXI* (pág. 52). México: Trillas.
- Barretto, M. (2008). Turismo y Cultura: Relaciones, contradicciones y expectativas. España: Colección Pasos.
- Bernal, C. A. (2010). Metodología de la Investigación. Tercera Edición. Colombia: Pearson.
- Capel, H. (1996). "El turismo industrial y el patrimonio histórico de la electricidad". *Actas de las I Jornadas sobre Catalogación del Patrimonio Histórico*. Sevilla: Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico.
- Carbacos Novás, N. (2010). Promoción y venta de servicios turísticos. España: ideaspropias.
- Carbacos Novás, N. (2010). Promoción y ventas de Servicios turísticos . Argentina: Ideaspropias.
- Cárdenas , F. (1996). Mercadotecnia y productividad Turística. Primera Reimpresión de la Primera edición. Trillas.
- Cerezo Cerezo, A. (06 de 05 de 2013).
<http://aaimmblog.wordpress.com/2013/05/06/por-que-viajamos-el-turismo->

como-fenomeno-contemporaneo-i/. Recuperado el 30 de 09 de 2013, de
www.aaimm.es.

Choay, F. (2001). *La Alegoría del Patrimonio*. Sao Paulo: Unesp.

Delgadillo Polanco, V. M. (2009). *Patrimonio urbano y turismo cultural en la Ciudad de México: Las Chinampas de Xochimilco y el Centro Histórico*. México: Andamios.

Diccionario ABC. (08 de Febrero de 2009).

<http://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=3&>

Recuperado el Viernes de Octubre de 2013, de

<http://www.definicionabc.com/general/arquitectonico.php>

Gascón, J. (2011). *Turismo rural comunitario y diferenciación campesina*.

Consideraciones a partir de un caso andino. Argentina: Mundo agrario.

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2010).

Metodología de la investigación: Definición del tipo de investigación a realizar. México: MacGraw.

Kotler, P., Flores Zamora, J., Bowen, J. T., & Makens, J. C. (2011). *Marketing Turístico*. Madrid España: Pearson Educación S.A.

Morla Cedeño, J. D. (12 de 08 de 2010).

<http://www.monografias.com/trabajos82/sistema-turistico/sistema-turistico.shtml#ixzz2gPeInTwa>. Recuperado el 30 de 09 de 2013, de
www.wyngateresorts.com/Promo:

<http://www.monografias.com/trabajos82/sistema-turistico/sistema-turistico.shtml#componen>

Ordóñez Yumbillo, P. V. (2011). *Diseño de un Producto Turístico para el Cantón San Felipe de Oña, Provincia del Azuay*. Riobamba-Ecuador: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Paredes Garcés, W. G., & Predes de la Cruz, N. (2011). *Investigación Acción*. Rijabal.

- Rabinowitz, P., Berkowitz, B., Canto Maligne, A., & Tolentiono, A. (2013).
http://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CCoQFjAA&url=http%3A%2F%2Fctb.ku.edu%2Fes%2Ftablecontents%2FSeccionprincipal26.7.aspx&ei=XX1QUtelKYne9ASE24DICw&usg=AFQjCNGUmFKPXW_QFyLKdr1NG8n7YWz-dg&bvm=bv.53537100,d.eWU.
 Recuperado el Viernes 05 de Octubre de 2013, de
<http://ctb.ku.edu/es/tablecontents/Seccionprincipal26.7.aspx>
- Ramos García , J. A. (2012). Propuesta de Dinamización Turística de la comunidad Zapote de Picachos, Municipio de Tepic, Nayarit, a través de un Proyecto Etnoturístico. Univerrrsidad Autónoma de Nayarit.
- Rodríguez Cosmen , S. (12 de 10 de 2012).
<http://sararcosmen.wordpress.com/2012/10/12/proceso-turistico/>. Recuperado el 30 de 09 de 2013, de
<http://sararcosmen.wordpress.com/2012/10/12/proceso-turistico/>:
<http://sararcosmen.wordpress.com/2012/10/12/proceso-turistico/>
- Rodriguez Medina , G. D. (04 de Marzo de 2011).
<http://es.scribd.com/doc/50045935/Modalidades-de-la-investigacion-cientifica>. Recuperado el 06 de Octubre de 2013, de
<http://es.scribd.com/doc/50045935/Modalidades-de-la-investigacion-cientifica>
- Sorgentini, H. (2003). Reflexión sobre la memoria y autoreflexión de la historia. Brasil- Sao Paulo: Centro de Investigaciones Socio-Históricas Universidad Nacional de La Plata.
- Turismo, alternativo, ecoturismo, turismo aventura. (Octubre de 2009).
<http://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&>.
 Recuperado el Viernes 04 de Octubre de 2013, de www.oocities.org:
http://www.oocities.org/es/alternativo_turismo/turismo-etnico.htm

ANEXOS

ANEXO 1: Diseño del tríptico para la promoción de la Parroquia San José de Ancón

Parte externa del Tríptico

ANCÓN

Turismo Histórico-Cultural: se visita en las infraestructuras e historia que adornan los lugares, sus casas, fotos, arte, cuadros, etc. Toda la cultura inglesa que han dejado los

Turismo Industrial: se realiza todo el recorrido en referencia a la existencia del petróleo en la provincia de Santo Elena.

Turismo Arquitectónico: se realiza un recorrido a través de todas las infraestructuras inglesas por lo cual Ancón fue denominada "legado petrolero".

ANCÓN "Historia y Turismo"

"Ruta del Copey"

ANCÓN DIVERSIDAD HISTÓRICA

Servicios de Asistencias:

CITIA
200049
(Centro de Información "Turista Ancón")
Dirección: Caserío Petrolero Ancón
E-mail: visitancón@telecom.net.ec
Paseo de Ancón Ciudad Petrolera

Elaborado por: Mónica Piguave Balladares

Parte interna del tríptico

Parroquia Ancón

Conocida desde sus inicios como "Campesinato Misionero Ancón" ha dado todas sus riquezas petroleras al país, convirtiéndose en el primer referente de explotación petrolera en el Ecuador.

Actualmente es considerada Patrimonio Cultural, dedicado así gracias a que podemos encontrar: clubs, casas, hamas que poseen infraestructuras inglesas con estilos victorianos.

POZO 001

RUTA DE COPEY

En este parque turístico podrá visitar los siguientes lugares:

- Parque Siberia
- Cementerio Inglés
- Barrio Guayaquil
- Iglesia San José de Ancón
- Parque Central de Ancón
- Club Andes
- Barrio Inglés
- Mirador Acapulco
- Pozo de los deseos
- Primer Pozo Petrolero

RUTA ANCÓN

En esta ruta podrá disfrutar de los siguientes atractivos turísticos:

- Oficinas de la Empresa ANGLO
- Cementerio Inglés
- Club Ancón que cuenta con:
 - Piscina
 - Cancha de Tenis
 - Mesa de pin pon
 - Salón de Baño terapia

Áreas en que se incluyen desayuno y almuerzos.

Elaborado por: Mónica Piguave Balladares

ANEXO 2: Video Promocional para la Cabecera Parroquial Ancón



Elaborado por: Mónica Piguave Balladares

*Este video se relaciona con la publicidad visual pasado por los canales de televisión mencionados anteriormente.

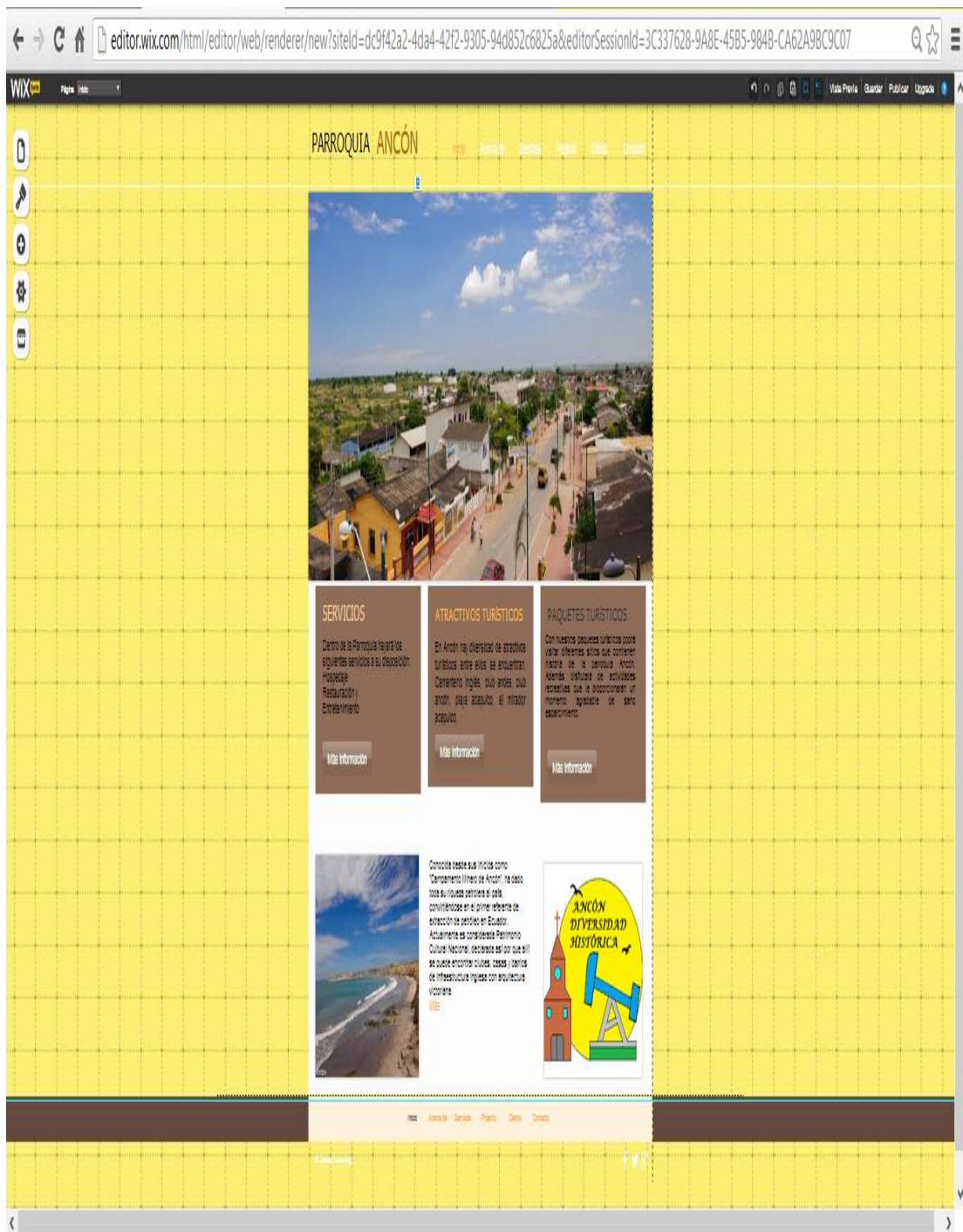
ANEXO 3: Valla Publicitaria para Ancón



Elaborado por: Mónica Piguave Balladares

*La Valla publicitaria será instalada en lugares estratégicos y con colores muy vivos, durante un año

ANEXO 4: Página Web de la Cabecera Parroquial Ancón



Elaborado por: Mónica Piguave Balladares

ANEXO 5: Análisis de los atractivos Turísticos

NOMBRE DE ATRACTIVO	CATEGORIA	TIPO	SUBTIPO
Acantilados	Sitios Naturales	Costas o litorales	Acantilados
Cementerio de Ingleses	Manifestaciones Culturales	Históricas	Arquitectura Religiosa
Parque Eloy Alfaro	Manifestaciones Culturales	Históricas	Arquitectura civil
Iglesia San José de Ancón	Manifestaciones Culturales	Históricas	Arquitectura Religiosa
Explotación Petrolera	Manifestaciones Cultural	Realizaciones Técnicas Científicas y artísticas contemporáneas	Explotación Minera
Casa Grande		Históricas	Arquitectura Civil
Edificio de la Junta Cívica de Ancón	Manifestación Cultural	Históricas	Arquitectura Civil
Antiguo Centro Comercial y Mercado	Manifestación Cultural	Históricas	Arquitectura Civil
Barrio Unión Barrio inglés	Manifestaciones Culturales	Históricas	Zonas Históricas
Fiesta en Honor San José, Patrono de Ancón	Manifestaciones Culturales	Acontecimientos Programados	Manifestaciones Religiosas

Elaborado por: Mónica Piguave Balladares

Fuente: Cabecera Parroquial Ancón

ANEXO 6: FICHA PARA LA CARACTERIZACIÓN TURÍSTICA DE LA COMUNIDAD

CARACTERIZACIÓN TURÍSTICA DE COMUNIDADES/DESTINOS	
1. DATOS GENERALES	
1.1. Ubicación de la comunidad/destino	
Provincia	_____
Cantón	_____
Parroquia	_____
Comunidad	_____
1.2. Número aproximado de habitantes (disponible en la página del INEC)	
Fuente	_____
2. OFERTA DE SERVICIOS	
2.1 Alojamiento	
Identifique el tipo y número de establecimientos de alojamiento existentes en la comunidad (una vez identificados los establecimientos de alojamiento, sírvase llenar en Apéndice N° 1)	
1 Hoteles	# <input style="width: 30px; height: 20px;" type="text"/>
2 Hosterías	<input style="width: 30px; height: 20px;" type="text"/>
3 Hostales	<input style="width: 30px; height: 20px;" type="text"/>
4 Pensiones	<input style="width: 30px; height: 20px;" type="text"/>
5 Moteles	# <input style="width: 30px; height: 20px;" type="text"/>
6 Hospederías	<input style="width: 30px; height: 20px;" type="text"/>
7 Camping	<input style="width: 30px; height: 20px;" type="text"/>
8 Otros	<input style="width: 30px; height: 20px;" type="text"/>
2.2 Alimentación	
Identifique el tipo y número de establecimientos de alimentos y bebidas existentes en la comunidad (Una vez identificados los establecimientos de alimentación, sírvase llenar el apéndice N° 2)	
1 Restaurantes	# <input style="width: 30px; height: 20px;" type="text"/>
2 Cafeterías	<input style="width: 30px; height: 20px;" type="text"/>
3 Fuentes de soda	<input style="width: 30px; height: 20px;" type="text"/>
4 Bares	# <input style="width: 30px; height: 20px;" type="text"/>
5 Cantinas	<input style="width: 30px; height: 20px;" type="text"/>
6 Kioskos de comida	<input style="width: 30px; height: 20px;" type="text"/>
7 Otros _____	<input style="width: 30px; height: 20px;" type="text"/>
2.3 Esparcimiento	
Identifique el tipo y número de establecimientos de esparcimiento existentes en la comunidad	
1 Discotecas	# <input style="width: 30px; height: 20px;" type="text"/>
2 Cines/teatros	<input style="width: 30px; height: 20px;" type="text"/>
3 Instal. Deportivas	# <input style="width: 30px; height: 20px;" type="text"/>
4 Bancos	<input style="width: 30px; height: 20px;" type="text"/>
5 Otros	<input style="width: 30px; height: 20px;" type="text"/>
2.4 Otros servicios	
Identifique el tipo y número de establecimientos de otros servicios existentes en la comunidad	
1 Agencias de viaje	# <input style="width: 30px; height: 20px;" type="text"/>
2 Operadoras Inf. Al	<input style="width: 30px; height: 20px;" type="text"/>
3 turista	<input style="width: 30px; height: 20px;" type="text"/>
4 Guías de turismo	# <input style="width: 30px; height: 20px;" type="text"/>
5 Cajeros automáticos	<input style="width: 30px; height: 20px;" type="text"/>
6 Otros	<input style="width: 30px; height: 20px;" type="text"/>
3. INFRAESTRUCTURA DE SERVICIOS BÁSICOS	
TRANSPORTE Y ACCESIBILIDAD	
3.1 Distancia	
Identifique las distancias que hay desde el punto de partida (centro turístico más cercano o ciudad principal) hasta la parroquia, así como el tiempo de recorrido y medio de transporte	

3.9 La oficina de teléfonos más cercana se encuentra a _____ Kms.

3.10. Existe señal de servicio telefónico celular en la comunidad:

1	Si	<input type="text"/>
2	No	<input type="text"/>

3.11. En la comunidad existen _____ cabinas telefónicas para uso público

3.12. En la comunidad existen _____ cibercafes o establecimientos de uso público de internet

3.13. Existe oficina de correos en la comunidad

1	Si	<input type="text"/>
2	No	<input type="text"/>

SANIDAD

3.14. Existe red de agua entubada

1	Si	<input type="text"/>
2	No	<input type="text"/>

3.15. Se trata con cloro el agua en la fuente de distribución

1	Si	<input type="text"/>
2	No	<input type="text"/>

3.16. Fuente principal de abasto/ que tipo de agua se consume

1	Red pública	<input type="text"/>	6	Pozo	<input type="text"/>
2	Pila o llave pública	<input type="text"/>	7	Río, vertiente, acequia	<input type="text"/>
3	Otras fuente - tubería	<input type="text"/>	8	Agua lluvia	<input type="text"/>
4	Carro repartidor	<input type="text"/>	9	Otro _____	<input type="text"/>
5	Triciclo	<input type="text"/>			

3.17. Existe sistema de alcantarillado en la comunidad: pueden obtener la información preguntando al Municipio, junta parroquial o líder comunal

1	Si	<input type="text"/>	% de población con alcantarillado
2	No	<input type="text"/>	

3.18. En dónde elimina las excretas la mayoría de la población: pueden obtener la información, Preguntando al municipio, junta parroquial o líder comunal

1	Excusado y alcantarillado	<input type="text"/>
2	letrina	<input type="text"/>
3	aire libre, río, estero	<input type="text"/>
4	pozo séptico	<input type="text"/>
5	Pozo ciego	<input type="text"/>
6	otros _____	<input type="text"/>

3.19. Cómo elimina la basura la mayoría de la población

1	Carro recolector	<input type="text"/>
2	Se quema	<input type="text"/>
3	Se entierra	<input type="text"/>
4	otros _____	<input type="text"/>

3.20. Existen establecimientos de salud en la comunidad

- 1 Si
- 2 No

3.21. Instancias y/o establecimientos de salud que existen: Puede marcar más de una casilla si es necesario

- | | | | |
|---------------------------|--------------------------|------------------------|--------------------------|
| | # | | # |
| 1 Parteras capacitadas | <input type="checkbox"/> | 9 Hospital público | <input type="checkbox"/> |
| 2 Parteras no capacitadas | <input type="checkbox"/> | 10 Dispensario público | <input type="checkbox"/> |
| 3 Promotores de salud | <input type="checkbox"/> | 11 Unidad móvil | <input type="checkbox"/> |
| 4 Curandero tradicional | <input type="checkbox"/> | 12 Consultorio privado | <input type="checkbox"/> |
| 5 Shamán | <input type="checkbox"/> | 13 Clínicas | <input type="checkbox"/> |
| | | Hospital | <input type="checkbox"/> |
| 6 Botiquín comunitario | <input type="checkbox"/> | 14 privado | <input type="checkbox"/> |
| 7 Sub-centro de salud | <input type="checkbox"/> | 15 Farmacia | <input type="checkbox"/> |
| 8 Centro de salud | <input type="checkbox"/> | 16 otros | <input type="checkbox"/> |

3.22. Si no hay establecimientos de salud en la comunidad

- 1 A cuál establecimiento asiste para atender su salud _____
- 2 Parroquia o cabecera cantonal a la cual pertenece _____
- 3 Distancia del establecimiento al cuál asisten _____

ENERGÍA

3.23. Existe servicio de energía eléctrica en la comunidad

- 1 Si
- 2 No

3.24. Distancia al lugar más cercano con energía eléctrica _____ Km.

3.25. Qué porcentaje de la población tiene energía eléctrica _____

3.26. Existen gasolineras en la comunidad

- 1 Si Cuántos? _____
- 2 No

3.27. Distancia a la gasolinera más cercana: _____ Km.

4. GOBERNANZA

4.1. De qué instituciones recibe o ha recibido apoyo la comunidad para su desarrollo: nombre a las instituciones involucradas, el periodo en que se recibió el apoyo de las mismas. Puede obtener información en municipios, juntas parroquiales o el líder de la comuna.

Institución	Nombre	De sd e	Hasta	Actividad
1. NACIONALES				
2. INTERNACIONALES				

4.2. Existen planes de desarrollo en la comunidad. Si es así, nombre el plan y el año en que se empezó o empezará a ejecutar

1.	Si	<input type="text"/>	PLAN		AÑO
2.	No	<input type="text"/>			

4.3. Qué tipo de organizaciones tiene la comunidad (marque con una x)

N°	TIPO DE ORGANIZACIÓN	
1	Junta parroquial	<input type="checkbox"/>
2	Comité de barrio	<input type="checkbox"/>
3	Directiva comunitaria	<input type="checkbox"/>
4	Comité de desarrollo	<input type="checkbox"/>
5	cooperativas	<input type="checkbox"/>
6	Organización de mujeres	<input type="checkbox"/>
7	Comité de padres de familia	<input type="checkbox"/>
8	Organizaciones religiosas	<input type="checkbox"/>
9	Clubes	<input type="checkbox"/>
10	Asociaciones de turismo	<input type="checkbox"/>
11	otras _____	<input type="checkbox"/>

5. COMUNIDAD RECEPTORA

5.1. A qué actividades económicas principales se dedica la población (Para contestar esta pregunta se puede consultar en el INEC. Llene las casillas con porcentajes):

1	Agricultura, caza, avicultura, pesca, ganadería	<input type="text"/>
2	Explotación de minas y canteras	<input type="text"/>
3	Industria manufactureras	<input type="text"/>
3.1.	Artesanías	<input type="text"/>
4	Electricidad, gas y agua	<input type="text"/>
	Construcción	<input type="text"/>
5	n	<input type="text"/>
6	Servicios comunales, sociales y personales	<input type="text"/>
7	Transporte y comunicación	<input type="text"/>
8	Establecimientos financieros	<input type="text"/>
9	Comercio	<input type="text"/>
10	Turismo, hoteles y restaurantes	<input type="text"/>
11	actividades no especificadas	<input type="text"/>

fuelle: _____

5.2. Cuáles son las tres actividades productivas más rentables de la comunidad?

1.- _____
 2.- _____
 3.- _____

fuelle: _____

5.3. Tipo de empleo turístico (Sólo para comunidades que prestan servicios turísticos). Para contestar esta pregunta se encuestó a _____ personas

		%
1	Empleos formales en turismo (personal con contrato verbal o escrito establecimientos con documentos en regla	<input type="text"/>
2	Empleos informales en turismo (vendedores informales, prestadores de servicios sin documentos en regla o sin permiso de funcionamiento	<input type="text"/>

5.4. Tipos de actividades en la que participa la comunidad: puede marcar más de uno si es el caso

1 Trabajo en grupo	<input type="checkbox"/>
2 Minga	<input type="checkbox"/>
3 Asamblea comunitaria	<input type="checkbox"/>
4 Otras	<input type="checkbox"/>
Comentarios	
:	

5.5. Ha participado la comunidad o la directiva en la elaboración de los planes estratégicos locales con:

	si	no
1 Municipio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2 Gobierno Provincial	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

5.6. Destrezas para turismo encontradas en la comunidad. El encuestador puede preguntar dentro de la comunidad una vez que haya logrado el acercamiento y establecerá el número de personas que tengan las siguientes habilidades (Se puede obtener esta respuesta a través de un taller).

	# de personas
1 Ingles	<input type="text"/>
2 Capacidad o experiencia en guianza	<input type="text"/>
3 Cocina	<input type="text"/>
4 Contabilidad / administración	<input type="text"/>
5 Otras: _____	<input type="text"/>

5.7. Actitud de la comunidad hacia la actividad turística. El encuestador puede preguntar dentro de la comunidad una vez que haya logrado el acercamiento y establecerá el número de personas que tengan las siguientes habilidades (Se puede obtener esta respuesta a través de un taller). Para contestar esta pregunta se encuestó a _____ - personas.

	%
1. El turismo es considerado como un instrumento importante de desarrollo (es considerado en planes, políticas, hay asociaciones de prestadores de servicios Turísticos, etc.)	<input type="text"/>
2. El turismo es una actividad económica alterna y estacional (La comunidad se dedica a la actividad turística solamente durante temporada alta, en temporada baja se dedica a otras actividades)	<input type="text"/>
3. Indiferencia hacia el desarrollo local de la actividad turística (La comunidad no contesta preguntas relacionadas al turismo, no opinan)	<input type="text"/>
4. Rechazo hacia el desarrollo de la actividad turística en la comunidad (La comunidad rechaza el desarrollo turístico, considera que es peligroso, no cree que solucione sus problemas económicos)	<input type="text"/>

5.8. Problemas sociales que según el encuestador pueden afectar al desarrollo turístico de la comunidad. Se pueden identificar también necesidades de capacitación de acuerdo a los resultados obtenidos en la pregunta (5.6).

Investigador de campo: _____
 Fecha: _____

ANEXO 7: Formato de las Encuesta para Moradores

EMTMP-00_____



Universidad Estatal Península de Santa Elena

Facultad de Ciencias Administrativas

Escuela de Hotelería y Turismo

Encuesta a Moradores

Definición de un Producto Histórico Étnico Cultural e Industrial para la Parroquia de San José de Ancón de la Provincia de Santa Elena

OBJETIVO: Adquirir juicios de los moradores, de cómo contribuirían, con el desarrollo turístico mediante la definición de un Producto Histórico, étnico, cultural e industrial de la para la Parroquia de San José de Ancón de la Provincia de Santa Elena.

I.- DATOS GENERALES

1.- Edad:

1. Entre 18 a 25

2. Entre 26 a 30

3. Entre 31 a 35

4. Entre 36 a 40

5. Entre 41 a 45

6. Entre 46 a 50

Sexo:

1. Masculino

2. Femenino

3. Otro

Nacionalidad: _____

Ciudad de origen: _____

2.- ¿Hasta qué nivel de estudio llegó?

Primaria: Secundaria: Superior:

3.- ¿Cuál es el lugar turístico más visitado por turistas dentro de la Provincia de Santa Elena?

Salinas La Libertad Ancón

Ballenita Ayangue Montañita

Olón San Pablo Punta Carnero

Otros lugares especifique: _____

4.- Generalmente los turistas viajan:

Familia Amigos Pareja Solo

Otros (Especifique): _____

5.- ¿Cuál es el motivo de visita de los turistas a este lugar?

Vacaciones Deporte

Salud Visita de Amigos

Otros (Especifique) : _____

6.- ¿En qué época del año piensa usted le gusta viajar más al turista?

Enero-Abril Mayo-Agosto Septiembre-Diciembre

7.- ¿Por cuánto tiempo piensa usted que el turista permanece en el lugar?

1 día 2 o 4 días más de un mes

II.- EN CUANTO CONOCEN DE LA PARROQUIA DE SAN JOSÉ DE ANCÓN

8.- ¿Usted cree que los turistas conocen la Parroquia de San José de Ancón?

Sí No

III.- EN CUANTO AL DESARROLLO TURÍSTICO EN EL ÁMBITO CULTURAL, HISTÓRICO, ÉTNICO E INDUSTRIAL

9.- ¿Cómo morador de la Parroquia, usted cree que se podrá desarrollar un turismo étnico cultural e industrial en San José de Ancón?

Sí No

10.- ¿Usted conoce la historia de la Parroquia?

Sí No

11.- ¿Cree usted que es importante recordar la cultura autóctona del lugar?

Sí No

12.- ¿Cree usted que la arquitectura inglesa perteneciente a la parroquia se encuentra en buen estado para ser explotada como un atractivo turístico cultural?

Sí No

13.- ¿Usted cree que la arquitectura inglesa de la parroquia podría ser un atractivo llamativo para el visitante?

Sí No

14.- Señale con una X cuales son las arquitecturas inglesas que se puedan apreciar de manera clara en la parroquia.

Cementerio Inglés	<input type="checkbox"/>
Iglesia San José de Ancón	<input type="checkbox"/>
Club Andes	<input type="checkbox"/>
Club Unión Ancón	<input type="checkbox"/>
Club Ancón	<input type="checkbox"/>
Parque Siberia	<input type="checkbox"/>
Barrio Guayaquil	<input type="checkbox"/>
Antiguo Hotel Anglo	<input type="checkbox"/>
Pozo I	<input type="checkbox"/>

ANEXO 8: Formato de las Encuestas para Turistas

ETTMP-00__



Universidad Estatal Península de Santa Elena
Facultad de Ciencias Administrativas
Escuela de Hotelería y Turismo
Encuesta a Turistas

Definición de un Producto Histórico Étnico Cultural e Industrial
para la Parroquia de San José de Ancón de la Provincia de Santa
Elena

OBJETIVO: Obtener criterios de los turistas, que cavilan sobre la definición de un Producto Histórico, étnico, cultural e industrial de la para la Parroquia de san José de Ancón.

I.- DATOS GENERALES

Edad:

1. Entre 18 a 25
2. Entre 26 a 30
3. Entre 31 a 35
4. Entre 36 a 40
5. Entre 41 a 45
6. Entre 46 a 50

Sexo:

1. Masculino
2. Femenino
3. Otro

Nacionalidad: _____

Ciudad de Procedencia: _____

2.- ¿Hasta qué nivel de estudio llegó?

Primaria: Secundaria: Superior:

3.- ¿Qué lugar turístico es el que más visita dentro de la Provincia de Santa Elena?

Salinas

La Libertad

Punta Carnero

Ballenita

Ayangue

Montañita

Olón

San Pablo

Otros lugares especifique: _____

4.- Generalmente Viaja:

Familia

Amigo

Pareja

Solo

Otros (Especifique): _____

5.- ¿Cuál es el motivo de su visita a este lugar?

Vacaciones

Deporte

Salud

Visita de Amigos

Otros (Especifique) : _____

6.- ¿En qué época del año le gusta viajar?

Enero-Abril

Mayo-Agosto

Septiembre-Diciembre

7.-¿Cuál es el tiempo de su estadía en el lugar que visita?

1 día

2 o 4 días

1 mes

2- más de un mes

II.- EN CUANTO CONOCEN DE LA PARROQUIA DE SAN JOSÉ DE ANCÓN

8.- ¿Conoce o ha escuchado de la Parroquia de San José de Ancón?

Sí

No

Le gustaría conocer:

Sí

No

Si la respuesta es “sí” responda las siguientes preguntas:

III.- ENCUANTO AL DESARROLLO TURISTICO EN EL AMBITO CULTURAL, HISTORICO, ETNICO E INDUSTRIAL

9- Usted cree que en la parroquia de san José de Ancón se podrá desarrollar un turismo étnico cultural e industrial?

Sí

No

10.- Ha escuchado usted sobre la historia de la Parroquia?

Sí

No

11.- Cree usted que es importante recordar la cultura autóctona del lugar?

Sí

No

12.- Cree usted que la arquitectura inglesa puede ser explotada como un atractivo turístico cultural?

Sí

No

13.- La arquitectura inglesa de la parroquia podría ser un atractivo llamativo para el visitante?

Sí

No

14. Cree usted que con la explotación petrolera que existe en la parroquia, se podrá realizar un turismo industrial con la creación de productos derivados del petróleo?

Sí

N

ANEXO 9: Formato de Entrevista a las Autoridades

EATMP-00_____



Universidad Estatal Península de Santa Elena.
Facultad de Ciencias Administrativas.
Escuela de Hotelería y Turismo.

Entrevistas.

Definición de un Producto Histórico Étnico Cultural e Industrial para la Parroquia de San José de Ancón de la Provincia de Santa Elena

Objetivo:

La actual entrevista permitirá recopilar información, respecto a las necesidades obtendremos la opinión y criterio ejecutivo de las principales autoridades turísticas y políticas tanto públicas como privadas, referente a la definición de un producto histórico, étnico, cultural, arquitectónico e industrial para la Parroquia de San José de Ancón de la Provincia de Santa Elena, la importancia de la preservación del patrimonio cultural y de su uso turístico así como de la predisposición y compromiso institucional para avalar y apoyar la iniciativa.

- 1.- Nombre de la Institución a la que se va a realizar la entrevista
- 2.- Nombre de la persona y cargo que desempeña.
- 3.- Nivel de estudio
- 4.- Tiempo que está en el cargo.
- 5.- ¿Cuáles son los lugares más visitados por los turistas?
6. ¿Cómo cree que generalmente viaja el turista?
- 7.-¿Usted sabe cuál es el motivo de visita de los turistas en la Provincia de Santa Elena?
- 8.- ¿Usted tiene conocimiento en que época del año la Provincia es más visitada por los turistas?
- 9.- Cual es el tiempo de estadía de los turistas?
- 10.- Conoce la historia de la parroquia de San José de Ancón y su importancia?
- 11.- Piensa usted que en la Parroquia se podrá desarrollar un turismo étnico, cultural e industrial y porque?
- 12.- Cree usted que la arquitectura inglesa se encuentra en buen estado para ser promocionada como un atractivo turístico cultural?
- 13.- Cree usted que aquella estructura inglesa existente en la Parroquia de San José de Ancón podría ser un atractivo llamativo para el visitante?
- 14.- Puede mencionar cuales son las arquitecturas inglesas que se puede apreciar de manera clara en la parroquia?
- 15.- ¿Qué le parece o qué opina de esta iniciativa y Por qué?
- 16.- ¿De qué manera UD y la Institución a la que representa colaboraría o ayudaría con el desarrollo de esta iniciativa?

ANEXO 10: TABLA De Análisis de Encuestas a Turistas, visitantes y entrevistas a autoridades y servidores turísticos

TABLA 1: Género y Edad de los turistas encuestados					
ítems	Valorización	Frecuencia		Frecuencia	
1	Sexo	Hombres	%	Mujeres	%
	Entre 18-25	19	12.67	25	16.67
	Entre 26-30	10	6.67	8	5.33
	Entre 31-35	12	8.00	10	6.67
	Entre 36-40	12	8.00	10	6.67
	Entre 41-45	17	11.33	9	6.00
	Entre 46-50	9	6.00	9	6.00
	Tota	79	52.67	71	47.33

Fuente: Turistas
Elaborado por: Mónica Piguave Balladares

TABLA 2: Turistas Nacionales y Extranjeros					
ítems	Valorización	Frecuencia		Frecuencias	
2	Tipo de Viaje	Extranjeros	%	Nacionales	%
	Familia	8	5.33	45	30
	Amigos	15	10.00	30	20
	Pareja	14	9.33	15	10
	Solo	14	9.33	9	6
	Total	51	34	99	66

Fuente: Turistas
Elaborado por: Mónica Piguave Balladares

TABLA 3: Procedencia y género de los turistas					
Ítems	Valorización	Sexo			
		Hombres	%	Mujeres	%
3	Lugares de Procedencia				
	Guayaquil	40	26.67	42	28
	Manta	10	6.67	12	8
	Cuenca	6	4.00	6	4
	Quito	4	2.67	15	10
	Chile	3	2.00	1	0.67
	Argentina	2	1.33	1	0.67
	Colombia	9	6.00	9	6
	Total	74	49.33	86	57.33

Fuente: Turistas
Elaborado por: Tnlga. Mónica Piguave

TABLA 4: Edad y nivel de estudio de los turistas							
Ítems	Valorización	Nivel de estudio					
4	Edad	Primaria	%	Secundaria	%	Superior	%
	18-25	8	5.33	10	6.67	15	10.00
	26-30	4	2.67	3	2.00	6	4.00
	31-35	6	4.00	15	10.00	11	7.33
	36-40	9	6.00	16	10.67	20	13.33
	41-45	2	1.33	3	2.00	5	3.33
	46-50	4	2.67	5	3.33	8	5.33
	Total	33	22.00	52	34.67	65	43.33

TABLA 5: Lugares turísticos más visitados			
ítems	Valorización	Frecuencia	%
5	Lugares turísticos		
	Salinas	35	23.33
	Ballenita	11	7.33
	La Libertad	12	8.00
	Punta Carnero	26	17.33
	Montañita	36	24.00
	Olón	10	6.67
	San Pablo	5	3.33
	Ayangue	15	10.00
	Total	150	100.00

TABLA 6: Edad y motivo de visita de los turistas									
ítems	Valorización	Motivo de visita							
6	Edad	Vacaciones	%	Deporte	%	Salud	%	Visita a Amig	%
	18-25	20	13.3	6	4	8	5.33	10	6.6
	26-30	9	6.00	2	1.3	3	2.00	4	2.6
	31-35	10	6.67	3	2	3	2.00	6	4.0
	36-40	9	6.00	3	2	6	4.00	4	2.6
	41-45	11	7.33	1	0.6	9	6.00	6	4.0
	46-50	6	4.00	0	0	8	5.33	4	2.6
	Total	65	43.3	15	10	37	24.6	34	22

Fuente: Turistas
Elaborado por: Tnlga. Mónica Piguave

TABLA 7: Edad y época del Año que viajan los turistas							
Ítems	Valorización	Época de Visita					
7	Edad	E-A	%	M-A	%	S-D	%
	18-25	19	12.67	13	8.67	12	8
	26-30	6	4.00	7	4.67	5	3.33
	31-35	10	6.67	5	3.33	7	4.67
	36-40	7	4.67	5	3.33	10	6.67
	41-45	11	7.33	9	6.00	6	4
	46-50	5	3.33	7	4.67	6	4
	Total	58	38.67	46	30.67	46	30.67

TABLA 8: Nacionalidad y tiempo de estadía de los turistas					
Ítems	Valorización	Nacionalidad			
8	Tiempo de estadía	Extranjero	%	Nacionales	%
	1 día	10	6.67	48	32
	2-4 días	26	17.33	34	22.67
	más de un mes	14	9.33	17	11.33
	Total	51	33.33	99	66

TABLA 9: Conocimiento sobre la Parroquia de San José de Ancón			
Ítems	Valorización	Frecuencia	%
9	Si	70	46.67
	No	80	53.33
	Total	150	100

TABLA 10: Aceptación de los turistas hacia la Parroquia			
Ítems	Valorización	Frecuencia	%
10	Si	140	93.33
	No	10	6.67
	Total	150	100.00

Fuente: Turistas
Elaborado por: Mónica Piguave Balladares

TABLA 11: Desarrollo del turismo histórico cultural, arquitectónico e industrial en Ancón			
Ítems	Valorización	Frecuencia	%
11	Si	150	100
	No	0	0
	Total	150	100

TABLA 12: Discernimiento sobre la historia de Ancón			
Ítems	Valorización	Frecuencia	%
12	Si	70	46.67
	No	80	53.33
	Total	150	100

TABLA 13: Importancia de la cultura autóctona del lugar			
Ítems	Valorización	Frecuencia	%
13	Si	140	93.33
	No	10	6.67
	Total	150	100

TABLA 14: Producto para la promoción y admiración de los visitantes			
Ítems	Valorización	Frecuencia	%
14	Si	144	96
	No	6	4
		150	100

Fuente: Turistas
Elaborado por: Mónica Piguave Balladares

Análisis de la encuestas realizado a los habitantes

Ítems	Valorización	Sexo			
		TABLA 15: Edad y Género de los moradores encuestados			
		Edad	Hombres	%	Mujeres
15	18-25	10	5.58	17	9.49
	26-30	12	6.70	32	17.87
	31-35	16	8.93	25	13.96
	36-40	10	5.58	18	10.05
	41-45	6	3.77	13	7.26
	46-50	8	5.03	12	6.70
	Total	62	34.67	117	65.33

Ítems	Valorización	Sexo			
		TABLA 16: Moradores de acuerdo al nivel de estudio y género de los encuestados			
		Nivel de Estudio	Hombres	%	Mujeres
16	Primaria	14	7.82	33	18.43
	Secundaria	29	16.20	54	30.16
	Superior	19	10.61	30	16.76
	Total	62	34.65	117	65.35

Ítems	Valorización	Frecuencia		%	
		TABLA 17: Tiempo de visita, nacionalidad según la opinión de los encuestados			
		Meses	Ecuatorianos	Extranjeros	
17	E-A	50	27.93	29	16.20
	M-A	38	21.23	20	11.17
	S-D	30	16.76	12	6.70
	Total	118	27.93	61	34.08

Fuente: Moradores de la Cabecera Parroquial Ancón
Elaborado por: Mónica Piguave Balladares

Ítems	Valorización	TABLA 18: Motivo de Visitas Según la opinión de los Moradores							
		Edad	Vacaciones	%	Deportes	%	Salud	%	Visita a Amigos
18	18-25	15	8.3	5	2.7	3	1.6	9	5.0
	26-30	23	12.	6	3.3	9	5.0	16	8.9
	31-35	26	14.5	4	2.2	6	3.3	5	2.7
	36-40	18	10.0	2	1.1	4	2.2	4	2.2
	41-45	6	3.3	4	2.2	5	2.7	4	2.2
	45-50	9	5.0	1	0.5	8	4.4	2	1.1
	Total	97	54.	22	12.	35	19.	40	22.

Ítems	Valorización	Sexo			
		TABLA 19: Tipo de Viaje y sexo de los encuestados			
19	Tipo de Viaje	Hombres	%	Mujeres	%
	Familia	25	13.97	49	27.37
	Amigos	16	8.94	24	13.41
	Parejas	14	7.82	38	21.23
	Solo	7	3.91	6	3.35
	Total	62	34.64	117	65.36

Ítems	TABLA 20: Lugares más frecuentados por los turistas según los moradores		
	Valorización	Frecuencia	%
20	Salinas	40	22.35
	Ballenita	12	6.70
	Olón	4	2.23
	La Libertad	9	5.03
	Ayangue	15	8.38
	San Pablo	4	2.23
	Ancón	23	12.85
	Montañita	50	27.93
	Punta Carnero	22	12.29
	Total	179	100

Fuente: Moradores de la Cabecera Parroquial Ancón
 Elaborado por: Mónica Piguave Balladares

Ítems	TABLA 21: Noción de los moradores, en cuanto los turistas conocen Ancón		
21	Valorización	Frecuencia	%
	Si	53	29.61
	No	126	70.39
	Total	179	100

Ítems	TABLA 22: Plan de Desarrollo turístico para Ancón		
22	Valorización	frecuencia	%
	Si	169	94.41
	No	10	5.59
	Total	179	100

Ítems	TABLA 23: Conocimiento de la historia de la Parroquia de Ancón				
23	Valorización	FRECUENCIA			
	Sexo	Si	%	No	%
	Hombres	48	26.82	14	7.82
	Mujeres	89	49.72	28	15.64
	Total	137	76.54	42	23.46

Ítems	TABLA 24: Importancia de la cultura autóctona del lugar		
24	Valorización	Frecuencia	%
	Si	159	88.83
	No	20	11.17
	Total	179	100

Ítems	TABLA 25: El estado de la arquitectura perteneciente a Ancón		
25	Valorización	Frecuencia	%
	Si	83	46.37
	No	96	53.63
	Total	179	100

Ítems	TABLA 26: Producto turístico como atractivo llamativo para los visitantes		
26	Validación	Frecuencia	%
	Si	158	88.27
	No	21	11.73
	Total	179	100

Fuente: Moradores de la Cabecera Parroquial Ancón
Elaborado por: Mónica Piguave Balladares

Ítems	TABLA 27:Reconocimiento de los atractivos turísticos		
27	Valorización	Frecuencia	%
	Cementerio Inglés	26	14.53
	Iglesia de San José de Ancón	29	16.20
	Club Andes	23	12.85
	Club Ancón	21	11.73
	Parque Siberia	14	7.82
	Club Unión Ancón	6	3.35
	Barrio Guayaquil	27	15.08
	Antiguo Hotel Anglo	15	8.38
	Pozo I	18	10.06
	Total	179	100

Ítems	TABLA :Creación de productos industriales		
28	Valorización	Frecuencia	%
	Si	179	100
	No	0	0
	Total	179	100

Fuente: Moradores de la Cabecera Parroquial Ancón
 Elaborado por: Mónica Piguave Balladares

Análisis de las entrevistas realizadas a los servidores turísticos y autoridades

Ítems	TABLA 28 Nivel de estudio de los servidores turísticos		
29	Valorización	Frecuencia	%
	Primaria	8	33
	Secundario	14	60
	Superior	1	7
	Total	23	100

Ítems	TABLA 29: Tiempo a cargo del establecimiento		
30	Valorización	Frecuencia	%
	6 mese	1	7
	1 año	6	27
	2-4 años	8	33
	6-8 años	8	33
	Total	23	100

Ítems	TABLA 30: Lugares más visitados		
31	Valorización	Frecuencia	%
	Salinas	6	30
	Montañita	11	50
	Ayangue	2	7
	Ballenita	1	3
	Punta Carnero	1	3
	La Libertad	2	7
	Total	23	100

Ítems	TABLA 31: Tipo de viaje		
32	Valorización	Frecuencia	%
	Solo	3	10
	Familia	11	50
	Pareja	4	17
	Amigos	5	23
	Total	23	100

Fuente: Servidores Turísticos

Elaborado por: Tnlga. Mónica Piguave Balladares

Ítems	TABLA 32: Motivaciones de visita		
33	Valorización	Frecuencia	%
	Vacaciones	14	60
	Salud	1	7
	Deporte	5	23
	Visita Amigos	3	10
	Total	23	100

Ítems	TABLA 33: Época del año en la que los turistas visitan la provincia		
34	Valorización	Frecuencia	%
	Enero-Abril	18	77
	Marzo-Agosto	0	0
	Septiembre-Diciembre	5	23
	Total	23	100

Ítems	TABLA 34: Tiempo de estadía de los turistas		
35	Valorización	Frecuencia	%
	1 Día	8	40
	2-4 días	10	37
	1 semana	3	13
	más de un mes	2	10
	Total	23	100

Ítems	TABLA 35: Apreciación de la historia de Ancón		
36	Valorización	Frecuencia	%
	Si	20	87
	No	3	13
	Total	23	100

Ítems	TABLA 36: Plan de desarrollo turístico		
37	Valorización	Frecuencia	%
	Si	23	100
	No	0	0
	Total	23	100

Fuente: Servidores Turísticos
Elaborado por: Tnlga. Mónica Piguave Balladares

Ítems	TABLA 37: Promoción de la arquitectura inglesa		
38	Valorización	Frecuencia	%
	Si	21	90
	No	2	10
	Total	23	100

Ítems	TABLA 38: Apreciación de la arquitectura inglesa		
39	Valorización	Frecuencia	%
	Cementerio Ingles	3	14
	Iglesia de San José de Ancón	7	33
	Club Andes	5	20
	Club Ancón	4	17
	Antiguo Hotel Anglo	3	13
	Junta Cívica	1	3
	Total	23	100

Ítems	TABLA 39: Evaluación de la propuesta		
40	Valorización	Frecuencia	%
	Muy bien	22	97
	Regular	1	3
	Total	23	100

Ítems	TABLA 40: Alternativas de plan de desarrollo		
41	Valorización	Frecuencia	%
	Económica	14	60
	Publicidad	3	13
	Participación en la realización del proyecto	6	27
	Total	23	100

Fuente: Servidores Turísticos
Elaborado por: Tnlga. Mónica Piguave Balladares

Entrevistas realizadas a las autoridades

Ítems	TABLA 41: Nivel de estudio de las autoridades entrevistadas		
42	Valorización	Frecuencia	%
	Primaria	0	0
	Secundaria	5	50
	Superior	5	50
	Total	10	100

Ítems	TABLA 42: Tiempo de cargo en la institución		
43	Valorización	Frecuencia	%
	5 meses	2	30
	10 meses	1	20
	un año y medio	1	20
	3 años	1	20
	4 años	2	30
	Total	7	100

Ítems	TABLA 43: Lugares visitados por los turistas según las autoridades entrevistadas		
44	Valorización	Frecuencia	%
	Montañita	2	30
	Salinas	2	30
	Ayangue	1	10
	Punta Carnero	1	10
	Ballenita	1	10
	La Libertad	1	10
	Total	7	100

Ítems	TABLA 44: Tipo de viaje que realizan los turistas		
45	Valorización	Frecuencia	%
	Familia	4	60
	Pareja	1	20
	Amigos	1	10
	Solos	1	10
	Total	7	100

Fuente: Autoridades
Elaborado por: Tnlga. Mónica Piguave Balladares

Ítems	TABLA 45: Motivo de viaje		
46	Valorización	Frecuencia	%
	Vacaciones	3	40
	Negocios	2	30
	Salud	1	20
	Deporte	1	10
	Total	7	100

Ítems	TABLA 46: Época del año en que la provincia es visitada por los turistas		
47	Valorización	Frecuencia	%
	Enero-Abril	4	60
	Septiembre-Diciembre	3	40
	Total	7	100

Ítems	TABLA 47: Cuál es el tiempo de estadía del turista en el lugar que visita		
48	Valorización	Frecuencia	%
	1-2 días	3	50
	3-5 días	2	30
	una semana	1	10
	más de un mes	1	10
	Total	7	100

Ítems	TABLA 48: Conocimiento sobre la historia de la Cabecera Parroquial de San José de Ancón		
49	Valorización	Frecuencia	%
	Si	6	80
	No	1	20
	Total	7	100

Fuente: Autoridades
Elaborado por: Tnlga. Mónica Piguave Balladares

Ítems	TABLA 49: Plan de desarrollo del turismo étnico, cultural e industrial de la Cabecera Parroquial de San José de Ancón		
50	Valorización	Frecuencia	%
	Si	7	100
	No	0	0
	Total	7	100

Ítems	TABLA 50: Promoción de la arquitectura inglesa que posee la Cabecera parroquial de San José de Ancón		
51	Valorización	Frecuencia	%
	Si	3	40
	No	4	60
	Total	7	100

Ítems	TABLA 51: Considera usted que aquella estructura inglesa existente en la Parroquia San José de Ancón podría ser un atractivo llamativo para el visitante		
52	Valorización	Frecuencia	%
	Si	7	100
	No	0	0
	Total	7	100

Ítems	TABLA 52: Arquitectura Inglesa que se puede apreciar de manera clara en la Cabecera parroquial		
53	Valorización	Frecuencia	%
	Iglesia San José De Ancón	3	40
	Club Ancón	1	20
	Club Andes	1	20
	Antiguo Hotel Anglo	1	10
	Cementerio	1	10
	Total	7	100

Fuente: Autoridades
Elaborado por: Tnlga. Mónica Piguave Balladares

TABLA 53: Opinión de las autoridades sobre la propuesta de tesis

54	Valorización	Frecuencia	%
	Excelente	6	90
	Buena	1	10
	Total	7	100

Ítems

TABLA: Colaboración para el desarrollo de la propuesta de parte de las autoridades entrevistadas

55	Valorización	Frecuencia	%
	Plan de marketing	2	30
	Publicidad	3	40
	Promoción	2	30
	Total	7	100

Fuente: Autoridades

Elaborado por: Tnlga. Mónica Piguave Balladares

FIGURAS

FIGURA 6: Ubicación de la parroquia Ancón

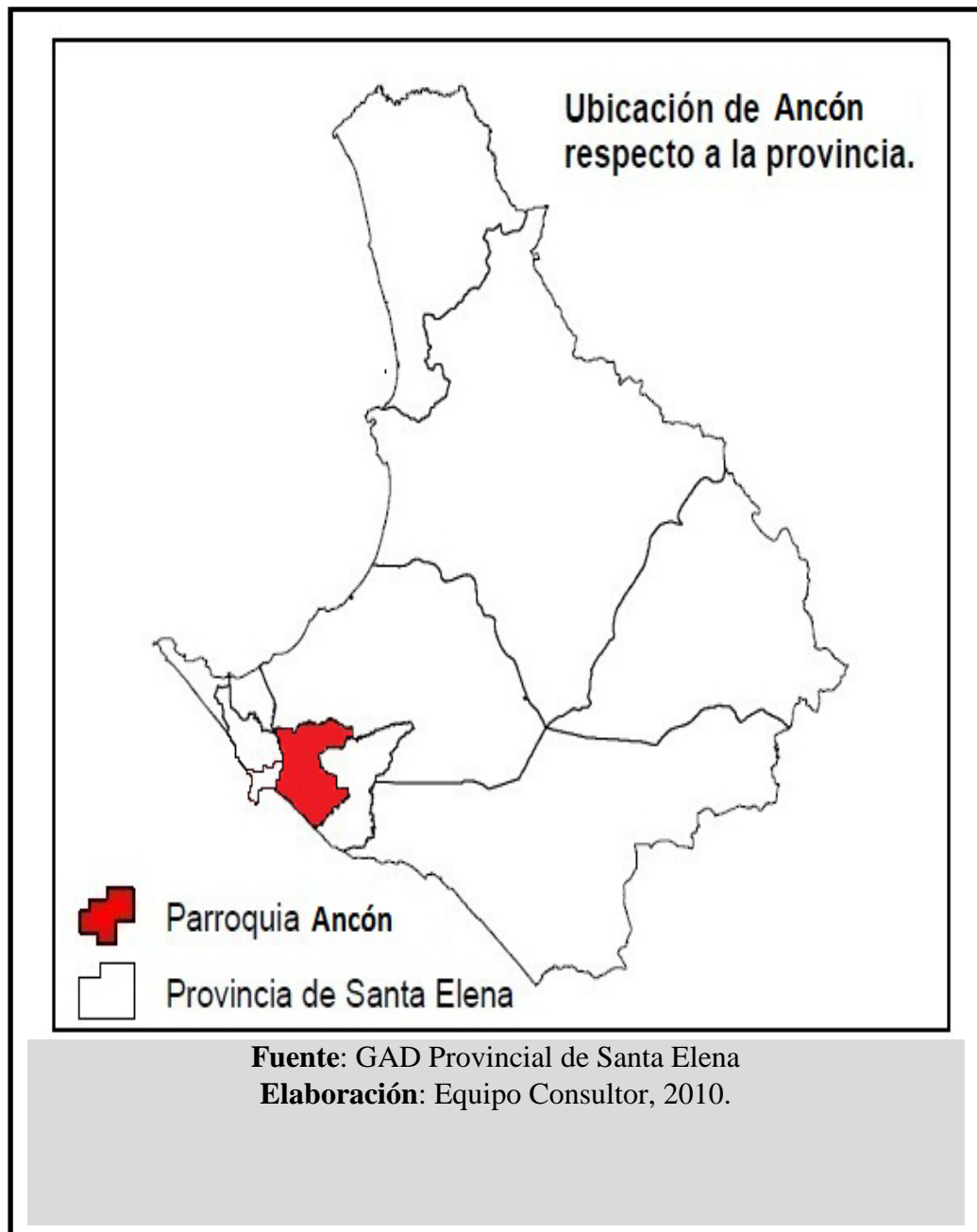
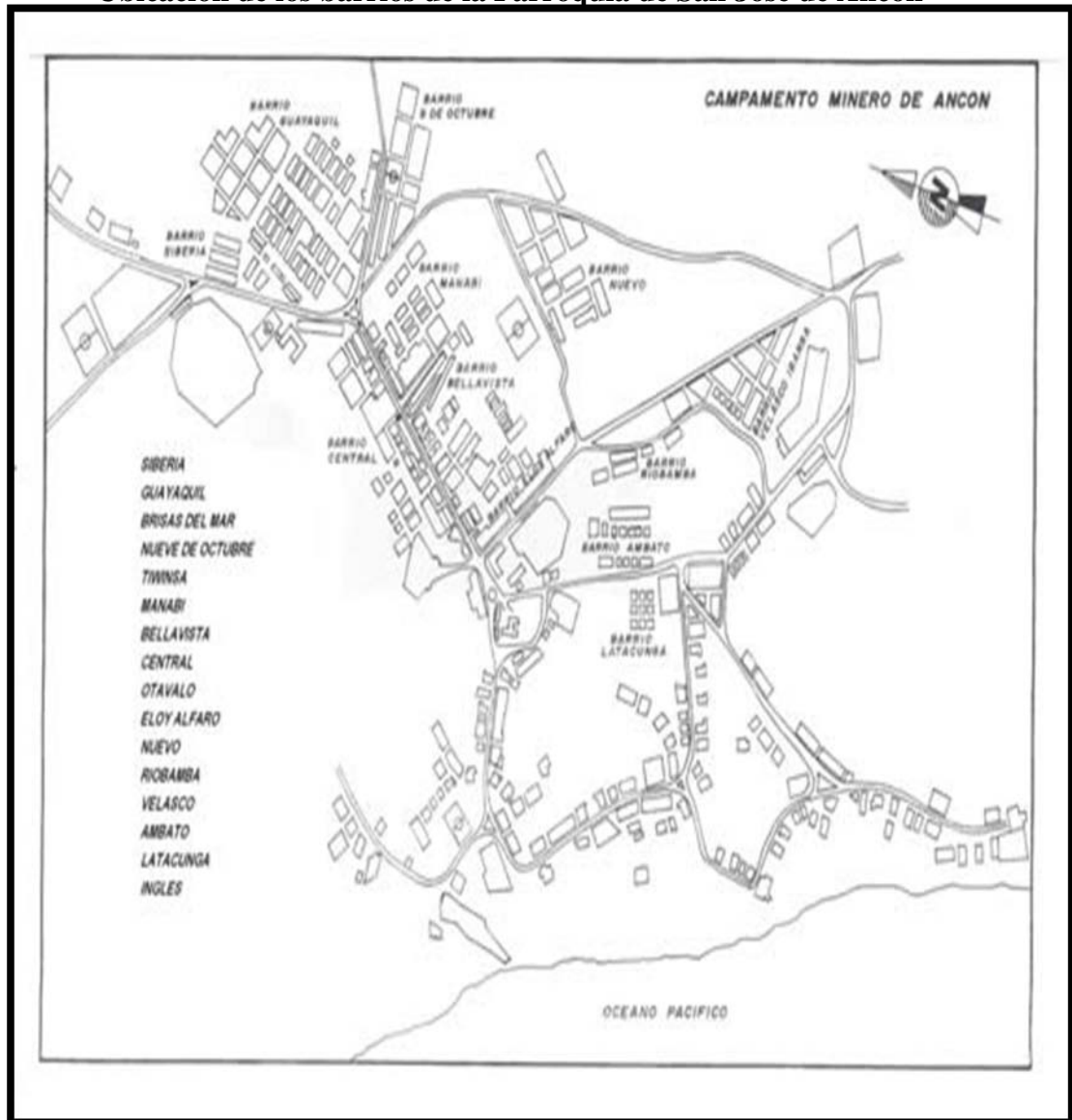


FIGURA 7 Plano de Ancón en el tiempo de la concesión de ANGLO ECUADORIAN OIL FIELDS LTD.

Ubicación de los barrios de la Parroquia de San José de Ancón



Fuente: GAD Parroquial San José de Ancón (2013)

FIGURA 8 Campamento Ancón (foto entre 1910 y 1920)



Fuente: Junta Parroquial Ancón
Elaborado por : Ruben Pezo

FIGURA 9 Principales Atractivos de la Cabecera Parroquial Ancón

Iglesia San José de Ancón



Fuente: Parroquia San José de Ancón
Elaborado por: Tnlga. Mónica Piguave Balladares

Parte Interna de la iglesia San José de Ancón



Fuente: Parroquia San José de Ancón
Elaborado por: Tnlga. Mónica Piguave Balladares

Club Andes



Fuente: Parroquia San José de Ancón
Elaborado por: Tnlga. Mónica Piguave Balladares

Parte Interna del Club Andes



Fuente: Parroquia San José de Ancón
Elaborado por: Tnlga. Mónica Piguave Balladares

Club Ancón



Fuente: Parroquia San José de Ancón
Elaborado por: Tnlga. Mónica Piguave Balladares

Barrio Inglés



Fuente: Parroquia San José de Ancón
Elaborado por: Tnlga. Mónica Piguave Balladares

Barrio Guayaquil



Fuente: Parroquia San José de Ancón

Elaborado por: Tnlga. Mónica Piguave Balladares

Cementerio Inglés



Fuente: Parroquia San José de Ancón

Elaboración Propia

FIGURA 10 Viviendas en Zonas de Difícil Accesibilidad



**Fuente: GAD Parroquial San José de Ancón
Elaborado Por: GAD Parroquial San José de Ancón**

FIGURA 11: Vía Principal de Acceso a la Ciudad



**Fuente: GAD Parroquial San José de Ancón
Elaborado Por: GAD Parroquial San José de Ancón**

FIGURA 12: Vista lateral del comedor inglés



Fuente: Parroquia San José de Ancón
Elaborado por: Tnlga. Mónica Piguave Balladares

FIGURA 13: Vista frontal del cuadro del campamento minero



Fuente: Parroquia San José de Ancón
Elaborado por: Tnlga. Mónica Piguave Balladares

FIGURA 14: Vista interna del Hotel Anglo



Fuente: Parroquia San José de Ancón
Elaborado por: Tnlga. Mónica Piguave Balladares

FIGURA 15: Vista frontal de la cocina que usaban los ingleses para la preparación de los alimentos.



Fuente: Parroquia San José de Ancón
Elaborado por: Tnlga. Mónica Piguave Balladares

FIGURA 16: Vista frontal del hospital del I.E.S.S



Fuente: Parroquia San José de Ancón
Elaborado por: Tnlga. Mónica Piguave Balladares

FIGURA 17: Vista lateral de la garita principal en la época de los ingleses



Fuente: Parroquia San José de Ancón
Elaborado por: Tnlga. Mónica Piguave Balladares