



**UTMACH**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**CARRERA DE TURISMO**

**APROVECHAMIENTO DE LOS ATRACTIVOS CULTURALES DE LA  
PARROQUIA PACCHA DEL CANTÓN ATAHUALPA A TRAVES DE LA  
PROMOCIÓN TURÍSTICA.**

**LASCANO CANTOS ERICKA ISABEL  
LICENCIADA EN TURISMO**

**RODAS BLACIO NATHALY SILVANA  
LICENCIADA EN TURISMO**

**MACHALA  
2021**



**UTMACH**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**CARRERA DE TURISMO**

**APROVECHAMIENTO DE LOS ATRACTIVOS CULTURALES DE  
LA PARROQUIA PACCHA DEL CANTÓN ATAHUALPA A  
TRAVES DE LA PROMOCIÓN TURÍSTICA.**

**LASCANO CANTOS ERICKA ISABEL  
LICENCIADA EN TURISMO**

**RODAS BLACIO NATHALY SILVANA  
LICENCIADA EN TURISMO**

**MACHALA  
2021**



**UTMACH**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**CARRERA DE TURISMO**

**PROYECTOS INTEGRADORES**

**APROVECHAMIENTO DE LOS ATRACTIVOS CULTURALES  
DE LA PARROQUIA PACCHA DEL CANTÓN ATAHUALPA A  
TRAVÉS DE LA PROMOCIÓN TURÍSTICA.**

**LASCANO CANTOS ERICKA ISABEL  
LICENCIADA EN TURISMO**

**RODAS BLACIO NATHALY SILVANA  
LICENCIADA EN TURISMO**

**MEDINA CASTILLO WILIAM TRANQUILINO**

**MACHALA  
2021**

# APROVECHAMIENTO DE LOS ATRACTIVOS CULTURALES DE LA PARROQUIA PACCHA DEL CANTÓN ATAHUALPA A TRAVÉS DE LA PROMOCIÓN TURÍSTICA.

## INFORME DE ORIGINALIDAD



## FUENTES PRIMARIAS

1	<a href="https://repositorio.uta.edu.ec">repositorio.uta.edu.ec</a> Fuente de Internet	3%
2	<a href="https://dspace.esPOCH.edu.ec">dspace.esPOCH.edu.ec</a> Fuente de Internet	3%
3	<a href="https://idoc.pub">idoc.pub</a> Fuente de Internet	1%
4	<a href="https://repositorio.utn.edu.ec">repositorio.utn.edu.ec</a> Fuente de Internet	1%
5	<a href="https://repositorio.ute.edu.ec">repositorio.ute.edu.ec</a> Fuente de Internet	1%
6	Submitted to Corporación Universitaria Minuto de Dios, UNIMINUTO Trabajo del estudiante	1%
7	Submitted to Universidad Técnica de Machala Trabajo del estudiante	1%
8	<a href="https://hdl.handle.net">hdl.handle.net</a> Fuente de Internet	<1%

## CLÁUSULA DE CESIÓN DE DERECHO DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO DIGITAL INSTITUCIONAL

Las que suscriben, LASCANO CANTOS ERICKA ISABEL y RODAS BLACIO NATHALY SILVANA, en calidad de autoras del siguiente trabajo escrito titulado APROVECHAMIENTO DE LOS ATRACTIVOS CULTURALES DE LA PARROQUIA PACCHA DEL CANTÓN ATAHUALPA A TRAVES DE LA PROMOCIÓN TURISTICA., otorgan a la Universidad Técnica de Machala, de forma gratuita y no exclusiva, los derechos de reproducción, distribución y comunicación pública de la obra, que constituye un trabajo de autoría propia, sobre la cual tienen potestad para otorgar los derechos contenidos en esta licencia.

Las autoras declaran que el contenido que se publicará es de carácter académico y se enmarca en las disposiciones definidas por la Universidad Técnica de Machala.

Se autoriza a transformar la obra, únicamente cuando sea necesario, y a realizar las adaptaciones pertinentes para permitir su preservación, distribución y publicación en el Repositorio Digital Institucional de la Universidad Técnica de Machala.

Las autoras como garantes de la autoría de la obra y en relación a la misma, declaran que la universidad se encuentra libre de todo tipo de responsabilidad sobre el contenido de la obra y que asumen la responsabilidad frente a cualquier reclamo o demanda por parte de terceros de manera exclusiva.

Aceptando esta licencia, se cede a la Universidad Técnica de Machala el derecho exclusivo de archivar, reproducir, convertir, comunicar y/o distribuir la obra mundialmente en formato electrónico y digital a través de su Repositorio Digital Institucional, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficio económico.

LASCANO CANTOS ERICKA ISABEL

0705528255

RODAS BLACIO NATHALY SILVANA

0750577934

## **Aprovechamiento de los atractivos culturales de la parroquia Paccha del cantón Atahualpa a través de la promoción turística.**

### **Resumen**

La promoción se entiende como un elemento y actividad que comunican los caracteres del producto e inducen a los consumidores a su adquisición. La promoción de un sitio turístico es comunicar a los potenciales consumidores turistas que la oferta propuesta es capaz de satisfacer sus exigencias y sus demandas, con el fin de tratar convencer al turista de que visite un lugar o destino turístico. El presente trabajo investigativo tiene como objetivo es promocionar los atractivos culturales a través de medios de comunicación como, por ejemplo; redes sociales y folletos turísticos para el aprovechamiento del desarrollo turístico.

### **Abstract**

Promotion is understood as an element and activity that communicate the characteristics of the product and induce consumers to purchase it. The promotion of a tourist site is to communicate to potential consumers-tourists that the proposed offer is capable of satisfying their needs and demands, in order to try to convince the tourist to visit a place or tourist destination. The objective of this research work is to promote cultural attractions through the media, such as; social networks and tourist brochures to take advantage of tourism development.

### **Palabras claves**

Promoción, sitio turístico, comunicación, redes sociales, desarrollo turístico.

## Capítulo I

### 1.1. Introducción

El Turismo en la actualidad se ha convertido en una vital importancia para la economía mundial, según estimaciones de la Organización Internacional de Trabajo (OIT). El impulso de los atractivos natural y cultural, han tenido un mejoramiento continuo y la administración respectiva de todos sus recursos, para satisfacer las necesidades de los visitantes y/o turistas.

Según Sandoval 2018, define por atractivo el conjunto de bienes y servicios, materiales o inmateriales, estén o no aprobados bajo alguna categoría patrimonial, que poseen cierto grado de atraktividad para el visitante. El distintivo de turístico, involucra los segmentos de la demanda que tienen un papel esencialmente importante en el proceso de activación turística.

En la actualidad la promoción turística se la realiza más por el medio de comunicación y más utilizado en los últimos años que es el internet, para eso es preferible dejar a un lado las partes negativas del destino y reforzar las partes positivas mediante una imagen atractiva, creando así un destino que valdrá la pena visitarlo. (Palacio, 2014)

Provincia de El Oro, el turismo como eje de desarrollo económico. Conocido con una gran biodiversidad, también es una de las más aventuradas por contar con zonas de riqueza tanto natural como cultural. El desarrollo de la provincia crece paulatinamente, a pesar de contar con importantes atractivos uno de los más resaltados que tiene es el Archipiélago de Jambelí, principal eje económico. (López, 2019)

Paccha, es la ciudad cabecera cantonal del cantón ecuatoriano Atahualpa, donde se encuentra ubicado en el centro geográfico de la provincia de El Oro, en Ecuador. También, ciudad conocida por los descubrimientos culturales realizados en sus alrededores.

En la presente investigación, el objetivo de estudio se lo puede definir como elaborar una promoción turística para el aprovechamiento turístico de la parroquia paccha por medio de sus atractivos culturales.

## **1.2. Justificación practica**

La Provincia de El Oro se la conoce a nivel mundial como la Capital Bananera del Mundo, cuenta con 14 cantones, uno de ellos es el cantón Atahualpa, este cantón cuenta con 6 parroquias, en la cual se encuentra la parroquia Paccha, el cual fue elegido para elaborar el proyecto de investigación.

La importancia de impulsar la actividad turística en el país, la provincia y en especial en el cantón Atahualpa, a través del aprovechamiento de los atractivos naturales y culturales que posee este importante cantón de la provincia de El Oro. El aprovechamiento de los atractivos culturales, los mismo que permitirán cooperar en el desarrollo turístico, mediante la elaboración de una promoción turística a través del uso de redes sociales.

De esta forma, las redes sociales como es, Facebook e Instagram, son un factor clave para este proceso de promoción turística, la importancia de poder conquistar a nuevos turistas por medio del uso de las redes sociales, ya que existe una gran demanda, debido que la gente de hoy en día eligen y realizan compras a través del internet y de esta forma aprovechar al máximo el uso de las nuevas tecnologías de comunicación.

Los folletos turísticos contienen la descripción de los principales atractivos turísticos, cada uno con sus diferentes características y sobre todo las más importantes: descripción del lugar, historia, fiestas culturales, monumentos importantes, lagunas entre otros. Perugachi, 2018 (pág. 15)

### **1.2.1. Formulación del problema**

Paccha cuenta con una infraestructura muy buena para el turismo, el Centro Histórico de esta ciudad, este es uno de los lugares más importantes donde se reúne la comunidad, aparte también se encuentran balnearios como el río El Salado y el río Cerro Azul, que son un centro turístico y entretenimiento de sus habitantes.

En la actualidad está en busca de mejores oportunidades de vida, ya que uno de sus problemas son las vías de ingreso, que está en malas condiciones, la situación particular de los servicios básicos está incompleta, por lo que no existe un correcto sistema de alcantarillado, esto afecta a la gran demanda de turistas que quieren ir a visitar a los atractivos pertenecientes de esta parroquia. (GAD, 2019)



Paccha carece de un plan de promoción turístico en la cual permita tener un reconocimiento en lo que es materia turística, a pesar de que cuenta con diversos atractivos de tipo cultural, en los que se destacan, el Complejo Arqueológico Ruinas de Yacuviña, Iglesia San Juan Bautista, Mirador de la Santa Cruz, Rodeo Montubio y Carrera de caballos. (Millan et al 2017).

Es por eso que el problema de investigación se lo puede definir:

¿Como una adecuada promoción turística permitirá el aprovechamiento de los atractivos culturales de la parroquia Paccha?

¿Como lograr que los atractivos culturales de la parroquia Paccha sean reconocido como un destino turístico?

### **1.2.2. Objetivo**

Aprovechamiento de los atractivos culturales.

#### **1.2.2.1. Objetivo general**

Promocionar los atractivos culturales, para el aprovechamiento turísticos de la parroquia Paccha.

#### **1.2.2.2. Objetivos específicos**

- Caracterizar que son los atractivos culturales y su importancia para el desarrollo turístico.
- Identificar los atractivos culturales que posee la parroquia Paccha, para su desarrollo turístico.
- Caracterizar los medios de promoción, más adecuados que se utilizan para el desarrollo de sitios turísticos.
- Elaborar la promoción turística de los atractivos culturales de la parroquia Paccha, para el aprovechamiento turístico.

## **Capítulo II**

### **2.1. Bases Teórica.**

En el presente capítulo de investigación, se efectuó un estudio teórico de las investigaciones ya realizadas de diferentes autores que analizaron temas sobre las variables relacionados con el turismo, aprovechamiento de los atractivos culturales, medios de promoción turística, lo cual se lo referencia en la investigación, previo a la obtención del título licenciado en Turismo.

### **2.2. Antecedentes investigativos**

Luego de haber investigado diversos trabajos como tesis, artículos científicos, sobre el tema indicado, como es lo el aprovechamiento de los atractivos culturales y promoción turística, para dar solución a la problemática establecida, lo cual se ha buscado investigaciones similares sobre los temas mencionados para analizar la importancia de los atractivos culturales en el desarrollo turístico de la parroquia Paccha, cantón Atahualpa.

#### **2.1.2. Turismo**

En los últimos años, el turismo se ha desarrollado con el propósito fundamental de realizar actividades como el ocio, descanso, cultura, salud y relaciones familiares, por lo que todo esto conlleva, a una característica principal que es el desempeño de diversos viajes originados en guerras, conquista, comercio, etc. Pazos (2017). La actividad turística ayuda a promover el desarrollo económico y la inversión local de los pueblos para salir de la pobreza, lo cual da oportunidades a las comunidades de ofrecer empleos y otras actividades de trabajo.

#### **Turismo en Ecuador**

Según Diaz (2021) define que, el turismo en Ecuador ha ido mejorando con el pasar de los años, ya que es un país lleno de riqueza patrimonial tanto natural, cultural e histórica, también, conocido por su gran diversidad en culturas ancestrales y etnias, además, es reconocida por sus regiones como la costa, sierra, oriente y las islas Galápagos.

### **2.1.3. Patrimonio**

La UNESCO (2021) señala que, “El patrimonio es el legado cultural que recibimos del pasado, que vivimos en el presente y que transmitiremos a las generaciones futuras”. El potencial del patrimonio cultural favorece a la revalorización de culturas y de identidades importantes para la inspiración, creatividad e innovaciones que generan nuevos productos que encaminan a la diversidad cultural y su disfrute.

#### **Patrimonio Cultural**

De acuerdo con (Heras, 2018), el patrimonio cultural es el conjunto de bienes, materiales e inmateriales, que son identificados por una sociedad concreta como portadores de valores culturales propios de la comunidad. Representados por bienes tangibles e intangibles que tienen un alto contenido simbólico, los que les hace merecedores de una especial protección no solo relacionada con su conservación sino también con el uso que se pueda hacer a ellos.

#### **Patrimonio Tangible**

UNESCO (2021) define al patrimonio tangible, a los monumentos edificios, lugares arqueológicos, conjuntos históricos, y los elementos “naturales”, como los árboles, grutas, lagos, montañas y otros, importantes tradiciones culturales y los bienes muebles; que engloban las obras de arte, los objetos de interés arqueológico, los que reflejan técnicas tal vez desaparecidas y los objetos de la vida cotidiana, como pueden ser los utensilios, los vestidos y las armas.

#### **Patrimonio Intangible**

Como afirma Borisova (2017) indica que el patrimonio inmaterial es una evolución del concepto de patrimonio cultural, a lo largo de muchas décadas a través de varios documentos internacionales, en la UNESCO referencio que el patrimonio intangible son las representaciones, expresiones orales, actos festivos, usos sociales y artes del espectáculo de cada país, considerando que sus valores van más allá de lo que se ve o se toca.

#### **2.1.4. Atractivos culturales**

Según Rivera (2019), el atractivo turístico es el conjunto de elementos materiales y/o inmateriales que son susceptibles de ser transformados en un producto turístico y que tenga capacidad para incidir sobre el proceso de decisión del turista provocando su visita a través de flujos de desplazamientos desde su lugar de residencia habitual hacia un determinado territorio. Este último pasa luego a convertirse en un destino turístico.

Los atractivos y recursos turísticos son considerados como la base del desarrollo turístico de una localidad, debido a que el turismo es esencial para el desarrollo de una localidad, región o país, además es importante de parte de los gobiernos, autoridades y quienes este inmersos en la actividad turística a invertir en ellos, para de esta manera fortalecer el patrimonio, la identidad cultural, conservarlos y de igual forma motivar a los turistas para que realicen una visita.

#### **2.1.5. Destino turístico**

Como opina Padra (2017) los destinos turísticos están ligados al patrimonio y la cultura lo cual se han convertido en espacios cuya capacidad de atracción ha aumentado, llegando hasta el público con distintas motivaciones a la hora de visitar estos lugares. Aunque varios estudios han puesto en evidencia la relación que se da entre satisfacción con el destino turístico y posibilidad de regreso al mismo, existen trabajos que abordan esta temática desde las diferentes tipologías de turista, más aún en el contexto de las ciudades medias latinoamericanas.

#### **Etapas para la elaboración del inventario de atractivos turísticos**

Según Carvajal (2018) para la elaboración de un inventario de atractivos turísticos se debe llegar a la realización de las siguientes etapas:

- ✦ Clasificación de los atractivos: se basa en identificar francamente la categoría, tipo y subtipo al cual pertenece el sitio turístico a inventar.
- ✦ Recopilación de datos: se recolecta tentativamente los atractivos, para lo cual se indaga las características relevantes. En esta fase de investigación es documental.

✦ Trabajo de campo: se fundamenta en la visita a efectuarse a los sitios turísticos para verificar la información de cada atractivo. Este procedimiento se debe ordenarse en función y mediante el cual se le asignen las características al atractivo.

✦ Evaluación y Jerarquización: para Lemoine (2018), la jerarquización de los atractivos turísticos consiste con el proceso técnico por el cual, equipos especializados reconocen la estructura de sitio turísticos y afirman su importancia para los estándares turísticos, asignándoles un valor expresado ordinariamente en puntos preestablecidos, la finalidad de la jerarquización es establecer los atractivos turísticos de acuerdo con su estructura y transformación en relación directa al interés de diversos sectores para la demanda turística tomando en cuenta características y componentes en cada uno de ellos.

Carvajal (2018) indica que la jerarquía de los atractivos se debe tomar en cuenta que en el instante de evaluar las jerarquías debe ir en relación a los ejes, tanto la jerarquía I como II determina a un potencial menor, lo cual involucraría menor puntuación, en tanto que los atractivos de jerarquía III y IV cuentan con mayor potencialidad, lo describe una mayor puntuación, de tal forma que si una ruta posee al menos un atractivo de jerarquía VI, su puntuación correspondiente es mayor.

PLANDETUR (2020) afirmó que para cada uno de los atractivos tiene una jerarquía con el siguiente significado:

1. *Atractivos de Jerarquía IV:* atractivo excepcional de gran significación para el mercado turístico internacional, capaz por si solo de motivar una importante corriente de visitantes actual o potencial.

2. *Atractivos de Jerarquía III:* atractivo con rasos excepcionales en un país, capaz de motivar una corriente actual o potencial de visitantes del mercado interno y menor porcentaje el internacional.

3. *Atractivos de Jerarquía II:* atractivo con algún rasgo interesante, capaz de importar a los visitantes de larga distancia ya sea del mercado interno y receptivo, que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas.

4. *Atractivos de Jerarquía I:* atractivos sin derecho suficiente para considerarlos a nivel de las jerarquías anteriores, pero también forman parte del

patrimonio turístico como elementos que pueden complementar a otros de mayor jerarquía en el progreso y funcionamiento de cualquiera de los mecanismos que integran el espacio turístico. (págs. 45, 46)

#### **2.1.6. Promoción turística**

Es una actividad donde se transmite información en la cual, intervienen algunos factores que brindan soporte para lograr a convencer a los turistas, así como también para dar a conocer las cualidades del producto turístico, siendo esto fundamental para la decisión de compra en los clientes.

Para González (2017) la promoción turística representa un aspecto fundamental en este tipo de actividad económica, pero sobre todo de manera específica en las empresas turísticas, por que promueven la gama de oferta de servicios con que cuentan, siendo fundamental difundirlas y darlas a conocer a todos los tipos de clientes.

Gaibor (2018) afirmó, que la promoción turística son las acciones que se toman para la difusión y expansión de un destino, atractivo o un servicio turístico en general, enfocados hacia los visitantes, como consecuencia lógica se aumentaran los ingresos económicos dejados por esta actividad. (pág. 39)

La promoción turística sirve para satisfacer las necesidades de los clientes, es muy importante debido a que impulsa la industria turística de un país, por medio de estrategias y de esta forma ofrecer a los turistas la información y actividades sobre algún lugar turístico.

##### *Estrategias de promoción turística*

Para poder realizar una adecuada promoción turística, se deben de desarrollar diversas estrategias, que tenga ese impacto deseado que es la captación de turistas

Según (Chinchay et al 2020) afirma que el nuevo turista es exigente, dispone de la tecnología, por lo tanto, le gusta estar bien instruido, buscando información actualizada, a través de métodos modernos, sostenidos esencialmente en el internet y en sus diversas aplicaciones. Por otro lado, al turista le gusta que le ofrezcan producto o servicio de calidad, con el cual se sienta satisfecho. (pág. 274)

##### ○ Medios de promoción

Son los medios por donde se da a conocer al turista los atractivos turísticos, por medio de diferentes redes sociales, para así brindar información, el valor, las rutas y las actividades que tiene aquel lugar turístico y poder lanzar al tipo de red que se desee.

### ○ Redes Sociales

La historia de las redes sociales tiene su origen dudoso, su evolución es acelerada y no existe una aprobación, sobre cuál fue la primera red social, pero si existe diferentes puntos de vista, al respecto sobre las redes sociales. Según González (2017) “Están conectadas por intereses en común y en el que se comparten datos, información, pudiendo estos ser conocidos y de no serlo permite contactarte y crear nuevos contactos.” (pág. 13)

La creación de ciertas redes sociales, ha marcado un fuerte impacto en el sector turístico, debido a que ofrece y comunica a la mayoría de personas, información sobre variedades de lugares turísticos. “El Internet comienza a jugar un importante papel en el turismo, como herramienta de promoción y comercialización, ofreciendo al sector gran facilidad en la modificación y actualización de la información.” (Sánchez, 2018, pág. 16)

#### Facebook

Según (Tacuri, 2020) es una red social para conectar personas, es decir, compartir información, noticias y contenidos audiovisuales con amigos y familiares. Se trata de la plataforma social más grande y popular de todas las existentes en la actualidad. Ésta, a pesar de ser tan popular, no está exenta de polémica. (pág. 10)

Facebook es una de las redes sociales más utilizadas a nivel mundial, ya sea desde menores de edad, a personas de la tercera edad, es por eso que en la actualidad se ha convertido en una importante red para publicitar los diferentes atractivos, sitios, ciudades de un determinado país o región.

#### Instagram

Es otra red social que se puede utilizar para promocionar los lugares atractivos, ya que existe una opción de tener nuestra propia cuenta en modo de empresa, en la cual se podrá publicar los folletos, compartir y no solo por esta red, sino por algunas más, donde diferentes usuarios podrán comentar y darles retweet a cualquier otra red social que ellos deseen.

Tacuri (2020) afirma que “es una red social para ser utilizada directamente desde su app móvil, la cual está enfocada en, compartir imágenes y videos de forma simple y espontánea, permitiéndole a sus usuarios aplicar efectos fotográficos.” (pág. 10)

### **2.1.7. Folletos turísticos**

La promoción de sitios o eventos culturales, deportivos, artísticos a través de folletos turísticos, se ha convertido en un importante recurso para proporcionar información suficiente al turista, sobre los atractivos y servicios que se brinda en una determinada provincia, ciudad y parroquia. (Molina et al, 2017) afirmó que “Los folletos incorporan fotografías e información, porque son elementos que estimulan, la imaginación del lector y provocan interés en el producto, servicio o destino turístico.” (pág. 48).

Sin embargo (López, 2019) afirma que la función de los folletos y catálogos, es dar información sobre un producto o servicio, es muy parecida a la revista, pero su función es muy diferente, ya que la función del folleto es provocar una respuesta positiva por parte del usuario. (pág. 21)

### **Pasos para elaborar una promoción turística**

De acuerdo a Aguilar (2018) “La promoción turística necesita de un proceso de planeación con el cual se deberán seguir los siguientes puntos” (pág. 8)

Definir bien las metas y de lo que se va a pretender a lograr sobre la promoción turística.

Medios publicitarios que se vayan a utilizar para la promoción.

Resultados de dicha promoción a realizar.

*Etapas de promoción turística*

Publicidad (Facebook e Instagram).

Materiales de apoyo (folletos turísticos).

Relaciones públicas (atractivos culturales)

### **Paccha**

Es la cabecera cantonal del cantón Atahualpa y por lo mismo cuenta con diversos atractivos, lo cual se escogió para poder promocionar sus atractivos



culturales. Según (Muñoz & Padilla, 2021) “Facebook e Instagram, en el cual se brindará información sobre cada atractivo cultural que haya en la Parroquia Paccha, como los servicios, promociones, paquetes, todo esto por medio de folletos turísticos.” (pág. 213)

Así mismo Facebook e Instagram son consideradas como las principales estrategias, que servirá para promocionar los atractivos culturales, donde el conocimiento del patrimonio cultural se promocióne.

## Capítulo III

### 3.1. Metodología

#### 3.1.1. Enfoque de la Investigación

Dentro del trabajo de investigación que es aprovechamiento de los atractivos culturales de la parroquia paccha del cantón Atahualpa a través de la promoción turística, se ha considerado la utilización de dos enfoques principales: el enfoque cualitativo y el enfoque cuantitativo, de esta manera se conjunta y forman un enfoque “Mixto”. Para Otero (2018) “el enfoque mixto, no tiene como meta reemplazar el análisis de datos cualitativos y cuantitativos, sino busca responder a un problema de investigación desde un diseño concurrente, secuencial, de conversión o de integración según sea los logros planteados”.

Según Otero (2018) estos dos enfoque cuantitativos y cualitativos son los paradigmas de la investigación científica, ya que ambos utilizan procedimientos sistemáticos y cuidadosos en el esfuerzo por instituir conocimientos. Hacen observaciones, evalúan fenómenos, establecen ideas como resultado de las observaciones y evaluaciones realizadas. Considerando que el objetivo de la investigación es la de “Promocionar los atractivos culturales, para el aprovechamiento turísticos de la parroquia Paccha, para lo cual vamos a realizar, recopilar y analizar información de datos cualitativos y cuantitativos, en vista que se procesaran datos para llegar a determinar una promoción de los sitios turísticos que tiene importante sector de la provincia de El Oro.

#### 3.1.2. Diseño de Investigación

Los diseños de investigación que se utilizaran en el trabajo de investigación son dos; exploratoria y descriptiva, será “exploratoria porque ayuda a tener una visión mejor sobre el problema a tratar ya que con ella podemos recabar información para comprender mejor el caso a resolver” y por los objetivos realizados. además, porque se utilizará la técnica de recolección de datos como es la entrevista. Por último, tendrá un enfoque descriptivo porque tiene como objetivo caracterizar los medios de promoción más adecuados que se utilizan para el desarrollo de sitios turísticos, además porque se busca responder la hipótesis planteada. Vera 2019 (pág. 19)

Según Nicomedes (2018) La investigación exploratoria es una búsqueda de información con el propósito de formular problemas para una investigación más profunda de carácter explícito. Estos estudios exploratorios, llamados también formularios tienen como objetivo la formulación de un problema para posibilitar una investigación más precisa o el desarrollo de una hipótesis. (pág. 2)

(Rojas, 2015) Afirma sobre la investigación descriptiva que demuestra el conocimiento de la realidad tal como se presenta en una situación de tiempo y espacio permitido. Es de observación y de registro. Existe una formulación de preguntas de rigor que son: ¿Cómo es?, ¿Qué es?, ¿Dónde está?, ¿Cuándo ocurre?, ¿Cuáles se observan? (pág. 7)

### **3.1.3. Tipo de estudio**

#### **- Exploratoria**

En este trabajo investigativo se utilizará un método de investigación exploratoria, el cual será útil para la identificar cursos de acción alternativo ya que el estudio se realizará en la parroquia Paccha del cantón Atahualpa, este nivel facilitará el planteamiento del problema, permitirá la formación de ideas y seleccionará la metodología a utilizar, aumentando así el grado de familiaridad con el problema estudiado en la entidad.

#### **- Descriptiva**

El estudio de esta investigación será de tipo descriptivo, permitirá conocer situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de una descripción precisa de actividades, procesos y personas. De acuerdo con el objetivo no es recopilar datos, sino predecir y determinar las relaciones que existen entre dos o más variables.

Los métodos descriptivos se preocupan por describir y estudiar las áreas y técnicas utilizadas en el desarrollo y la recopilación de datos. Este tipo de investigación se podrá analizar y estudiar en conjunto las variables, lo cual, tiene una relación directa entre la primera variable: La promoción turística, y la segunda variable: Atractivos culturales de la parroquia Paccha.

Para Arboleda (2021) al relacionar las variables favorecerá a la intervención de alguna manera relativo sobre las ideas y representaciones para el progreso de esta presente investigación que vendrá a favorecer a la entidad cultural, y poder lograr incrementar el bajo nivel de carga turística, de esta forma pueda mantenerse económicamente y revestir sus necesidades.

#### **3.1.4. Técnicas de Investigación**

Dentro del trabajo de investigación a realizar se utilizará la técnica de la entrevista Robalino et al., (2021) afirma que “Es una técnica dedicada a obtener información mediante un sistema de preguntas, a través de la interrelación verbal entre dos o más personas.” Aquí se realizará preguntas, las cuales serán dirigidas a las autoridades competentes de la parroquia Paccha.

### **3.2 Método, población y muestra**

#### **3.2.1. Población**

De acuerdo con (Arias et al 2016), afirma que es un conjunto de temas, limitado, definido, y accesible, que establece el relativo para la elección de la muestra, y que cumple con una cadena de criterios predeterminados. Esto no se refiere únicamente a seres humanos, sino que también puede pertenecer a familias, animales, hospitales, muestras biológicas, expedientes, objetos, organizaciones, etc. (pág. 202). En nuestro caso la localidad que se va investigar corresponde a los habitantes de la parroquia Paccha, cantón Atahualpa.

#### **3.2.2. Muestra**

Según Moscol (2019) “Es un subconjunto de los elementos que pertenecen a un universo definido en sus características al que llamamos población” (pág. 12), por lo tanto, para el cálculo de la pequeña población, se ha tomado como referencia al número de visitantes que recibió la parroquia Paccha en los años anteriores.

#### **3.2.3. Universo**

Según Arias et al., (2016) confirma que son elementos donde constituyen y pueden ser delimitados y cuantificados, además los elementos que son parte no tienen límites y términos prácticos, cuando no es posible establecer su dimensión debido al tamaño. (pág. 203)

### 3.2.4. Formula de población y muestra

La población con la que se realizó la encuesta fue con los habitantes de la parroquia Paccha, cuya población es de  $N= 600659$ , de estos se seleccionó la muestra, en la que conforman jóvenes, adultos y mayores, en cambio para la entrevista se la realizo a una persona que está encargada en el puesto de ITUR del Atahualpa.

<b>N° de habitantes de la parroquia Paccha</b>	600659
--	--------

$$z^2 * p * q * N$$

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

**N=** Población **n=** N° de muestra  
**z=** Nivel de confianza  
**p=** Probabilidad a favor  
**q=** Probabilidad en contra  
**e=** Error de confianza

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 600,659}{0.05^2(600,659 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = 315,442$$

### 3.3. Diseño y aplicación de instrumentos de recolección de datos

PREGUNTAS BASICAS	EXPLICACIÓN
1. ¿Para qué?	Para llegar al objetivo planteado en esta investigación y poder justificar mediante las entrevista y encuestas.
2. ¿A que personas u objeto?	Al público en general y habitantes de la Parroquia Paccha cantón Atahualpa, provincia de El Oro.
3. ¿Sobre qué aspectos?	Sobre la promoción turistas a través de redes sociales y folletos para el desarrollo y fortalecimiento turístico de los atractivos culturales de la parroquia Paccha.

4. ¿Quién/Quienes?	Ericka Lascano, Nathaly Rodas.
5. ¿Cuándo?	Diciembre 17, 2021
6. ¿Lugar de recolección de información?	Parroquia Paccha, Gad Municipal.
7. ¿Cuántas veces?	Por una sola vez.
8. ¿Qué técnicas de investigación?	Entrevista y encuestas.
9. ¿Con qué?	Entrevista: Formulación de preguntas (Papel y esfero) Encuestas: A través de internet.
10. ¿En qué situación?	En un ambiente apropiado.

**Cuadro N°1:** Recolección de la Información  
**Elaborado por:** Lascano, Rodas.

### **Plan de procesamiento de la información**

El plan de procesamiento de la información tendrá los siguientes aspectos:

- Recolección de datos de la entrevista por preguntas escritas, realizada al encargo de Turismo en el cantón Paccha.
- Revisión de datos de una manera sistemática consciente y critica con la recolección de datos pertinentes y diables descartando fenómenos aleatorios resultantes de esta investigación es decir la depuración de datos de información incompleta y otros errores.
  - En caso particulares e individuales se tiene que repartir la recolección de información para corregir fallas de respuestas incompletas.
  - Tabulación o cuadros según la operación de variables, manejo de información, estudio estadístico de datos para la presentación de resultados.
  - Representaciones escritas por la entrevista y representaciones virtual por las encuestas puesto que algunos datos no son numerosos.
  - Representaciones graficas o figuras de los resultados alcanzados en la encuesta.
  - Análisis e interpretación de resultados obtenidos en la encuesta después de cada grafica realizada.

- Análisis de los resultados estadísticos, recalcando relaciones fundamentas de acuerdo con los objetivos y variables.
- Interpretación de los resultados, con apoyo del marco teórico, en el aspecto pertinente.
- Comprobación de variables, conclusiones y recomendaciones.

### 3.4. Interpretación de resultados

Para la obtención de resultados de la ponderación sobre los atractivos culturales, se procedió visitar cada lugar por individual, aplicando a cada sitio la ficha para el levantamiento y jerarquización de atractivos turísticos, a continuación, se muestra los resultados de cada atractivo

N°	Nombre del atractivo	Ponderación obtenida	Jerarquía
1	Complejo Arqueológico Ruinas de Yacuviña	82,10	IV
2	Mirador de la Santa Cruz	66,60	III
3	Iglesia San Juan Bautista	66,60	III
4	Carrera de caballos	62,10	III
5	Rodeo montubio	65,60	III

Cuadro N°1: Autores

Elaborado por: Lascano, Rodas.

### 3.5. Análisis y discusión de resultados

#### 3.5.1 Entrevista

1. ¿El departamento ITUR maneja redes sociales para promocionar los atractivos turísticos de la parroquia Paccha?

Si contamos con redes sociales para poder promocionar los atractivos, las cuales son Facebook que se la puede encontrar como “Paccha Cantón Atahualpa” y en Instagram se la encuentra como “Cantón Atahualpa”

2. ¿Actualmente han elaborado alguna promoción turística de los atractivos culturales de la parroquia Paccha, para el aprovechamiento turístico?

Si, el año pasado fue la última vez que publicamos sobre las fiestas que se hacen en honor Nuestra señora del Rosario, el 30 de septiembre del 2020, indicando todas las actividades que se realizarán el día 2 de octubre del 2020.

3. ¿Cuál de los sitios culturales de la parroquia Paccha cuenta con más visitas turísticas?

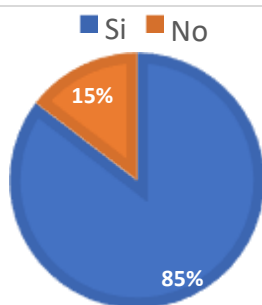
Actualmente el sitio cultural que cuenta con más visitas turísticas es el Complejo Arqueológico Yacuviña.

### 3.5.2 Encuesta

#### Pregunta N° 1

¿Tiene usted conocimiento sobre lo que es un atractivo cultural?

Alternativo	Frecuencia	Porcentaje
SI	268	85%
NO	47	15%
<b>Total</b>	<b>315</b>	<b>100%</b>



Fuente: Encuesta estructurada

#### Análisis:

De los datos obtenidos de la encuesta elaborada, se observa que el 85% de los encuestados tienen conocimiento de que es un atractivo cultural y el 15% indica que no tienen conocimiento sobre lo que es un atractivo cultural.

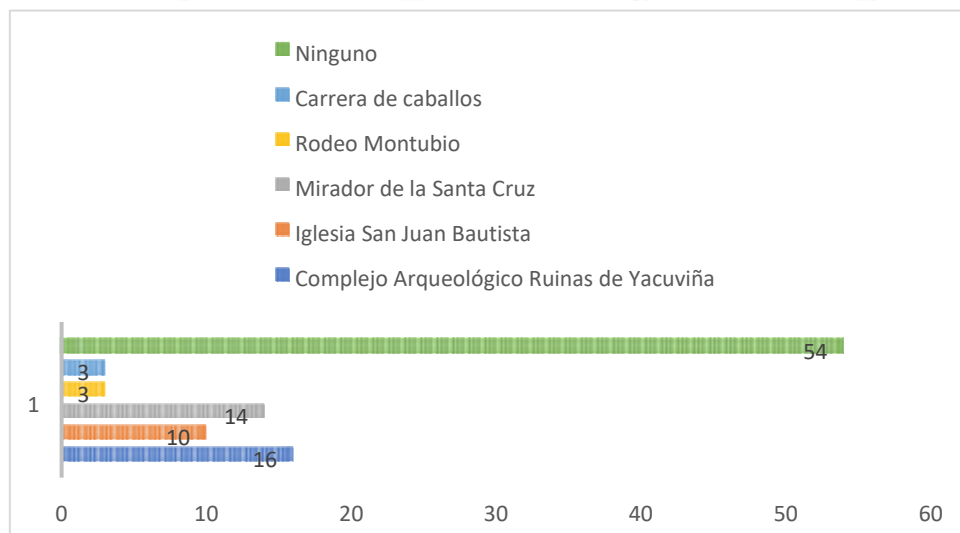
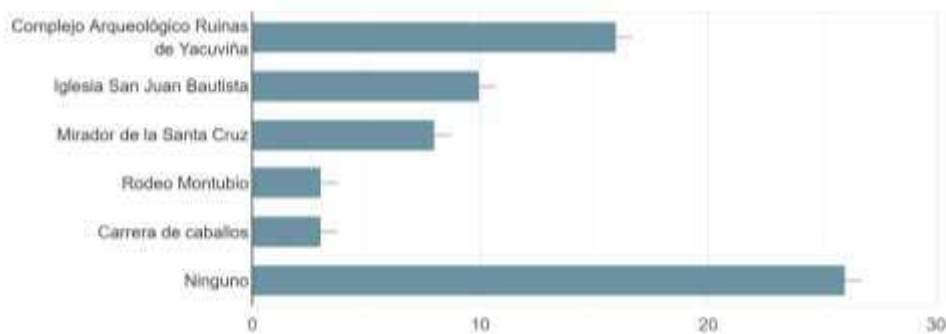
#### Interpretación:

La mayor parte de esta encuesta que se ha elaborado a los pobladores indica que si tienen conocimiento lo que es un atractivo cultural y saben el significado que desarrolla para el turismo.

#### Pregunta N°2

¿Han visitado usted alguna vez uno de estos atractivos culturales, pertenecientes de la parroquia Paccha?





Fuente: Encuesta estructurada.

### Análisis:

Como se puede observar en los gráficos de porcentajes, determina que la mayor parte de los encuestados no conocen los atractivos culturales perteneciente a la parroquia Paccha.

### Interpretación:

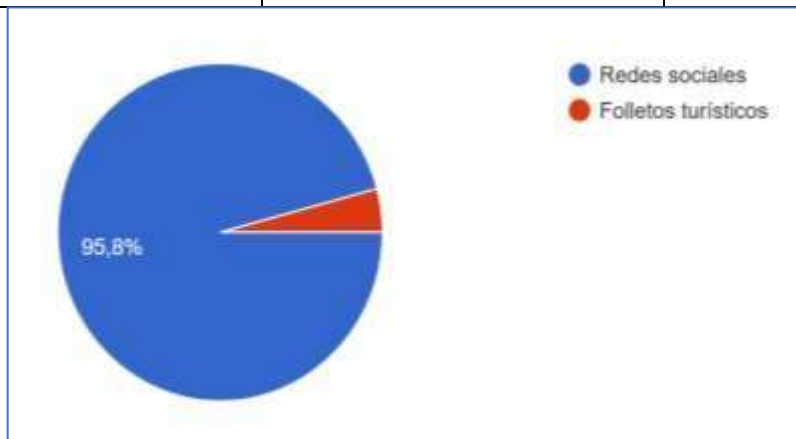
Acorde a los resultados obtenidos de la encuesta es visible que carece de una promoción turística para dar a conocer estos atractivos culturales de la parroquia Paccha.

### Pregunta N°3

¿Cuáles de las siguientes herramientas cree que es más útil para promocionar un sitio turístico?

Alternativo	Frecuencia	Porcentaje
Redes Sociales	302	95,8%
Folleto turístico	13	4,2%

<b>Total</b>	<b>315</b>	<b>100%</b>
--------------	------------	-------------



**Fuente:** Encuesta estructurada **Análisis:**

Con la tabulación de los datos obtenidos se puede determinar que el 95,8% de los encuestados indican que las redes sociales es la herramienta más útil para promocionar un lugar y el 4,2% indicaron que es más útil un folleto turístico para promocionar un sitio turístico.

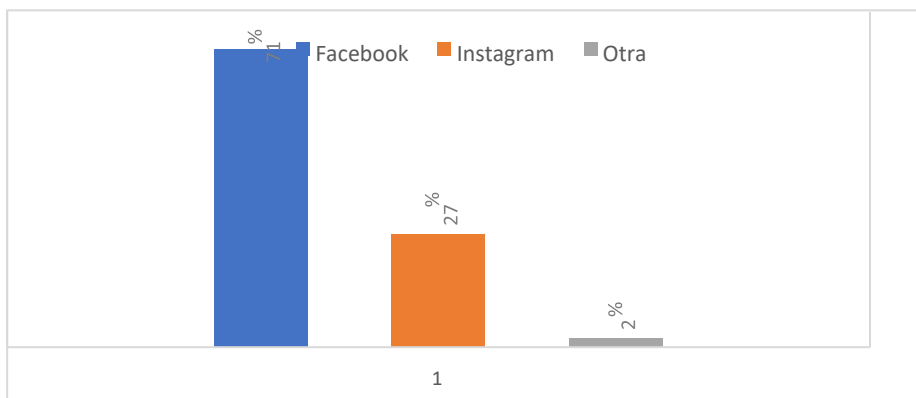
#### **Interpretación:**

Se muestra entonces que la gran mayoría de los encuestados, utilizan las redes sociales como una herramienta muy útil de hacer una promoción turística.

#### **Pregunta N°4**

¿Cuál es la red social que más capta su interés?

<b>Alternativo</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Facebook</b>	224	71%
<b>Instagram</b>	85	27%
<b>Otra</b>	6	2%
<b>Total</b>	<b>315</b>	<b>100%</b>



**Fuente:** Encuesta estructurada **Análisis:**

De los datos obtenidos se puede observar que el 71% lo cual corresponde a Facebook, considerando que es la red social más capta la atención, el siguiente es Instagram con un 27%, indicando que es la segunda red social que atrae.

### Interpretación:

Una vez interpretado se muestra entonces que la red social que más capta la atención a un turista es la aplicación Facebook, considerando que Instagram también atrae su atención y por medio de estas aplicaciones buscar un sitio turística el cual puedan visitar. **Pregunta N°5**

¿Usted ha tenido folletos turísticos que promocionan los atractivos culturales?

Alternativo	Frecuencia	Porcentaje
SI	100	31.9%
NO	215	68.1%
<b>Total</b>	<b>315</b>	<b>100%</b>



**Fuente:** Encuesta estructurada

### Análisis:

Una vez realizado el análisis se determina con un 68,1% indica que han tenido folletos turísticos donde promocionan un atractivo cultural.

### Interpretación:

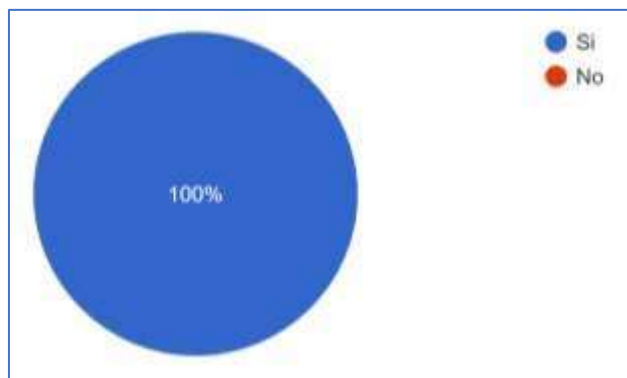
Dentro de esta interpretación se puede decir que los folletos turísticos es una herramienta importante donde se puede promocionar un atractivo cultural y en general sitio turístico.

### Pregunta N°6

¿Debería existir información por parte de las autoridades sobre el desarrollo turístico de los atractivos turísticos de la parroquia Paccha?

Alternativo	Frecuencia	Porcentaje
SI	315	100%
NO	0	0%
<b>Total</b>	<b>315</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta estructurada



Fuente: Encuesta estructurada

### Análisis:

Los datos obtenidos se determinan que el 100% de la población eligió que si debería existir información por parte de las autoridades.

### Interpretación:

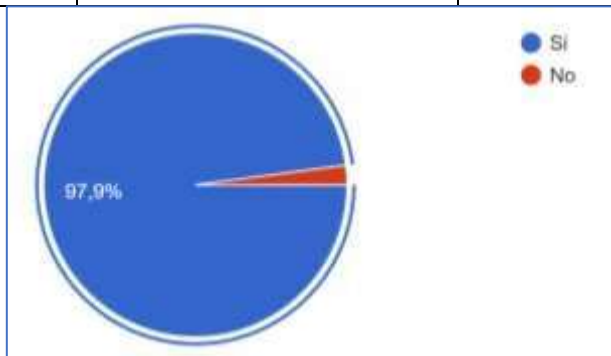
Acorde a los resultados obtenidos de la encuesta se deduce que todos los encuestados optaron en que si debería existir información por parte de las autoridades sobre el desarrollo turístico de los atractivos turísticos de la parroquia Paccha.

### Pregunta N°7

¿Cree usted que la promoción turística a través de redes sociales, permitirá el desarrollo turístico de la parroquia Paccha?

Alternativo	Frecuencia	Porcentaje
-------------	------------	------------

SI	308	97,9%
NO	7	2,1%
<b>Total</b>	<b>315</b>	<b>100%</b>



**Fuente:** Encuesta estructurada

### **Análisis:**

De los datos obtenidos se determina que el 97,9% de los encuestadores consideran que, si creen que la promoción turística permitirá el desarrollo turístico a través de redes sociales, en cuanto el 2,1% no lo consideran así.

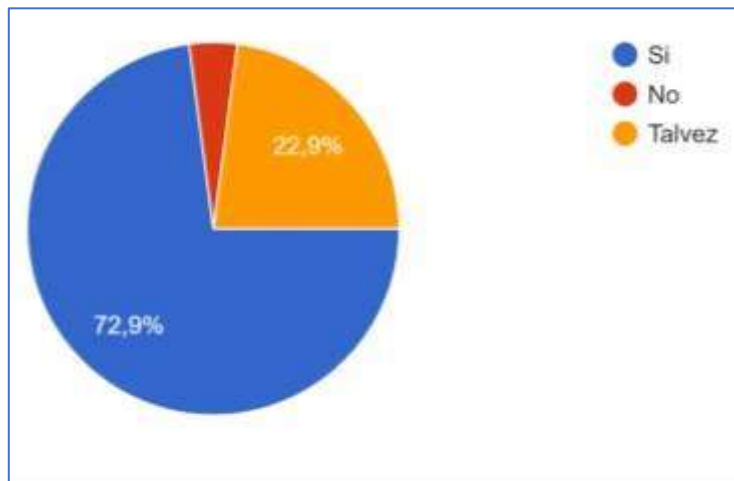
### **Interpretación:**

Existe una considerable aceptación por parte de los pobladores sobre que la promoción turística si permitirá el desarrollo turístico a través del uso de las redes sociales.

### **Pregunta N°8**

¿El uso de la promoción turística a base de infografías tendrá un adecuado impacto visual para el desarrollo turístico?

Alternativo	Frecuencia	Porcentaje
SI	230	72,9%
NO	72	22,9%
TALVEZ	13	4,2%
<b>Total</b>	<b>315</b>	<b>100%</b>



**Fuente:** Encuesta estructurada

### **Análisis:**

Según los datos calculados se obtiene que el 72,9% de los pobladores creen que el uso de las infografías tendrá un impacto visual para el desarrollo turístico, mientras que el 22,9% no lo considera así, en cuanto el 4,2% consideran que talvez tendrían un adecuado impacto.

### **Interpretación:**

Según los resultados obtenidos, se puede decir que la mayor parte de los pobladores consideran que las infografías tendrían un impacto visual para el desarrollo turístico.

#### **3.5.1. Interpretación de resultados**

Una vez culminado con la recolección de datos a través de las encuestas y entrevista, se continuará con el análisis en forma técnica y detallada, lo que nos permitirá obtener la interpretación descifrada y científica de los resultados adquiridos. (Minda, 2021)

#### **3.5.2. Análisis de los resultados**

Con el fin de alcanzar los objetivos planteados al empuce de esta tesis, vació la información obtenida mediante los cuestionarios, para el resultado del análisis e interpretación. Además, se realizaron gráficas en el programa Excel para una mejor comprensión de los resultados.

Según (Moreno Florez, 2017) “Una vez aplicado los instrumentos de recolección de la información, se procedió a realizar el tratamiento correspondiente para el análisis de los mismos, por cuanto la información que arrojará la percepción que posee” la población y la autoridad competente de la parroquia Paccha. (pág. 202)

### **3.5.3. Discusión de resultados**

Según Gutiérrez, 2018 dice, que la promoción se puede realizar a partir de redes sociales, para fomentar una comunicación interactiva que participe voluntariamente los usuarios como generador de contenidos y promotor de los sitios turísticos, de los datos obtenidos según la encuesta realizada se demuestra que hoy en la actualidad el internet es una herramienta principal para el ser humano, ya que la gran mayoría especialmente los turistas utilizan las redes sociales como una herramienta importante para dar a conocer un lugar turístico.

La presencia de las redes sociales en la industria del turismo se han convertido tendencia con el pasar de los años siendo una fuente muy importante ya que, es parte de una comunicación turística lo cual muchos usuarios difunden y comparten a través de sus cuentas de redes sociales información que pueden facilitar y ver las experiencias de los viajes o incluso puede influenciar a la hora de tomar decisiones en lo que respecta a su viaje.

González (2017) las aplicaciones de Facebook e Instagram han logrado captar mejor la atención de los usuarios. Acorde a los resultados obtenidos de la encuesta, entonces la red social que más capta la atención a un turista es la aplicación Facebook donde inspira al potencial consumidor a través de imágenes y videos, considerando que Instagram también atrae su atención. (pág. 31)

Jiménez (2019) Los folletos son de gran importancia porque contienen imágenes de sus atractivos, información turística, recomendaciones al viajar y actividades que se pueden realizar en cada atractivo, estos se podrán publicar por medio de las redes sociales, con el fin de promocionar a la parroquia y que generen visitas. Existe una considerable aceptación por parte de los encuestados, donde opinaron que las infografías si tendrían un impacto visual para el desarrollo turístico. (pág. 71)

## **IV: Propuesta**

#### 4.1. Propuesta integradora

La propuesta tiene como objetivo caracterizar e identificar los atractivos culturales y la importancia para el desarrollo turístico, de esta manera, la propuesta se enmarca en la promoción turística de los atractivos culturales de la parroquia Paccha para el aprovechamiento turístico por medio de redes sociales, los cuales por medio de encuestas hemos elegidos a dos aplicaciones: Facebook e Instagram, también se ha elaborado un folleto turístico que cuenta como estrategia de promoción, tomando en cuenta que las dos herramientas son las adecuadas.

En este capítulo se presenta el diseño de dos herramientas útiles para la estrategia de promocionar un atractivo o sitio turístico y acciones a desarrollar para lograr el fortalecimiento del desarrollo turístico. El propósito es dar a conocer los atractivos culturales de la parroquia Paccha, así incrementar la influencia de turistas, tanto nacionales como internacionales, favoreciendo responsablemente el desarrollo económico, social cultural y ambiental de la localidad.

El plan contiene los siguientes detalles: objetivos a lograr, misión y visión, los lineamientos de la propuesta, diseño de matriz CPES, un presupuesto de inversión que se complementan en el plan a desarrollar.

ÁMBITO	CAUSA	PROBLEMA	EFECTO	SOLUCIÓN
<i>Falta de promoción turística de los atractivos turísticos que existen en la parroquia Paccha.</i>	<i>No hay buena administración del departamento de turismo por parte del GAD.</i>	<i>Carencia de proyectos para la promoción de los atractivos turísticos.</i>	<i>Desinterés por parte de las autoridades y de los turistas.</i>	<i>Diseñar un plan de promoción turística actualizado a través de medios de comunicación: redes sociales y folletos turísticos.</i>

Elaborado por: autores

Este instrumento sirve para ejecutar la solución establecida en la tabla realizada, esto ofrecería herramientas de planificación y diseñar un plan de promoción turística para lograr el aprovechamiento de los atractivos culturales en la parroquia Paccha para el fortalecimiento del turismo.



#### 4.1.1. Análisis situacional de la parroquia Paccha

Paccha perteneciente al cantón Atahualpa, cuenta con atractivos turísticos: natural y cultural, que pueden ser más rentables en referente con la afluencia turística, pero por el desconocimiento y falta de interés para crear un plan de promoción turística que logre el fortalecimiento del desarrollo turístico que no se identifican. La parroquia Paccha cuenta con una gran historia y tiene una parte cultural a explotar, sus costumbres y tradiciones, que hacen parte con el manejo de recursos y sobre la inversión económica con el fin de explotarlos.

#### 4.1.2. Jerarquización de los atractivos

N°	Nombre del atractivo	Ponderación obtenida	Jerarquía
1	Complejo Arqueológico Ruinas de Yacuvíña	82,10	IV
2	Mirador de la Santa Cruz	66,60	III
3	Iglesia San Juan Bautista	66,60	III
4	Carrera de caballos	62,10	III
5	Rodeo montubio	65,60	III

Elaborado por: Lascano, Rodas.

Según la información obtenida de la aplicación de la ficha de levantamiento y jerarquización de atractivos, se dio a conocer los siguientes datos, en la que solo un atractivo cultural posee una jerarquía tipo IV, el Complejo Arqueológico Ruinas de Yacuvíña con 82,10, es decir que presenta una gran significación para el mercado turístico nacional o internacional. Luego siguen los 4 últimos atractivos con jerarquía tipo III, Mirador de la Santa Cruz y la Iglesia San Juan Bautista con 66,60, Rodeo Montubio con 65,60 y Carrera de caballos con 62,10 esto quiere decir que es capaz de motivar una corriente potencial de visitantes del mercado interno. (Carvajal & Lemoine, 2018)

### 4.1.3. Alcances de la propuesta

Con la creación del diseño de un plan de promoción turística se pretende brindar a los turistas tanto nacional y extranjeros donde se involucren a las autoridades competentes, alcalde y departamento de turismo de la parroquia Paccha para dar un servicio turístico de calidad sobre los atractivos culturales que posee dicha parroquia mencionada con el propósito de desarrollar y explotar estos atractivos turísticos, a través de medios de comunicación como redes sociales y folletos turísticos.

#### - Misión

Destacar los diversos atractivos turísticos – culturales, que cuenta la parroquia Paccha a través de estrategias que promuevan y fortalezcan el desarrollo turístico.

#### - Visión

Al año 2025 Paccha será receptor turístico mediante la difusión y explotación adecuada como medios de comunicación y folletos para el aprovechamiento turístico.

#### - Objetivos del plan

##### Objetivo general

Formular una propuesta para dar promoción turística de los atractivos culturales de la parroquia Paccha a través de medios de comunicación como: redes sociales y folletos turísticos.

##### Objetivos específicos

1. Proponer estrategias de medios de comunicación para dar el conocimiento de todos los atractivos culturales e históricos que tiene la parroquia Paccha.
2. Definir estrategias de promoción para el desarrollo turístico de la parroquia Paccha a nivel nacional e internacional.
3. Establecer componentes que ayuden en las acciones para la implementación y mantenimiento del plan turístico.

### 4.1.4. Estrategias de desarrollo

Estrategias	Objetivos	Acciones
-------------	-----------	----------

<i>1. Publicidad - Promoción de ventas</i>	<i>Dar a conocer y ofrecer los atractivos turísticos con los que cuenta la parroquia Paccha.</i>	<i>Muestra de rutas turísticas donde visualicen diferentes actividades a desarrollar.</i>
<i>2. Medios de comunicación; Facebook e Instagram y folletos turísticos.</i>	<i>Adjuntar diseños como opción para el turista al momento de realizar un viaje.</i>	<i>Realizar paquetes turísticos por medio de redes sociales y folletos turísticos que incluyan la municipalidad como opciones para los visitantes.</i>

Elaborado por: Lascano, Rodas.

#### 4.1.5. Plan de acción

<b>Plan de promoción de los atractivos culturales</b>			
<b>PRODUCTO TURISTICO A DESARROLLARSE: TURISMO CULTURAL</b>			
<b>Eje de desarrollo</b>	<b>Programa</b>	<b>Proyectos</b>	<b>Actores - Responsables</b>
<i>CULTURAL</i>	<i>Rescate de los atractivos culturales</i>	<i>Valoración de los atractivos culturales de la parroquia Paccha.</i>	<i>GAD parroquial</i>
	<i>Difundir los atractivos culturales</i>	<i>Promocionar los atractivos turísticos a través de medios de comunicación y folletos turísticos.</i>	<i>GAD parroquial Alguna agencia de viaje Universidad Técnica de Machala.</i>
	<i>Jerarquización de los atractivos culturales</i>	<i>Utilización de la ficha de jerarquización de los atractivos turísticos dentro de la parroquia Paccha.</i>	<i>Departamento de turismo y Universidades.</i>

Elaborado por: Lascano, Rodas.

**Presupuesto: Plan de promoción de los atractivos culturales**

<b>Programa</b>	<b>Proyecto</b>	<b>Valor por proyecto USD</b>	<b>Total, por programa USD</b>
<i>Rescate de los atractivos culturales</i>	<i>Valoración de los atractivos culturales de la parroquia Paccha</i>	<i>\$350.00</i>	<i>\$350.00</i>
<i>Difundir los atractivos culturales</i>	<i>Promocionar los atractivos turísticos a través de medios de medios de comunicación y Folletos</i>	<i>\$8.475</i>	<i>\$8.475</i>
<i>Jerarquización de los atractivos culturales</i>	<i>Utilización de la ficha de jerarquización de los atractivos turísticos dentro de la parroquia Paccha</i>	<i>\$650.00</i>	<i>\$650.00</i>
<b>TOTAL</b>			<b>\$1,008.475</b>

**Elaborado por:** Lascano, Rodas.

## 4.2. Diseño de folleto turístico para la promoción turístico de los atractivos culturales

### TURISMO EN PACCHA

Cantón Atahualpa

PROVINCIA DE EL ORO

#### El placer de viajar

- Información turística
- Recomendaciones para viajar
- Actividades turísticas

Su consulta no molesta  
¡Llámenos!  
Telf.: 072934782  
Cel: +593 979820302  
Email: turismopaccha@gmail.com

### Ciudad de Paccha

Parroquia urbana del cantón Atahualpa, en la provincia de El Oro, conocido por los descubrimientos arqueológicos realizados en sus alrededores.

#### Datos importantes:

- Paccha fue fundada, en el cantón de Atahualpa, por el año de 1709, también fundado por tres ocasiones y es de origen Cañaris.
- Recibe el nombre en honor a la madre del Inca Atahualpa, la princesa quiteña Paccha Duchicela.
- Se puede apreciar la riqueza arqueológica que posee el cantón Atahualpa, con vestigios de Yacuvíña.

#### Recomendaciones para visitar los atractivos:

- Ropa y zapatos deportiva, gorra.
- Protector solar
- Botellas de agua

#### Actividades al realizar:

- Observación
- Fotografía
- Caminata

### Complejo Arqueológico Ruinas de Yacuvíña

El complejo Arqueológico Yacuvíña se encuentra cubriendo un espacio de 100 hectáreas. Este potencial turístico encierra en su contexto objetos arqueológicos, estructuras cruciformes y diseños, leyendas que se identifican con el pueblo inca.

### Carrera de caballos

Las carreras de Caballos, se celebra en Honor a la Virgen del Rosario tiene como objetivo principal recaudar fondos para mejorar el templo. Se realiza en las tardes de los tres días de fiestas, luego de haber asistido con devoción a la santa misa.





### ***Iglesia de San Juan Bautista***

*El Centro Histórico de la Ciudad, muestra su imponente templo en sus construcciones de principio de siglo, con una profusión de arabescos ricamente calados y tallados en madera, pintura de arte única, su fachada que en la parte superior se encuentra la imagen de Nuestra Señora del*

### ***Rodeo Montubio***

*Es el espectáculo de las fiestas de Paccha donde concurre más gente, el evento se inicia con la cabalgata, en la que participan las principales autoridades del cantón En este trayecto las Reinas van lanzando caramelos a toda la gente que se encuentra observando la cabalgata, ya sea en ventanas, balcones o en la calle.*



### ***Mirador de la Santa Cruz***

*Tiene una altura de 15 metros aproximadamente. Es una construcción de cemento y ladrillo, este mirador cuenta con 17 gradas que ascienden al mirador, en el centro de este mirador se encuentra una cruz de 10 metros de altura recubierta de cerámica. Este mirador permite tener una mejor visión del cantón Atahualpa en general de la parroquia Paccha.*



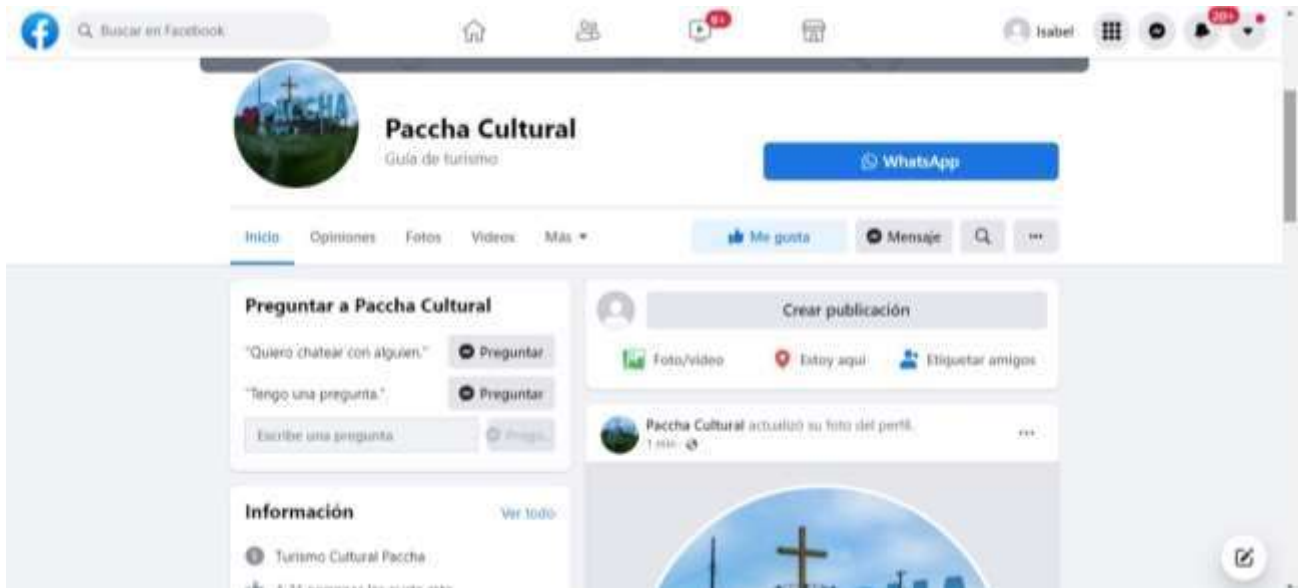
*Ecuador para el mundo.*

*Proyecto Integrador  
Universidad Técnica de Machala*

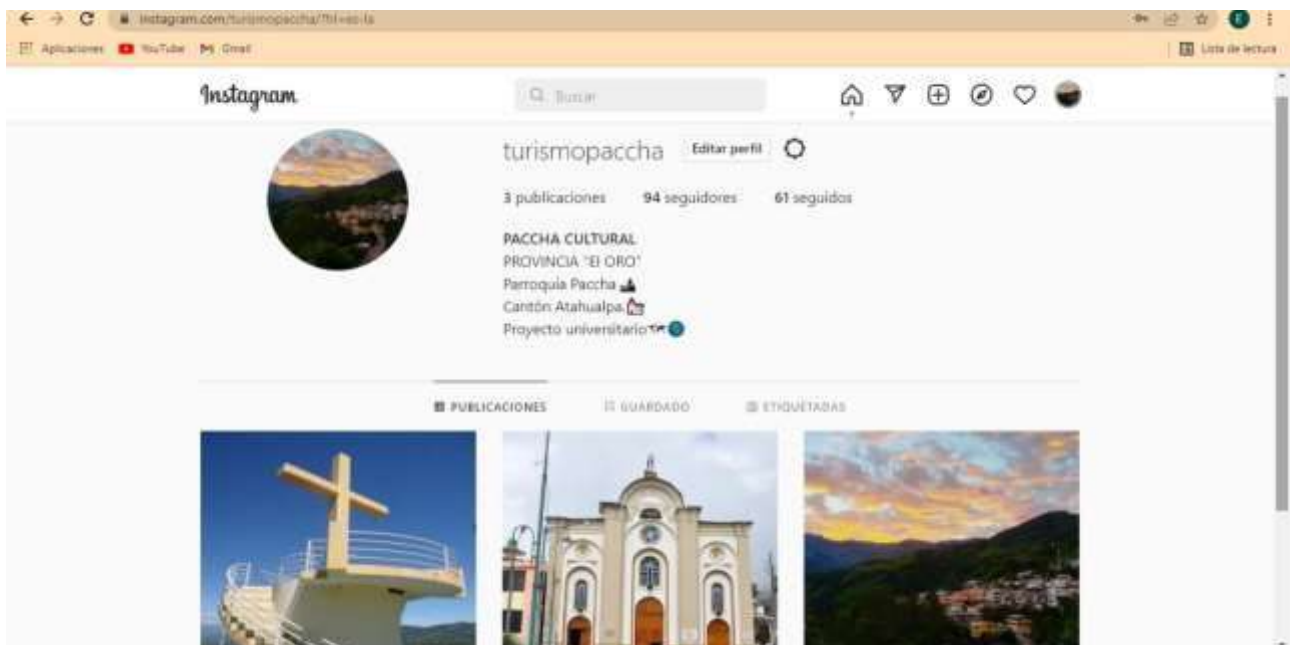


### **4.3. Redes Sociales Facebook**

<https://www.facebook.com/Paccha-Cultural-104391118837476>



Instagram <https://www.instagram.com/turismopaccha/?hl=es-la>



## Capítulo V

### Conclusión

A lo largo del desarrollo del presente proyecto de investigación se logró demostrar que la parroquia Paccha posee una gran variedad cultural, lo cual permitiría la reactivación del desarrollo turístico en la parroquia, dado que estos en su mayoría cuentan con altas condiciones básicas para poder recibir a los turistas, por medio de la ficha de levantamiento y jerarquización de atractivos, es por eso que se pudo concluir cuanto valor tiene cada atractivo cultural.

Para poder identificar los principales atractivos turísticos culturales con potencial turístico, fue preciso utilizar la ficha de jerarquización de los atractivos turísticos, en la cual se permitió observar el nivel jerárquico de cada atractivo, esto es con el propósito de definir el producto turístico que se podría dar en la localidad.

Al concluir con la presente investigación, se pudo obtener las siguientes conclusiones:

- Paccha cuenta con gran potencial turístico, principalmente por el Complejo Arqueológico Ruinas de Yacuvíña en donde se puede disfrutar no solo de su cultura sino también de su naturaleza, pero no están siendo aprovechados en su totalidad por falta de interés o conocimiento de la comunidad.

- Esta parroquia debe implementar programas de capacitación para poder fomentar el turismo por medios de promoción más adecuados como lo son las redes sociales de Facebook e Instagram y folletos turísticos para el desarrollo de los sitios culturales.

- Para concluir con esta promoción se necesita, del rescate de ciertos atractivos culturales que se han visto descuidados, por parte de la comunidad y los entes encargados de su cuidado. Para poder llevar a cabo esta promoción turística se tendrán que realizar los siguientes gastos: \$350, para difundir los atractivos culturales por medios de promoción y folletos turísticos \$8.475,00 y para la jerarquización de los atractivos culturales \$650. Es así que para elaborar la promoción turística tendríamos un gasto de \$9.475,00



○ La importancia de una buena promoción turística es que incentiva la llegada de los turistas a los atractivos, lo cual genera ingresos económicos y mejora la calidad de vida de la comunidad.

### **Recomendaciones**

○ Se recomienda que las autoridades (GAD, Municipios, etc.) den un poco más de importancia para diseñar medios de promoción turística en la parroquia Paccha.

○ Al Gobierno Autónomo Descentralizado de la parroquia Paccha, ejecutar la promoción turística para la difusión y promoción de los atractivos culturales y así conseguir un incremento de ingresos por parte de los turistas.

○ También al GAD de la parroquia Paccha es necesario que se realicen capacitaciones a la comunidad para poder ofrecer al turista calidad y un mejor servicio.

○ A los organizadores del rodeo montubio y carrera de caballos, realicen reuniones con el GAD para poder continuar con las actividades culturales, y de esta forma evitar que los lugares donde se llevan a cabo se deterioren.

### **Bibliografía**

- Arias , J., Villasís , M., & Miranda, M. (2016). El protocolo de investigación III: la población de estudio. *Revista Alergia México*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/4867/486755023011.pdf>
- Carrasco, B. (2021). *Promoción de los atractivos turísticos de la provincia de Huara y flujo de visitantes en el Distrito de Huacho, año 2018*. Facultad de Ciencias Empresariales. Obtenido de <http://repositorio.unjfsc.edu.pe/handle/UNJFSC/4448>
- GAD. (2019). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del GAD Cantonal de Atahualpa*. Obtenido de Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Atahualpa: [http://app.sni.gob.ec/snilink/sni/PORTAL\\_SNI/data\\_sigad\\_plus/sigadplusdocumentofinal/0760000340001\\_PD-OT\\_13\\_03\\_2019%20CANTON%20ATAHUALPA\\_13-03-2015\\_16-52-52.pdf](http://app.sni.gob.ec/snilink/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/0760000340001_PD-OT_13_03_2019%20CANTON%20ATAHUALPA_13-03-2015_16-52-52.pdf)
- Heras, V. (2018). Procesos de clasificación supervisados como herramienta de monitoreo de patrimonio cultural edificado. *Dialnet*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6266261>

- Lemoine, F. (2018). Análisis de los atractivos y recursos turísticos del cantón San Vicente. *El Periplo Sustentable*. Obtenido de [https://www.redalyc.org/journal/1934/193462125006/html/#redalyc\\_193462125006\\_ref5](https://www.redalyc.org/journal/1934/193462125006/html/#redalyc_193462125006_ref5)
- López, C. (2019). Folleto publicitario para los centros turísticos comunitarios del Cantón Arajuno Provincia de Pastaza. Obtenido de <http://dspace.esepoch.edu.ec/bitstream/123456789/13744/1/88T00331.pdf>
- López, R. (2019). Validation of an instrument on the tourist destinations to determine the tourist potential in the province of El Oro, Ecuador. *Universidad y Sociedad, vol. 11(n.2)*. Obtenido de <[http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2218-36202019000200341&lng=es&nrm=iso](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202019000200341&lng=es&nrm=iso)>. Epub 02-Jun-2019. ISSN 22183620
- Minda, J. (2021). Promoción turística a través de las TICs en el Cantón Antonio Ante Provincia de Imbabura. *TIERRA Infinita, Vol. 7(Núm. 1)*. doi:<https://doi.org/10.32645/26028131.1092>
- Molina , A., Talaya, E., & Consuegra, D. (2017). En *Análisis de los folletos de información turística: Una aplicación a destinos nacionales mediante la investigación de mercados*.
- Moreno Florez. (2017). *bitstream*. Obtenido de <https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/8917/CapituloIVAnalisisdelosResultados.pdf>
- Moscol Yarleque, M. (2019). La gestión de Inventarios y su influencia en la Rentabilidad de la Empresa Negocios Cristhian E.I.R.L, de la Provincia de Piura 2014 al 2018. Obtenido de [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/75724/Moscol\\_YMD-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/75724/Moscol_YMD-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Muñoz, K., & Padilla, D. (2021). *Hostería con enfoque revalorizador del patrimonio cultural de la Parroquia Tocachi, Pedro Moncayo, Pichincha - Ecuador*. Ibarra. Obtenido de <http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/11362/2/02%20TUR%20197%20TRABAJO%20DE%20GRADO.pdf>
- Otero, A. (2018). Enfoques de investigación. *Métodos Para El Diseño Urbano* . Obtenido de [www.researchgate.net/profile/Alfredo\\_Otero\\_Ortega/publication/326905435\\_](http://www.researchgate.net/profile/Alfredo_Otero_Ortega/publication/326905435_)
- Padra, J. (2017). DESTINOS TURISTICOS CULTURALES Y SATISFACCIÓN. Diferencias en la intención de regreso. . *Estudios y Perspectivas en Turismo* .
- Palacio, M. C. (2014). LA PROMOCIÓN TURISTICA A TRAVÉS DE TÉCNICAS TRADICIONALES Y NUEVAS. *Estudios y Perspectivas en Turismo*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180739769017>

- PLANDETUR. (2020). *TOURISM&LEISURE*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PLANDETUR-2020.pdf>
- Robalino , J., Gallegos , M., & Moscoso , A. (2021). Estrategias de marketing digital para promoción turística. Caso G.A.D de Pasaje, Ecuador. *Digital Publisher*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8149620>
- Rojas, M. (2015). Tipos de Investigación científica: Una simplificación de la complicada incoherente nomenclatura y clasificación. *Revista Electrónica de Veterinaria*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/636/63638739004.pdf>
- Sanchez, M. (2018). Análisis de la estrategia en las redes sociales oficiales desarrollada por el Consejo de Promoción Turística de México. *CIMEXUS*, 16. Obtenido de <https://www.cimexus.umich.mx/index.php/cim1/article/viewFile/266/215>
- Tacuri, A. (2020). Análisis de la actividad turística en base a la presencia de facebook e instagram de los portales turísticos del cantón Loja Provincia de Loja. Obtenido de <https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/4301/1/TUIDE-0084.pdf>

## ANEXO

### - Complejo Arqueológico de Yacuvíña

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																	
Código del atractivo:	0	7	0	3	5	0	M	C	0	1	0	1	0	3	0	0	1
	Provincia		Cantón		Parroquia			Categoría			Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo
<b>1. DATOS GENERALES</b>																	
<b>1.1 Nombre del Atractivo Turístico</b>																	
Complejo Arqueológico Ruinas de Yacuvíña																	
<b>1.2 Categoría</b>				<b>1.3 Tipo</b>						<b>1.4 Subtipo</b>							
MANIFESTACIONES CULTURALES				ARQUITECTURA						HISTÓRICA / VERNÁCULA							
<b>2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO</b>																	
<b>2.1 Provincia</b>				<b>2.2 Cantón</b>						<b>2.3 Parroquia</b>							
EL_ORO				ATAHUALPA						PACCHA.							
<b>2.4 Barrio, Sector o Comuna</b>				<b>2.5 Calle Principal</b>						<b>2.6 Número</b>				<b>2.7 Transversal</b>			
Pueblo viejo																	
<b>2.8 Latitud (grados decimales)</b>				<b>2.9 Longitud (grados decimales)</b>						<b>2.10 Altura (msnm)</b>							
				Click						2.400							
<b>2.11 Información del administrador</b>																	
a. Tipo de Administrador: <a href="#">texto</a>									b. Nombre de la Institución: <a href="#">texto</a>								
c. Nombre del Administrador: <a href="#">texto</a>									d. Cargo que ocupa: <a href="#">texto</a>								
e. Teléfono / Celular: <a href="#">(+593)</a>									f. Correo Electrónico: <a href="#">texto</a>								
Observaciones: <a href="#">texto</a>																	
<b>3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO</b>																	
<b>3.1 Características climáticas</b>																	
a. Clima: <a href="#">templado</a>						b. Temperatura(°C):						c. Precipitación Pluviométrica (mm):					
<b>3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U)</b>																	
a. Cultura						b. Naturaleza						c. Aventura					
<b>3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico</b>																	
a. Prístino			b. Primitivo			c. Rústico Natural			d. Rural			e. Urbano					
<b>3.4 Ingreso al atractivo (U)</b>																	

a. Tipo de Ingreso	b. Horario de atención		c. Atención				
	Ingreso	Salida	Todos los días	Fin de semana y feriados	Solo días hábiles	Otro Especificar	
Libre	8:00	0:00				texto	
Restringido	0:00	0:00				texto	
Pagado	0:00	0:00				texto	
d. Maneja un sistema de reservas:		f. Forma de Pago:	Efectivo				Depósito
e. Precio:	Desde 0,00 Hasta 0,00		Tarjeta de Crédito	Dinero efectivo	Transferencia	Bancaria Débito	Cheque
g. Meses recomendables de visita:		Mayo y Septiembre					
Observaciones: texto							
<b>4. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO</b>							
SI N S							
a. Nombre de la ciudad o poblado más cercano (Que presente condiciones mínimas de servicios): Paccha							
b. Distancia desde la ciudad o poblado cercano: km desplazamiento en auto: 0:20		c. Tiempo estimado de más h/min		d. Coordenada (grados decimales): Lat.: 0 Long.: 0			
Observaciones: texto							
<b>4.2 Vías de Acceso (M)</b>							
Tipo de vía Coordenada de inicio Coordenada de fin Distancia (km) Tipo de material Estado							
a. Primer orden		0	0	0	texto		

a. Terrestre (M)	b. Segundo orden <sup>d</sup>	34	12	5	asfaltado - lastrado	Regular
a. Terrestre (M)	c. Tercer orden <sup>d</sup>	0	0	0	texto	
Observaciones: texto						
b. Acuático (U)	Marítimo <sup>d</sup>	Puerto / Muelle de partida	texto	Estado	Puerto / Muelle de Llegada	texto
	Lacustre <sup>d</sup>	Puerto / Muelle de partida	texto		Puerto / Muelle de Llegada	texto
	Fluvial <sup>d</sup>	Puerto / Muelle de partida	texto		Puerto / Muelle de Llegada	texto
Observaciones: texto						
c. Aéreo (U)	Nacional: <sup>d</sup>			Internacional: <sup>d</sup>		
Observaciones: texto						
<b>4.3 Servicio de transporte (M)</b>						
a. Bus <sup>d</sup>	b. Buseta <sup>d</sup>	c. Transporte 4x4 <sup>d</sup>	d. Taxi <sup>d</sup>	e. Moto taxi <sup>d</sup>	f. Teleférico <sup>d</sup>	
g. Lancha <sup>d</sup>	h. Bote <sup>d</sup>	i. Barco <sup>d</sup>	j. Canoa <sup>d</sup>	k. Avión <sup>d</sup>	l. Avioneta <sup>d</sup>	
m. Helicóptero <sup>d</sup>	n. Otro <sup>d</sup>	Especifique				
Observaciones: Se puede ir en bus, taxi, moto taxi hasta el poblado más cercano, luego coger una camioneta para llegar al atractivo cultural.						
<b>4.3.1 Detalle de transporte hacia el atractivo (M)</b>						
a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio	b. Estación / terminal	c. Frecuencia		d. Detalle (Traslado origen / destino)		
Paccha	Terminal terrestre Machala	<sup>d</sup>	<sup>d</sup>	Se sale desde el Terminal terrestre de Machala y va directo a Paccha, luego una camioneta que lo lleve a lugar turístico.		
Piñas	Terminal terrestre Machala	<sup>d</sup>	<sup>d</sup>	Se coge la cooperativa Piñas y se va a la ciudad de Piñas para coger luego la cooperativa Paccha.		
texto	texto	<sup>d</sup>	<sup>d</sup>	texto		
texto	texto	<sup>d</sup>	<sup>d</sup>	texto		
texto	texto	<sup>d</sup>	<sup>d</sup>	texto		
<b>4.4 Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad (M)</b>						
Física		Visual		Auditiva		accesible
Discapacidad		Discapacidad		Discapacidad		d. No es
General		Discapacidad		Discapacidad		Intelectual o Psicosocial
Observaciones: texto						
<b>4.5 Señalización</b>						
a. Señalización de aproximación al atractivo <sup>d</sup>	Estado (U)	Bueno <sup>d</sup>	Regular <sup>d</sup>	Malo <sup>d</sup>		
Observaciones: texto						
<b>5. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS</b>						
SI <sup>d</sup>		N <sup>d</sup>		S <sup>d</sup>		
<b>5.1 Planta turística (M)</b>						
a. En el Atractivo <sup>d</sup>			b. En la ciudad o poblado cercano <sup>d</sup>			
Establecimientos	Número de	Número de Alojamiento registrado	Establecimiento	Número de	Número de Alojamiento	re

Hotel		0	0	0	Hotel		0	0	0	
Hostal		0	0	0	Hostal		2	4	4	
Hostería		0	0	0	Hostería		2	2	0	
Hacienda	Turística	0	0	0	Hacienda	Turística	1	2	2	
Lodge		0	0	0	Lodge		0	0	0	
Resort		0	0	0	Resort		0	0	0	
Refugio		0	0	0	Refugio		4	4	4	
Campamento	Turístico	0	0	0	Campamento	Turístico	0	0	0	
Casa de Huéspedes		0	0	0	Casa de Huéspedes		0	0	0	
Observaciones: texto					Observaciones: texto					
Alimentos y bebidas registrados					Alimentos y bebidas registrados					
		Número de Mesas	Número de Plazas				Número de Mesas	Número de Plazas		
Restaurantes		0	0	0	Restaurantes		6	5	5	
Cafeterías		0	0	0	Cafeterías		6	4	4	
Bares		0	0	0	Bares		2	2	2	
Fuentes de soda		0	0	0	Fuentes de soda		0	0	0	
Observaciones: texto					Observaciones: No hay, pero si se puede llevar comida al atractivo.					
Agencias de Viaje		Establecimientos registrados			Agencias de Viaje		Establecimientos registrados			
Mayoristas		0			Mayoristas		0			
Internacionales		0			Internacionales		0			
Operadoras		0			Operadoras		0			
Observaciones: texto					Observaciones: texto					
Local Nacional Especializado		Nacional Guía		1	Local Nacional Especializado		Nacional Guía		1	
Aventura		Aventura		1	Aventura		Aventura		1	
Observaciones: texto					Observaciones: texto					
<b>5.2 Facilidades en el entorno al atractivo</b>										
					Accesibilidad Estado (U)					
Categoría (M)	Tipo (M)	Cantidad	Coordenadas	Administrador						
					universal	B	R	M		
a. De apoyo a la gestión turística	Punto de Información	1	0	texto						
	I-Tur	0	0	texto						
	Centro de interpretación	0	0	texto						
	Centro de facilitación turística	0	0	texto						
	Centro de recepción de visitantes	0	0	texto						
b. De observación y vigilancia	Garitas de guardianía	0	0	texto						
	Miradores	2	0	texto						
	Torres de avistamiento de aves	0	0	texto						
	Torres de vigilancia salvavidas	0	0	texto						
c. De recorrido y descanso	Senderos	0	0	texto						
	Estaciones de sombra y descanso	0	0	texto						
	Áreas de acampar	0	0	texto						
	Refugio de alta montaña	0	0	texto						

d. De servicio	Baterías sanitarias	0	0	texto	1	1 1 1
	Estacionamientos	0	0	texto	2	1 2 1
e. Otros		0	0	texto	1	1 1 1

Observaciones: [texto](#)

**5.3 Complementarios a la actividad turística (M)**

a. En el Atractivo	b. En la ciudad o poblado cercano
Alquiler y venta de equipo de artesanías y especializado merchandising	Alquiler y venta de equipo de artesanías y especializado merchandising
Casa de cambio Cajero automático Otro	Casa de cambio Cajero automático Otro
Especifique: <a href="#">texto</a>	Especifique: <a href="#">texto</a>
Observaciones: <a href="#">texto</a>	

**6. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO**

**6.1 Atractivo (U)**

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

Observaciones: [texto](#)

6.1.1 Factores de alteración y deterioro (M)

6.1.1.1 Naturales (M)	6.1.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)
a. Erosión	a. Actividades agrícolas y ganaderas b. Actividades forestales c. Actividades extractivas / minería
b. Humedad	d. Actividades industriales e. Negligencia / abandono f. Huaquearía
c. Desastres naturales	g. Conflicto de tenencia h. Condiciones de uso y Falta de mantenimiento exposición
d. Flora/Fauna	j. Contaminación del ambiente k. Generación de residuos l. Expansión urbana
e. Clima	m. Conflicto político / social n. Desarrollo industrial / comercial o. Vandalismo
Otro	Especifique: <a href="#">texto</a>
Observaciones: <a href="#">texto</a>	

**6.2 Entorno (U)**

a. Conservado b. Alterado c. En proceso de deterioro

Observaciones: [texto](#)

6.2.1 Factores de alteración y deterioro (M)

6.2.1.1 Naturales (M)	6.2.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)
a. Erosión	a. Actividades agrícolas y ganaderas b. Actividades forestales c. Actividades extractivas / minería
b. Humedad	d. Actividades industriales e. Negligencia / abandono f. Huaquearía
c. Desastres naturales	g. Conflicto de tenencia h. Condiciones de uso y Falta de mantenimiento exposición



d. Flora/Fauna	j. Contaminación del ambiente	k. Generación de residuos	l. Expansión urbana
e. Clima	m. Conflicto político / social	n. Desarrollo industrial / comercial	o. Vandalismo
Otro Especifique: texto			
Observaciones: texto			
<b>6.3. Declaratoria del espacio turístico asociado al atractivo</b>			
a. Declarante:	Denominación: texto	b. Fecha de declaración: texto	c. Alcance: texto
Observaciones: texto			
<b>7. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA</b> SI N S			
<b>7.1 Servicios Básicos</b>			
<b>a. En el atractivo</b>		<b>b. En la ciudad o poblado más cercano</b>	
Agua:	Especifique: texto	Agua:	Especifique: texto
Energía eléctrica:	Especifique: texto	Energía eléctrica:	Especifique: texto

c. Policía metropolitana / Municipal	<input type="checkbox"/>	Del	texto
d. Otra	<input type="checkbox"/>		texto
Observaciones: texto			
<b>7.5 Servicio de comunicación de uso público (M)</b> <input type="checkbox"/>			
<b>a. En el atractivo</b> <input type="checkbox"/>		<b>b. En la ciudad o poblado mas cercano</b> <input type="checkbox"/>	
Telefonia (M) <input type="checkbox"/>		Conexión a internet (M) <input type="checkbox"/>	
Fija <input type="checkbox"/>	Línea telefónica <input type="checkbox"/>	Fibra óptica <input type="checkbox"/>	
Móvil <input type="checkbox"/>	Satélite <input type="checkbox"/>	Redes inalámbricas <input type="checkbox"/>	
Satélital <input type="checkbox"/>	Telefonia móvil <input type="checkbox"/>		
Observaciones: texto			
<b>Radio portátil (U)</b> <input type="checkbox"/>			
De uso exclusivo para el visitante <input type="checkbox"/>		De uso exclusivo para comunicación interna <input type="checkbox"/>	
		De uso exclusivo en caso de emergencia <input type="checkbox"/>	
Observaciones: texto			
<b>7.6 Multiamenazas (M)</b> <input type="checkbox"/>			
Deslaves <input type="checkbox"/>		Sismos <input type="checkbox"/>	
		Erupciones volcánicas <input type="checkbox"/>	
Sequía <input type="checkbox"/>		Inundaciones <input type="checkbox"/>	
		Aguajes <input type="checkbox"/>	
		Tsunami <input type="checkbox"/>	
¿Existe un plan de contingencia en caso de catástrofes? <input type="checkbox"/>	Institución que elaboró el documento:	texto	Nombre del documento: texto Año de elaboración: de 0
Observaciones: texto			
<b>8. POLÍTICAS Y REGULACIONES</b> <input type="checkbox"/>			
		SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
		SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
a. ¿El GAD cuenta con el Plan de Desarrollo Turístico Territorial?		SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
		Año de elaboración: 2017	
b. ¿El atractivo se encuentra dentro de la planificación turística territorial (GAD'S)?		SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
		Especifique: texto	
c. ¿Existen normativas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?		SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
		Especifique: texto	
d. ¿Existen ordenanzas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?		SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
		Especifique: texto	
Observaciones: texto			
<b>9. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U)</b> <input type="checkbox"/>			
		SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
		SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
<b>9.1 ATRACTIVOS NATURALES (M)</b> <input type="checkbox"/>			
9.1.1 En el Agua (M) <input type="checkbox"/>			
a. Buceo <input type="checkbox"/>	b. Kayak de mar <input type="checkbox"/>	c. Kayak lacustre <input type="checkbox"/>	d. Kayak de Río <input type="checkbox"/>
e. Surf <input type="checkbox"/>	f. Kite surf <input type="checkbox"/>	g. Rafting <input type="checkbox"/>	h. Snorkel <input type="checkbox"/>
i. Tubing <input type="checkbox"/>	j. Regata <input type="checkbox"/>	k. Paseo en panga <input type="checkbox"/>	l. Paseo en bote <input type="checkbox"/>
m. Paseo en lancha <input type="checkbox"/>	n. Paseo en moto acuática <input type="checkbox"/>	o. Parasailing <input type="checkbox"/>	p. Esquí acuático <input type="checkbox"/>
q. Banana flotante <input type="checkbox"/>	r. Boya <input type="checkbox"/>	s. Pesca deportiva <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>
texto			
Observaciones: texto			
9.1.2 En el Aire (M) <input type="checkbox"/>			
a. Alas Delta <input type="checkbox"/>	b. Canopy <input type="checkbox"/>	c. Parapente <input type="checkbox"/>	d. Otro <input type="checkbox"/>
texto			
Observaciones: texto			
9.1.3 En Superficie Terrestre (M) <input type="checkbox"/>			
a. Montañismo <input type="checkbox"/>	b. Escalada <input type="checkbox"/>	c. Senderismo <input type="checkbox"/>	d. Cicloturismo <input type="checkbox"/>
e. Canyoning <input type="checkbox"/>	f. Exploración de cuevas <input type="checkbox"/>	g. Actividades Recreativas <input type="checkbox"/>	h. Cabalgata <input type="checkbox"/>
i. Caminata <input type="checkbox"/>	j. Camping <input type="checkbox"/>	k. Picnic <input type="checkbox"/>	l. Observación de flora y fauna <input type="checkbox"/>
m. Observación de astros <input type="checkbox"/>	n. Otro <input type="checkbox"/>	texto	
Observaciones: texto			
<b>9.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U)</b> <input type="checkbox"/>			

Especifique: texto	Especifique: texto
Disposición de desechos <sup>□</sup> Especifique: texto	Disposición de desechos <sup>□</sup> Especifique: texto
Observaciones: texto	

### 7.2 Señalética en el atractivo <sup>□</sup>

7.2.1 Ambiente	7.2.2. Tipo	7.2.3. Materialidad			Especifique	7.2.4. Estado		
		a. Madera	b. Aluminio	c. Otro		B	R	M
En áreas urbanas <sup>□</sup>	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales	0	3	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas	0	3	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	0	3	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de atractivos turísticos	0	3	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de sitio	0	3	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
En áreas naturales <sup>□</sup>	Tótems direccionales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Señales turísticas de aproximación	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Paneles de direccionamiento hacia atractivos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de atractivos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de direccionamiento hacia atractivos, servicios y actividades	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Letreros informativos <sup>□</sup>	Mesas interpretativas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótem de sitio	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótem de direccionamiento	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Señalética interna de seguridad <sup>□</sup>	De información botánica	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Normativos de concienciación	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otros <sup>□</sup>	Protección de los elementos del atractivo	0	3	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Observaciones: texto

### 7.3 Salud (más cercano) (M) <sup>□</sup>

a. En el atractivo <sup>□</sup>		b. En la ciudad o poblado más cercano <sup>□</sup>	
Hospital o Clínica <sup>□</sup>	0	Hospital o Clínica <sup>□</sup>	0
Puesto / Centro de salud <sup>□</sup>	0	Puesto / Centro de salud <sup>□</sup>	1
Dispensario médico <sup>□</sup>	0	Dispensario médico <sup>□</sup>	1
Botiquín de primeros auxilios <sup>□</sup>	1	Botiquín de primeros auxilios <sup>□</sup>	1
Otros <sup>□</sup>	0	Otros <sup>□</sup>	0

Observaciones: texto

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

12. RECURSO HUMANO			SI	N	S		
a. Número de personas a cargo de la administración y operación del atractivo		2				d. Número de personas especializadas en turismo	2
e. Número de personas con nivel de instrucción (M):		f. Número de personas capacitadas por temática (M)			g. Número de personas que manejan algún de Idiomas (M)		
Primaria	0	Secundaria	0	Primeros Auxilios	0	Hospitalidad	0
Tercer Nivel	0	Cuarto Nivel	0	Atención al Cliente	0	Guianza	0
Otro	texto	Sensibilización de discapacidades			0	Otro	texto
Inglés		0		Alemán	0		
Francés		0		Italiano	0		
Chino		0		Otro	texto		
Observaciones: texto							

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

Las Ruinas de Yacuviña son parte del cantón Atahualpa, se halla situado en el corazón geográfico de I Oro, forma parte de la provincia de E montañosa y húmeda, encerrada por los dos grandes ramales de cordilleras que forman Altiplano Orense, la hoya de Zaruma. ocupando una zona

### 14. ANEXOS

#### a. Archivo Fotográfico (dos) (HD)



Fuente: texto

#### b. Ubicación gráfica del Atractivo



Fuente: texto

### FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)

ELABORADO POR:	VALIDADO POR:	APROBADO POR:
Apellido y Nombre <b>Ericka Lascano</b> - <b>Nathaly Rodas</b>	Apellido y Nombre	Apellido y Nombre
Institución <b>Universidad Técnica de Machala</b>	Institución	Institución
Cargo <b>Estudiantes</b>	Cargo	Cargo
Correo <b>elascano2@utmachala.edu.ec</b> - <b>nrodas1@utmachala.edu.ec</b>	Correo Electrónico	Correo Electrónico
Teléfono <b>0979820302 - 0999657749</b>	Teléfono	Teléfono
Firma <b>Ericka Lascano - Nathaly Rodas</b>	Firma	Firma

Fecha	Fecha	Fecha
-------	-------	-------

- **Mirador de la Santa Cruz**

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																	
Código del atractivo:	0	7	0	3	5	0	M	C	0	1	0	1	0	3	0	0	1
	Provincia	Cantón	Parroquia	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía	Atractivo									
<b>1. DATOS GENERALES</b>																	
<b>1.1 Nombre del Atractivo Turístico</b>																	
Mirador de la Santa Cruz																	
<b>1.2 Categoría</b>						<b>1.3 Tipo</b>						<b>1.4 Subtipo</b>					
MANIFESTACIONES CULTURALES						ARQUITECTURA						INFRAESTRUCTURA CULTURAL					
<b>2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO</b>																	
<b>2.1 Provincia</b>						<b>2.2 Cantón</b>						<b>2.3 Parroquia</b>					
EL ORO						ATAHUALPA						PACCHA.					
<b>2.4 Barrio, Sector o Comuna</b>						<b>2.5 Calle Principal</b>						<b>2.6 Número</b>			<b>2.7 Transversal</b>		
Paccha																	
<b>2.8 Latitud (grados decimales)</b>						<b>2.9 Longitud (grados decimales)</b>						<b>2.10 Altura (msnm)</b>					
						Click						2.400					
<b>2.11 Información del Administrador</b>																	
a. Tipo de Administrador: <a href="#">texto</a>									b. Nombre de la Institución: <a href="#">texto</a>								
c. Nombre del Administrador: <a href="#">texto</a>									d. Cargo que ocupa: <a href="#">texto</a>								
e. Teléfono / Celular: <a href="#">(+593)</a>									f. Correo Electrónico: <a href="#">texto</a>								
Observaciones: <a href="#">texto</a>																	
<b>3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO</b>																	
<b>3.1 Características climáticas</b>																	
a. Clima: <a href="#">templado</a>						b. Temperatura(°C):						c. Precipitación Pluviométrica (mm):					
<b>3.2 Línea de producto a la que pertenece el atractivo (U)</b>																	
a. Cultura						b. Naturaleza						c. Aventura					
<b>3.3 Escenario donde se realiza el atractivo turístico</b>																	

a. Prístino		b.		c. Rústico Natural		d. Rural		e. Urbano		
Primitivo										
<b>3.4 Ingreso al atractivo (U)</b>										
a. Tipo de Ingreso		b. Horario de atención		c. Atención						
		Ingreso	Salida	Todos los días	Fin de semana y feriados	Solo días hábiles	Otro Especificar			
Libre		8:00	0:00				texto			
Restringido		0:00	0:00				texto			
Pagado		0:00	0:00				texto			
d. Maneja un sistema de reservas:			f. Forma de Pago:		Efectivo		Depósito		Tarjeta	
e. Precio: Desde 0,00 Hasta 0,00					Tarjeta de Crédito		Dinero efectivo		Transferencia Bancaria Débito	
g. Meses recomendables de visita:			Mayo y Septiembre							
Observaciones: texto										
<b>4. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO</b>										
SI N S										
a. Nombre de la ciudad o poblado más cercano (Que presentenes mínimas de servicios): Paccha condicio										
b. Distancia desde la ciudad o poblado cercano: km desplazamiento en auto: 0:20			c. Tiempo estimado de más h/min		d. Coordenadas (grados decimales): Lat.: 0 Long.: 0					
Observaciones: texto										
<b>4.2 Vías de Acceso (M)</b>										
Tipo de vía Coordenada de inicio Coordenada de fin Distancia (km) Tipo de material Estado										
a. Primer orden		0	0	0	texto					

a. Terrestre (M)	b. Segundo orden	34	12	5	asfaltado lastrado	Regular
	c. Tercer orden	0	0	0	texto	
Observaciones: texto						
b. Acuático (U)	Marítimo	Puerto / Muelle de partida	texto	Estado	Puerto / Muelle de Llegada	texto
	Lacustre	Puerto / Muelle de partida	texto		Puerto / Muelle de Llegada	texto
	Fluvial	Puerto / Muelle de partida	texto		Puerto / Muelle de Llegada	texto
Observaciones: texto						
c. Aéreo (U)	Nacional:			Internacional:		
Observaciones: texto						
<b>4.3 Servicio de transporte (M)</b>						
a. Bus	b. Buseta	c. Transporte 4x4	d. Taxi	e. Mototaxi	f. Teleférico	
g. Lancha	h. Bote	i. Barco	j. Canoa	k. Avión l. Avioneta		
m.	Helicóptero	n. Otro	Especifique			
Observaciones: Se puede ir en bus, taxi, moto taxi hasta el poblado más uego cog r una camioneta para llegar al atractivo cultural cercano. l						
<b>4.3.1 Detalle de transporte hacia el atractivo (M)</b>						
a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio	b. Estación / terminal	c. Frecuencia	d. Detalle (Traslado origen / destino)			
Paccha	Terminal terrestre Machala		Se sale desde el Terminal terrestre de Machala y va directo a Paccha, luego una camioneta que lo lleve a lugar turístico.			
Piñas	Terminal terrestre Machala		Se coge la cooperativa Piñas y se va a la ciudad de Piñas para coger luego la cooperativa Paccha.			
texto	texto		texto			
texto	texto		texto			
texto	texto		texto			
<b>4.4 Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad (M)</b>						
Física	Visual	Auditiva	accesible	Discapacidad	Discapacidad General	Discapacidad Intellectual o Psicossocial
d. No es						
Observaciones: texto						
<b>4.5 Señalización</b>						
a. Señalización de aproximación al atractivo	Estado (U)	Bueno	Regular	Malo		
Observaciones: texto						
<b>5. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS</b>						
SI N S						
<b>5.1 Planta turística (M)</b>						
a. En el Atractivo			b. En la ciudad o poblado cercano			
Establecimientos			Número de Alojamiento registrado			
Número de			Establecimiento			
Número de			Número de Alojamiento			

re



Hotel	0	0	0	Hotel	0	0	0
Hostal	0	0	0	Hostal	2	4	4
Hostería	0	0	0	Hostería	2	2	0
Hacienda Turística	0	0	0	Hacienda Turística	1	2	2
Lodge	0	0	0	Lodge	0	0	0
Resort	0	0	0	Resort	0	0	0
Refugio	0	0	0	Refugio	4	4	4
Campamento Turístico	0	0	0	Campamento Turístico	0	0	0
Casa de Huéspedes	0	0	0	Casa de Huéspedes	0	0	0
Observaciones: <a href="#">texto</a>				Observaciones: <a href="#">texto</a>			
<b>Alimentos y bebidas</b>				<b>Alimentos y bebidas</b>			
Número de establecimientos registrados				Número de establecimientos registrados			
Mesas				Mesas			
Plazas				Plazas			
Restaurantes	0	0	0	Restaurantes	6	5	5
Cafeterías	0	0	0	Cafeterías	6	4	4
Bares	0	0	0	Bares	2	2	2
Fuentes de soda	0	0	0	Fuentes de soda	0	0	0
Observaciones: <a href="#">texto</a>				Observaciones: <a href="#">No hay, pero si se puede llevar comida al atractivo.</a>			
<b>Agencias de Viaje</b>				<b>Agencias de Viaje</b>			
Establecimientos registrados				Establecimientos registrados			
Mayoristas	0			Mayoristas	0		
Internacionales	0			Internacionales	0		
Operadoras	0			Operadoras	0		
Observaciones: <a href="#">texto</a>				Observaciones: <a href="#">texto</a>			
<b>Guía Local</b>				<b>Guía Local</b>			
Nacional				Nacional			
Especializado				Especializado			
Cultura				Cultura			
Aventura				Aventura			
1				1			
0				0			
0				0			
Observaciones: <a href="#">texto</a>				Observaciones: <a href="#">texto</a>			
<b>5.2 Facilidades en el entorno al atractivo</b>							
Accesibilidad Estado (U)							
Categoría (M)	Tipo (M)	Cantidad	Coordenadas	Administrador	universal	B	R M
a. De apoyo a la gestión turística	Punto de Información	1	0	<a href="#">texto</a>			
	I-Tur	0	0	<a href="#">texto</a>			
	Centro de interpretación	0	0	<a href="#">texto</a>			
	Centro de facilitación turística	0	0	<a href="#">texto</a>			
	Centro de recepción de visitantes	0	0	<a href="#">texto</a>			
b. De observación y vigilancia	Garitas de guardianía	0	0	<a href="#">texto</a>			
	Miradores	2	0	<a href="#">texto</a>			
	Torres de avistamiento de aves	0	0	<a href="#">texto</a>			
	Torres de vigilancia salvavidas	0	0	<a href="#">texto</a>			
c. De recorrido y descanso	Senderos	0	0	<a href="#">texto</a>			
	Estaciones de sombra y descanso	0	0	<a href="#">texto</a>			
	Áreas de acampar	0	0	<a href="#">texto</a>			
	Refugio de alta montaña	0	0	<a href="#">texto</a>			

d. De servicio	Baterías sanitarias	0	0	texto	1	1 1 1
	Estacionamientos	0	0	texto	2	1 2 1
e. Otros		0	0	texto	1	1 1 1

Observaciones: [texto](#)

### 5.3 Complementarios a la actividad turística (M)

a. En el Atractivo	b. En la ciudad o poblado cercano
Alquiler y venta de equipo de artesañías y especializado merchandising	Alquiler y venta de equipo de artesañías y especializado merchandising
Cajero automático Otro	Cajero automático Otro
Especifique: <a href="#">texto</a>	Especifique: <a href="#">texto</a>

Observaciones: [texto](#)

## 6. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO

### 6.1 Atractivo (U)

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

Observaciones: [texto](#)

#### 6.1.1 Factores de alteración y deterioro (M)

6.1.1.1 Naturales (M)	6.1.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)
a. Erosión	a. Actividades agrícolas y ganaderas b. Actividades forestales extractivas / minería c. Actividades
b. Humedad	d. Actividades industriales e. Negligencia / abandono f. Huaquearía
c. Desastres naturales	g. Conflicto de tenencia h. Condiciones de uso y Falta de mantenimiento exposición
d. Flora/Fauna	i. Contaminación del ambiente j. Generación de residuos k. Expansión urbana
e. Clima	m. Conflicto político / social n. Desarrollo industrial / comercial o. Vandalismo

Otro Especifique: [texto](#)

Observaciones: [texto](#)

### 6.2 Entorno (U)

a. Conservado b. Alterado c. En proceso de deterioro

Observaciones: [texto](#)

#### 6.2.1 Factores de alteración y deterioro (M)

6.2.1.1 Naturales (M)	6.2.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)
a. Erosión	a. Actividades agrícolas y ganaderas b. Actividades forestales extractivas / minería c. Actividades
b. Humedad	d. Actividades industriales e. Negligencia / abandono f. Huaquearía
c. Desastres naturales	g. Conflicto de tenencia h. Condiciones de uso y Falta de mantenimiento exposición
d. Flora/Fauna	i. Contaminación del ambiente j. Generación de residuos k. Expansión urbana

e. Clima	m. Conflicto político / social	n. Desarrollo industrial / comercial	o. Vandalismo
Otro Especifique: texto			
Observaciones: texto			
<b>6.3. Declaratoria del espacio turístico asociado al atractivo</b>			
a. Declarante:	Denominación: texto	b. Fecha de: texto	c. Alcance: texto
declaración:			
Observaciones: texto			
<b>7. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA</b> SI N S			
<b>7.1 Servicios Básicos</b>			
<b>a. En el atractivo</b>		<b>b. En la ciudad o poblado más cercano</b>	
Agua:	Especifique: texto	Agua:	Especifique: texto
Energía eléctrica:	Especifique: texto	Energía eléctrica:	Especifique: texto

c. Policía metropolitana / Municipal	<input type="checkbox"/>	Del	texto
d. Otra	<input type="checkbox"/>		texto
Observaciones: texto			
<b>7.5 Servicio de comunicación de uso público (M)</b> <input type="checkbox"/>			
<b>a. En el atractivo</b> <input type="checkbox"/>		<b>b. En la ciudad o poblado mas cercano</b> <input type="checkbox"/>	
Telefonia (M) <input type="checkbox"/>		Conexión a internet (M) <input type="checkbox"/>	
Fija <input type="checkbox"/>	Línea telefónica <input type="checkbox"/>	Fibra óptica <input type="checkbox"/>	
Móvil <input type="checkbox"/>	Satélite <input type="checkbox"/>	Redes inalámbricas <input type="checkbox"/>	
Satélital <input type="checkbox"/>	Telefonia móvil <input type="checkbox"/>		
Observaciones: texto			
<b>Radio portátil (U)</b> <input type="checkbox"/>			
De uso exclusivo para el visitante <input type="checkbox"/>		De uso exclusivo para comunicación interna <input type="checkbox"/>	
De uso exclusivo en caso de emergencia <input type="checkbox"/>			
Observaciones: texto			
<b>7.6 Multiamenazas (M)</b> <input type="checkbox"/>			
Deslaves <input type="checkbox"/>		Sismos <input type="checkbox"/>	
Erupciones volcánicas <input type="checkbox"/>		Incendios forestales <input type="checkbox"/>	
Sequía <input type="checkbox"/>		Inundaciones <input type="checkbox"/>	
Aguajes <input type="checkbox"/>		Tsunami <input type="checkbox"/>	
¿Existe un plan de contingencia en caso de catástrofes? <input type="checkbox"/>	Institución que elaboró el documento.	Nombre del documento:	Año de elaboración: 0
Observaciones: texto			
<b>8. POLÍTICAS Y REGULACIONES</b> <input type="checkbox"/>			
		SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
a. ¿El GAD cuenta con el Plan de Desarrollo Turístico Territorial?		SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
		Año de elaboración: 2017	
b. ¿El atractivo se encuentra dentro de la planificación turística territorial (GAD'S)?		SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
		Especifique:	
texto			
c. ¿Existen normativas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?		SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
		Especifique:	
texto			
d. ¿Existen ordenanzas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?		SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
		Especifique:	
texto			
Observaciones: texto			
<b>9. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U)</b> <input type="checkbox"/>			
		SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
<b>9.1 ATRACTIVOS NATURALES (M)</b> <input type="checkbox"/>			
9.1.1 En el Agua (M) <input type="checkbox"/>			
a. Buceo <input type="checkbox"/>	b. Kayak de mar <input type="checkbox"/>	c. Kayak lacustre <input type="checkbox"/>	d. Kayak de Río <input type="checkbox"/>
e. Surf <input type="checkbox"/>	f. Kite surf <input type="checkbox"/>	g. Rafting <input type="checkbox"/>	h. Snorkel <input type="checkbox"/>
i. Tubing <input type="checkbox"/>	j. Regata <input type="checkbox"/>	k. Paseo en panga <input type="checkbox"/>	l. Paseo en bote <input type="checkbox"/>
m. Paseo en lancha <input type="checkbox"/>	n. Paseo en moto acuática <input type="checkbox"/>	o. Parasailing <input type="checkbox"/>	p. Esquí acuático <input type="checkbox"/>
q. Banana flotante <input type="checkbox"/>	r. Boya <input type="checkbox"/>	s. Pesca deportiva <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>
texto			
Observaciones: texto			
9.1.2 En el Aire (M) <input type="checkbox"/>			
a. Alas Delta <input type="checkbox"/>	b. Canopy <input type="checkbox"/>	c. Parapente <input type="checkbox"/>	d. Otro <input type="checkbox"/>
texto			
Observaciones: texto			
9.1.3 En Superficie Terrestre (M) <input type="checkbox"/>			
a. Montañismo <input type="checkbox"/>	b. Escalada <input type="checkbox"/>	c. Senderismo <input type="checkbox"/>	d. Cicloturismo <input type="checkbox"/>
e. Canyoning <input type="checkbox"/>	f. Exploración de cuevas <input type="checkbox"/>	g. Actividades Recreativas <input type="checkbox"/>	h. Cabalgata <input type="checkbox"/>
i. Caminata <input type="checkbox"/>	j. Camping <input type="checkbox"/>	k. Picnic <input type="checkbox"/>	l. Observación de flora y fauna <input type="checkbox"/>
m. Observación de astros <input type="checkbox"/>	n. Otro <input type="checkbox"/>	texto	
Observaciones: texto			
<b>9.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U)</b> <input type="checkbox"/>			

Especifique: texto	Especifique: texto
Disposición de desechos <input type="checkbox"/> Especifique: texto	Disposición de desechos <input type="checkbox"/> Especifique: texto
Observaciones: texto	

### 7.2 Señalética en el atractivo

7.2.1 Ambiente	7.2.2. Tipo	7.2.3. Materialidad			Especifique	7.2.4. Estado		
		a. Madera	b. Aluminio	c. Otro		B	R	M
En áreas urbanas <input type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales	0	3	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas	0	3	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	0	3	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de atractivos turísticos	0	3	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de sitio	0	3	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
En áreas naturales <input type="checkbox"/>	Tótems direccionales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Señales turísticas de aproximación	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Paneles de direccionamiento hacia atractivos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de atractivos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de direccionamiento hacia atractivos, servicios y actividades	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Letreros informativos <input type="checkbox"/>	Mesas interpretativas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótem de sitio	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótem de direccionamiento	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Señalética interna de seguridad <input type="checkbox"/>	De información botánica	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Normativos de concienciación	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otros <input type="checkbox"/>	Protección de los elementos del atractivo	0	3	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Observaciones: texto

### 7.3 Salud (más cercano) (M)

a. En el atractivo <input type="checkbox"/>		b. En la ciudad o poblado más cercano <input type="checkbox"/>	
Hospital o Clínica <input type="checkbox"/>	0	Hospital o Clínica <input type="checkbox"/>	0
Puesto / Centro de salud <input type="checkbox"/>	0	Puesto / Centro de salud <input type="checkbox"/>	1
Dispensario médico <input type="checkbox"/>	0	Dispensario médico <input type="checkbox"/>	1
Botiquín de primeros auxilios <input type="checkbox"/>	1	Botiquín de primeros auxilios <input type="checkbox"/>	1
Otros <input type="checkbox"/>	0	Otros <input type="checkbox"/>	0

Observaciones: texto

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

12. RECURSO HUMANO			SI	N	S	
a. Número de personas a cargo de la administración y operación del atractivo		0		d. Número de personas especializadas en turismo		0
e. Número de personas con nivel de instrucción (M):		f. Número de personas capacitadas por temática (M)		g. Número de personas que manejan algún idioma (M)		
Primaria 0 Secundaria 0		Primeros Auxilios 0 Hospitalidad 0		Inglés 0 Alemán 0		
Tercer Nivel 0 Cuarto Nivel 0		Atención al Cliente 0 Guianza 0		Francés 0 Italiano 0		
Otro texto		Sensibilización de discapacidades 0 Otro texto		Chino 0 Otro texto		
Observaciones: texto						
13. DESCRIPCION DEL ATRACTIVO (500 caracteres)						
Tiene una altura de 15 metros aproximadamente. Es una construcción de cemento con 17 gr encuentra una cruz de 10 metro de altura recubierta de cerámica. Es una mejor antón Atahualpa en general de la parroquia Paccha que ascienden al mirador, en el centro de este mirador.						
14. ANEXOS						
a. Archivo Fotográfico (dos) (HD)						
						
Fuente: autores						
b. Ubicación gráfica del Atractivo						
						
Fuente: Google maps.						
FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)						
ELABORADO POR:		VALIDADO POR:		APROBADO POR:		
Apellido y Nombre <b>Lascano Ericka - Nathaly Rodas</b>		Apellido y Nombre		Apellido y Nombre		
Institución <b>Universidad Técnica de Machala</b>		Institución		Institución		
Cargo <b>Estudiantes</b>		Cargo		Cargo		

Correo Electrónico <a href="mailto:elascano2@utmachala.edu.ec">elascano2@utmachala.edu.ec</a>	Correo Electrónico	Correo Electrónico
Correo Electrónico <a href="mailto:nrodas1@utmachala.edu.ec">nrodas1@utmachala.edu.ec</a>		
Teléfono <a href="tel:0979820302">0979820302</a> - <a href="tel:0999657749">0999657749</a>	Teléfono	Teléfono
Firma <a href="#">Ericka Lascano - Rodas Nathaly</a>	Firma	Firma
Fecha	Fecha	Fecha

## - Iglesia de San Juan Bautista

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																	
Código del atractivo:	0	7	0	3	5	0	M	C	0	1	0	1	0	3	0	0	1
	Provincia	Cantón		Parroquia			Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía			Atractivo	
<b>1. DATOS GENERALES</b>																	
<b>1.1 Nombre del Atractivo Turístico</b>																	
Iglesia de San Juan Bautista																	
<b>1.2 Categoría</b>					<b>1.3 Tipo</b>					<b>1.4 Subtipo</b>							
MANIFESTACIONES CULTURALES					ARQUITECTURA					HISTÓRICA / VERNÁCULA							
<b>2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO</b>																	
<b>2.1 Provincia</b>					<b>2.2 Cantón</b>					<b>2.3 Parroquia</b>							
EL_ORO					AT_HUALPA					PACCHA.							
<b>2.4 Barrio, Sector o Comina</b>					<b>2.5 Calle Principal</b>					<b>2.6 Número</b>		<b>2.7 Transversal</b>					
Paccha																	
<b>2.8 Latitud (grados decimales)</b>					<b>2.9 Longitud (grados decimales)</b>					<b>2.10 Altura (msnm)</b>							
					<a href="#">Click</a>					2.400							
<b>2.11 Información del administrador adm</b>																	
a. Tipo de Administrador: <input type="text"/>					b. Nombre de la Institución: <input type="text"/>												
c. Nombre del Administrador: <input type="text"/>					d. Cargo que ocupa: <input type="text"/>												
e. Teléfono / Celular: <input type="text"/>					f. Correo Electrónico: <input type="text"/>												
(+59)																	
Observaciones: <input type="text"/>																	
<b>3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO</b>																	
<b>3.1 Característicasológicas clima</b>																	
a. Clima: <input type="text"/>					b. Temperatura(°C):					c. Precipitación Pluviométrica (mm):							
<b>3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U)</b>																	
a. Cultura					b. Naturaleza					c. Aventura							
<b>3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico</b>																	



a. Prístino		b. Primiti		c. Rústico Natural		d. Rural		e. Urbano	
<b>3.4 Ingreso al atractivo (U)</b>									
a. Tipo de Ingreso		b. Horario de Atención		c. Atención					
		Ingreso	Salida	Todos los días	Fin de semana y ferias	Solo días hábiles	Otro Especificar		
Libre		8:00	0:00				texto		
Restringido		0:00	0:00				texto		
Pagado		0:00	0:00				texto		
d. Maneja un sistema de reservas:		f. Forma de Pago:		Efectivo		Deposito		Tarjeta	
e. Precio: Desde 0,00 Hasta 0,00				Tarjeta de Crédito		Dinero efectivo		Transferencia Bancaria	
g. Meses recomendables de visita:		Mayo y Septiembre							
Observaciones: texto									
<b>4. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO</b>									
SI N S									
a. Nombre de la ciudad o poblado más cercano (Que presente condiciones mínimas de servicios): Paccha									
b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano: km		c. Tiempo estimado de desplazamiento en auto: h/min		d. Coordenadas (grados decimal es):		Lat.: 0		Long.: 0	
Observaciones: texto									
<b>4.2 Vías de Acceso (M)</b>									
Tipo de vía		Coordenada de inicio		Coordenada de fin		Distancia (km)		Tipo de material	
a. Primer orden		0		0		0		texto	

-  
-  
-

Hotel	0	0	0	Hotel	0	0	0
Hostal	0	0	0	Hostal	2	4	4
Hostería	0	0	0	Hostería	2	2	0
Hacienda Turística	0	0	0	Hacienda Turística	1	2	2
Lodge	0	0	0	Lodge	0	0	0
Resort	0	0	0	Resort	0	0	0
Refugio	0	0	0	Refugio	4	4	4
Campamento Turístico	0	0	0	Campamento Turístico	0	0	0
Casa de Huéspedes	0	0	0	Casa de Huéspedes	0	0	0
Observaciones: texto				Observaciones: texto			
Alimentos y bebidas registrados Mesas Plazas				Alimentos y bebidas registrados Mesas Plazas			
Restaurantes				Restaurantes			
0 0 0				6 5 5			

Cafeterías	0	0	0	Cafeterías	6	4	4
Bares	0	0	0	Bares	2	2	2
Fuentes de soda	0	0	0	Fuentes de soda	0	0	0
Observaciones: texto				Observaciones: No hay, pero si se puede llevar comida al atractivo.			
<b>Agencias de Viaje</b>			Establecimientos registrados	<b>Agencias de Viaje</b>			Establecimientos registrados
Mayoristas			0	Mayoristas			0
Internacionales			0	Internacionales			0
Operadoras			0	Operadoras			0
Observaciones: texto				Observaciones: texto			
Guía Local Nacional Especializado			1	Guía Local Nacional Especializado			1
Cultura			1	Cultura			1
Aventura			1	Aventura			1
Observaciones: texto				Observaciones: texto			

5.2 Facilidades en el entorno al atractivo							
Categoría (M)	Tipo (M)	Cantidad	Coordenadas	Administrador	Accesibilidad Estado (U)		
					universal	B	R
a. De apoyo a la gestión turística	Punto de Información	1			0	texto	
	I-Tur	0			0	texto	
	Centro de interpretación	0			0	texto	
	Centro de facilitación turística	0			0	texto	
	Centro de recepción de visitantes	0			0	texto	
b. De observación y vigilancia	Garitas de guardiana	0			0	texto	
	Miradores	2			0	texto	
	Torres de avistamiento de aves	0			0	texto	
	Torres de vigilancia salvavidas	0			0	texto	
c. De recorrido y descanso	Senderos	0			0	texto	
	Estaciones de sombra y descanso	0			0	texto	
	Áreas de acampar	0			0	texto	
	Refugio de alta montaña	0			0	texto	
d. De servicio	Baterías sanitarias	0			0	texto	
	Estacionamientos	0			0	texto	
e. Otros		0			0	texto	

Observaciones: texto

### 5.3 Complementarios a la actividad turística (M)

a. En el Atractivo	b. En la ciudad o poblado cercano
Alquiler y venta de equipo de artesanías y especializado merchandising	Alquiler y venta de equipo de artesanías y especializado merchandising
Cajero automático Otro	Cajero automático Otro
Especifique: texto	Especifique: texto
Observaciones: texto	

## 6. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO

### 6.1 Atractivo (U)

a. Conservado	b. Alterado	c.	d. Deteriorado
---------------	-------------	----	----------------

Observaciones: <a href="#">texto</a>		
6.1.1 Factores de alteración y deterioro (M)		
6.1.1.1 Naturales (M)	6.1.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)	
a. Erosión <input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas <input type="checkbox"/>	b. Actividades forestales extractivas / minería <input type="checkbox"/> c. Actividades <input type="checkbox"/>
b. Humedad <input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales <input type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono <input type="checkbox"/> f. Huaquearía <input type="checkbox"/>
c. Desastres naturales <input type="checkbox"/>	g. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/>	Condiciones de uso y Falta de mantenimiento exposición <input type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna <input type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente <input type="checkbox"/>	k. Generación de residuos <input type="checkbox"/> l. Expansión urbana <input type="checkbox"/>
e. Clima <input type="checkbox"/>	m. Conflicto político / social <input type="checkbox"/>	n. Desarrollo industrial / comercial <input type="checkbox"/> o. Vandalismo <input type="checkbox"/>
Otro <input type="checkbox"/>	Especifique: <a href="#">texto</a>	
Observaciones: <a href="#">texto</a>		
<b>6.2 Entorno (U)</b> <input type="checkbox"/>		
a. Conservado <input type="checkbox"/>	b. Alterado <input type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/>
Observaciones: <a href="#">texto</a>		
6.2.1 Factores de alteración y deterioro (M)		
6.2.1.1 Naturales (M)	6.2.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)	
a. Erosión <input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas <input type="checkbox"/>	b. Actividades forestales extractivas / minería <input type="checkbox"/> c. Actividades <input type="checkbox"/>
b. Humedad <input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales <input type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono <input type="checkbox"/> f. Huaquearía <input type="checkbox"/>
c. Desastres naturales <input type="checkbox"/>	g. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/>	Condiciones de uso y Falta de mantenimiento exposición <input type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna <input type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente <input type="checkbox"/>	k. Generación de residuos <input type="checkbox"/> l. Expansión urbana <input type="checkbox"/>
e. Clima <input type="checkbox"/>	m. Conflicto político / social <input type="checkbox"/>	n. Desarrollo industrial / comercial <input type="checkbox"/> o. Vandalismo <input type="checkbox"/>
Otro <input type="checkbox"/>	Especifique: <a href="#">texto</a>	
Observaciones: <a href="#">texto</a>		
<b>6.3. Declaratoria del espacio turístico asociado al atractivo</b> <input type="checkbox"/>		
a. Declarante: <input type="checkbox"/>	b. Fecha de declaración: <input type="checkbox"/>	c. Alcance: <input type="checkbox"/>
Denominación: <a href="#">texto</a>		
Observaciones: <a href="#">texto</a>		
<b>7. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA</b> <input type="checkbox"/>		
<b>SI <input type="checkbox"/> N <input type="checkbox"/> S <input type="checkbox"/></b>		
<b>7.1 Servicios Básicos</b> <input type="checkbox"/>		
<b>a. En el atractivo</b> <input type="checkbox"/>	<b>b. En la ciudad o poblado más cercano</b> <input type="checkbox"/>	
Agua: <input type="checkbox"/>	Agua <input type="checkbox"/>	
Especifique: <a href="#">texto</a>	Especifique: <a href="#">texto</a>	
Energía eléctrica: <input type="checkbox"/>	Energía eléctrica <input type="checkbox"/>	

Especifique:  Especifique:

c. Policía metropolitana / Municipal <input type="checkbox"/>		SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	<input type="text" value="texto"/>	
d. Otra <input type="checkbox"/>			<input type="text" value="texto"/>	
Observaciones: <input type="text" value="texto"/>				
<b>7.5 Servicio de comunicación de uso público (M)</b> <input type="checkbox"/>				
<b>a. En el atractivo</b> <input type="checkbox"/>			<b>b. En la ciudad o poblado mas cercano</b> <input type="checkbox"/>	
Telefonía (M) <input type="checkbox"/>		Conexión a internet (M) <input type="checkbox"/>		Telefonía (M) <input type="checkbox"/>
Fija <input type="checkbox"/>		Línea telefónica <input type="checkbox"/>	Fibra óptica <input type="checkbox"/>	Fija <input type="checkbox"/>
Móvil <input type="checkbox"/>	Satélite <input type="checkbox"/>	Redes inalámbricas <input type="checkbox"/>	Móvil <input type="checkbox"/>	Satélite <input type="checkbox"/>
Satélite <input type="checkbox"/>	Telefonía móvil <input type="checkbox"/>		Satélite <input type="checkbox"/>	Telefonía móvil <input type="checkbox"/>
Observaciones: <input type="text" value="texto"/>				
Radio portátil (U) <input type="checkbox"/>				
De uso exclusivo para el visitante <input type="checkbox"/>		De uso exclusivo para comunicación interna <input type="checkbox"/>		De uso exclusivo en caso de emergencia <input type="checkbox"/>
Observaciones: <input type="text" value="texto"/>				
<b>7.6 Multiamenazas (M)</b> <input type="checkbox"/>				
Deslaves <input type="checkbox"/>		Sismos <input type="checkbox"/>	Erupciones volcánicas <input type="checkbox"/>	Incendios forestales <input type="checkbox"/>
Sequía <input type="checkbox"/>	Inundaciones <input type="checkbox"/>		Aguajes <input type="checkbox"/>	Tsunami <input type="checkbox"/>
¿Existe un plan de contingencia en caso de catástrofes? <input type="checkbox"/>		Institución que elaboró el documento. <input type="text" value="texto"/>	Nombre del documento: <input type="text" value="texto"/>	Año de elaboración: <input type="text" value="0"/>
Observaciones: <input type="text" value="texto"/>				
<b>8. POLÍTICAS Y REGULACIONES</b> <span style="float: right;">SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/></span>				
a. ¿El GAD cuenta con el Plan de Desarrollo Turístico Territorial? <input type="checkbox"/>		SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	Año de elaboración: <input type="text" value="2017"/>
b. ¿El atractivo se encuentra dentro de la planificación turística territorial (GAD 'S)? <input type="checkbox"/>		SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	Especifique: <input type="text" value="texto"/>
c. ¿Existen normativas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo? <input type="checkbox"/>		SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	Especifique: <input type="text" value="texto"/>
d. ¿Existen ordenanzas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo? <input type="checkbox"/>		SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	Especifique: <input type="text" value="texto"/>
Observaciones: <input type="text" value="texto"/>				
<b>9. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U)</b> <span style="float: right;">SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/></span>				
<b>9.1 ATRACTIVOS NATURALES (M)</b> <input type="checkbox"/>				
9.1.1 En el Agua (M) <input type="checkbox"/>				
a. Buceo <input type="checkbox"/>	b. Kayak de mar <input type="checkbox"/>	c. Kayak lacustre <input type="checkbox"/>	d. Kayak de Río <input type="checkbox"/>	e. Surf <input type="checkbox"/>
f. Kite surf <input type="checkbox"/>	g. Rafting <input type="checkbox"/>	h. Snorkel <input type="checkbox"/>	i. Tubing <input type="checkbox"/>	j. Rogata <input type="checkbox"/>
k. Paseo en panga <input type="checkbox"/>	l. Paseo en bote <input type="checkbox"/>	m. Paseo en lancha <input type="checkbox"/>	n. Paseo en moto acuática <input type="checkbox"/>	o. Parasailing <input type="checkbox"/>
p. Esquí acuático <input type="checkbox"/>	q. Banana flotante <input type="checkbox"/>	r. Boya <input type="checkbox"/>	s. Pesca deportiva <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/> <input type="text" value="texto"/>
Observaciones: <input type="text" value="texto"/>				
9.1.2 En el Aire (M) <input type="checkbox"/>				
a. Alas Delta <input type="checkbox"/>	b. Canopy <input type="checkbox"/>	c. Parapente <input type="checkbox"/>	d Otro <input type="checkbox"/>	<input type="text" value="texto"/>
Observaciones: <input type="text" value="texto"/>				
9.1.3 En Superficie Terrestre (M) <input type="checkbox"/>				
a. Montañismo <input type="checkbox"/>	b. Escalada <input type="checkbox"/>	c. Senderismo <input type="checkbox"/>	d. Cicloturismo <input type="checkbox"/>	e. Canyoning <input type="checkbox"/>
f. Exploración de cuevas <input type="checkbox"/>	g. Actividades Recreativas <input type="checkbox"/>	h. Cabalgata <input type="checkbox"/>	i. Caminata <input type="checkbox"/>	j. Camping <input type="checkbox"/>
k. Picnic <input type="checkbox"/>	l. Observación de flora y fauna <input type="checkbox"/>	m. Observación de astros <input type="checkbox"/>	n. Otro <input type="checkbox"/>	<input type="text" value="texto"/>
Observaciones: <input type="text" value="texto"/>				
<b>9.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U)</b> <input type="checkbox"/>				

-

Especifique: texto	Especifique: texto
Disposición de desechos <sup>□</sup> Especifique: texto	Disposición de desechos <sup>□</sup> Especifique: texto
Observaciones: texto	

### 7.2 Señalética en el atractivo <sup>□</sup>

7.2.1 Ambiente	7.2.2. Tipo	7.2.3. Materialidad			Especifique	7.2.4. Estado		
		a. Madera	b. Aluminio	c. Otro		B	R	M
En áreas urbanas <sup>□</sup>	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales	0	3	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas	0	3	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	0	3	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de atractivos turísticos	0	3	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de sitio	0	3	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
En áreas naturales <sup>□</sup>	Tótems direccionales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Señales turísticas de aproximación	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Paneles de direccionamiento hacia atractivos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de atractivos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de direccionamiento hacia atractivos, servicios y actividades	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Letreros informativos <sup>□</sup>	Mesas interpretativas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótem de sitio	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótem de direccionamiento	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Señalética interna de seguridad <sup>□</sup>	De información botánica	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Normativos de concienciación	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otros <sup>□</sup>	Protección de los elementos del atractivo	0	3	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		texto						

Observaciones: texto

### 7.3 Salud (más cercano) (M) <sup>□</sup>

a. En el atractivo <sup>□</sup>		b. En la ciudad o poblado más cercano <sup>□</sup>	
Hospital o Clínica <sup>□</sup>	0	Hospital o Clínica <sup>□</sup>	0
Puesto / Centro de salud <sup>□</sup>	0	Puesto / Centro de salud <sup>□</sup>	1
Dispensario médico <sup>□</sup>	0	Dispensario médico <sup>□</sup>	1
Botiquín de primeros auxilios <sup>□</sup>	1	Botiquín de primeros auxilios <sup>□</sup>	1
Otros <sup>□</sup>	0	Otros <sup>□</sup>	0

Observaciones: texto

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

c. Policía metropolitana / Municipal	<input type="checkbox"/>	De	texto
d. Otra	<input type="checkbox"/>		texto
Observaciones: texto			
<b>7.5 Servicio de comunicación de uso público (M)</b>			
<b>a. En el atractivo</b>		<b>b. En la ciudad o poblado mas cercano</b>	
Telefonía (M)		Conexión a internet (M)	
Fija	Linea telefónica	Fibra óptica	
Móvil	Satélite	Redes inalámbricas	
Satelital	Telefonía móvil		
Observaciones: texto			
<b>Radio portátil (U)</b>			
De uso exclusivo para el visitante		De uso exclusivo para comunicación interna	De uso exclusivo en caso de emergencia
Observaciones: texto			
<b>7.6 Multiamenazas (M)</b>			
Deslaves	Sismos	Erupciones volcánicas	Incendios forestales
Sequía	Inundaciones	Aguajes	Tsunami
¿Existe un plan de contingencia en caso de catástrofes?	Institución que elaboró el documento:	Nombre del documento:	Año de elaboración: de 0
Observaciones: texto			
<b>8. POLÍTICAS Y REGULACIONES</b>			
		SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
a. ¿El GAD cuenta con el Plan de Desarrollo Turístico Territorial?		SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
b. ¿El atractivo se encuentra dentro de la planificación turística territorial (GAD'S)?		SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
c. ¿Existen normativas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?		SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
d. ¿Existen ordenanzas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?		SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
Observaciones: texto			
<b>9. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U)</b>			
		SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
<b>9.1 ATRACTIVOS NATURALES (M)</b>			
9.1.1 En el Agua (M)			
a. Buceo	b. Kayak de mar	c. Kayak lacustre	d. Kayak de Río
e. Surf	f. Kite surf	g. Rafting	h. Snorkel
i. Tubing	j. Regata	k. Paseo en panga	l. Paseo en bote
m. Paseo en lancha	n. Paseo en moto acuática	o. Parasailing	p. Esquí acuático
q. Banana flotante	r. Boya	s. Pesca deportiva	Otro
Observaciones: texto			
9.1.2 En el Aire (M)			
a. Alas Delta	b. Canopy	c. Parapente	d. Otro
Observaciones: texto			
9.1.3 En Superficie Terrestre (M)			
a. Montañismo	b. Escalada	c. Senderismo	d. Cicloturismo
e. Canyoning	f. Exploración de cuevas	g. Actividades Recreativas	h. Cabalgata
i. Caminata	j. Camping	k. Picnic	l. Observación de flora y fauna
m. Observación de astros	n. Otro	Escuchar misa, observación de esculturas	
Observaciones: texto			
<b>9.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U)</b>			



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

## 12. RECURSO HUMANO

SI  N  S

a. Número de personas a cargo de la administración y operación del atractivo ▢ 0	d. Número de personas especializadas en turismo ▢ 0
e. Número de personas con nivel de instrucción (M):	f. Número de personas capacitadas por temática (M) ▢
Primaria 0 Secundaria 0	Primeros Auxilios 0 Hospitalidad 0
Tercer Nivel 0 Cuarto Nivel 0	Atención al Cliente 0 Guianza 0
Otro texto	Sensibilización de discapacidades 0 Otro texto
g. Número de personas que de pe manejan algún de Idiomas (M)	
Inglés 0 Alemán 0	
Francés 0 Italiano 0	
Chino 0 Otro texto	

Observaciones: texto

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

Iglesia Católica Matriz San Juan Bautista de Paccha es una iglesia en Ecuador. Ig  
Bautista de Ruiz, y cerca de Parque Central. Paccha está situada cerca de Unidad Edu  
Tinoco

### 14. ANEXOS

#### a. Archivo Fotográfico (dos) (HD)



Fuente: texto

#### b. Ubicación gráfica del Atractivo



Fuente: texto

### FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)

ELABORADO POR:	VALIDADO POR:	APROBADO POR:
Apellido y Nombre Ericka Lascano - Nathaly Rodas	Apellido y Nombre	Apellido y Nombre
Institución Universidad Técnica de Machala	Institución	Institución
Cargo Estudiantes	Cargo	Cargo
Correo Electrónico elascano2@utmachala.edu.ec	Correo Electrónico	Correo Electrónico
Teléfono 0979820302 - 0999657749	Teléfono	Teléfono
Firma Ericka Lascano - Nathaly Rodas	Firma	Firma
Fecha	Fecha	Fecha

## - Rodeo Montubio

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																	
Código del atractivo:	0	7	0	3	5	0	M	C	0	1	0	1	0	3	0	0	1
	Provincia		Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo		
<b>1. DATOS GENERALES</b>																	
<b>1.1 Nombre del Atractivo Turístico</b>																	
Rodeo Montubio																	
<b>1.2 Categoría</b>						<b>1.3 Tipo</b>						<b>1.4 Subtipo</b>					
MANIFESTACIONES CULTURALES						ARQUITECTURA						ESPACIO PUBLICO					
<b>2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO</b>																	
<b>2.1 Provincia</b>						<b>2.2 Cantón</b>						<b>2.3 Parroquia</b>					
EL ORO						AT HUALPA						PACCHA.					
<b>2.4 Barrio, Sector o Comina</b>						<b>2.5 Calle Principal</b>						<b>2.6 Número</b>			<b>2.7 Transversal</b>		
Paccha																	
<b>2.8 Latitud (grados decimales)</b>						<b>2.9 Longitud (grados decimales)</b>						<b>2.10 Altura (msnm)</b>					
						<a href="#">Click</a>						2.400					
<b>2.11 Información del administrador adm</b>																	
a. Tipo de Administrador: <input type="text"/>									b. Nombre de la Institución: <input type="text"/>								
c. Nombre del Administrador: <input type="text"/>									d. Cargo que ocupa: <input type="text"/>								
e. Teléfono / Celular: (+591)									f. Correo Electrónico: <input type="text"/>								
Observaciones: <input type="text"/>																	
<b>3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO</b>																	
<b>3.1 Características climatológicas</b>																	
a. Clima: <input type="text"/>						b. Temperatura(°C):						c. Precipitación Pluviométrica (mm):					
<b>3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U)</b>																	
a. Cultura						b. Naturaleza						c. Aventura					
<b>3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico</b>																	
a. Prístino			b. Primitivo			c. Rústico Natural			d. Rural			e. Urbano					
<b>3.4 Ingreso al atractivo (U)</b>																	
a. Tipo de Ingreso						b. Horario de Atención						c. Atención					

	Ingreso	Salida	Todos los días	Fin de semana y ferias	Solo días hábiles	Otro	Especificar
Libre	8:00	0:00	-	-	-	-	texto
Restringido	0:00	0:00	-	-	-	-	texto
Pagado	0:00	0:00	-	-	-	-	texto
d. Maneja un sistema de reservas:	e. Precio: Desde 0,00 Hasta 0,00		f. Forma de Pago:	Efectivo Tarjeta de Crédito	Dinero efectivo Transferencia	Dep Ban Bancaria	Depósito Cajero Débito Cheque
g. Meses recomendables de visita:			Mayo y Septiembre				
Observaciones: texto							
<b>4. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO</b>							
<b>SI</b>							
a. Nombre de la ciudad o poblado más cercano (Que presente condiciones mínimas de servicios): Paccha							
b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano: km		c. Tiempo estimado de h/min desplazamiento en auto: 0:20		d. Coordenadas (grados decimal Lat.: 0 Long.: 0)			
Observaciones: texto							
<b>4.2 Vías de Acceso (M)</b>							
Tipo de vía Coordenada de inicio Coordenada de fin Distancia (km) Tipo de material Estado							
a. Primer orden		0	0	0	0	0	texto

Hotel	0	0	0	Hotel	0	0	0
Hostal	0	0	0	Hostal	2	4	4
Hostería	0	0	0	Hostería	2	2	0
Hacienda Turística	0	0	0	Hacienda Turística	1	2	2
Lodge	0	0	0	Lodge	0	0	0
Resort	0	0	0	Resort	0	0	0
Refugio	0	0	0	Refugio	4	4	4
Campamento Turístico	0	0	0	Campamento Turístico	0	0	0
Casa de Huéspedes	0	0	0	Casa de Huéspedes	0	0	0
Observaciones: texto				Observaciones: texto			
<b>Alimentos y bebidas</b>				<b>Alimentos y bebidas</b>			
Establecimientos registrados		Número de Mesas	Número de Plazas	Establecimientos registrados		Número de Mesas	Número de Plazas
Restaurantes	0	0	0	Restaurantes	6	5	5
Cafeterías	0	0	0	Cafeterías	6	4	4
Bares	0	0	0	Bares	2	2	2
Fuentes de soda	0	0	0	Fuentes de soda	0	0	0
Observaciones: texto				Observaciones: No hay, pero si se puede llevar comida al atractivo.			
<b>Agencias de Viaje</b>			Establecimientos registrados	<b>Agencias de Viaje</b>			Establecimientos registrados
Mayoristas			0	Mayoristas			0
Internacionales			0	Internacionales			0
Operadoras			0	Operadoras			0

Observaciones: <a href="#">texto</a>				Observaciones: <a href="#">texto</a>			
Nacional		1		Nacional		1	
Guía Local	Nacional	Especializado	Cultura	Guía Local	Nacional	Especializado	Cultura
1	0	0	Aventura	1	0	0	Aventura
Observaciones: <a href="#">texto</a>				Observaciones: <a href="#">texto</a>			

5.2 Facilidades en el entorno al atractivo							
Accesibilidad Estado (U)							
Categoría (M)	Tipo (M)	Cantidad	Coordenadas	Administrador			
				universal	B	R	M
a. De apoyo a la gestión turística	Punto de Información	1	0	texto			
	I-Tur	0	0	texto			
	Centro de interpretación	0	0	texto			
	Centro de facilitación turística	0	0	texto			
	Centro de recepción de visitantes	0	0	texto			
b. De observación y vigilancia	Garitas de guardiana	0	0	texto			
	Miradores	2	0	texto			
	Torres de avistamiento de aves	0	0	texto			
	Torres de vigilancia salvavidas	0	0	texto			
c. De recorrido y descanso	Senderos	0	0	texto			
	Estaciones de sombra y descanso	0	0	texto			
	Áreas de acampar	0	0	texto			
	Refugio de alta montaña	0	0	texto			
d. De servicio	Baterías sanitarias	0	0	texto			
	Estacionamientos	0	0	texto			
e. Otros		0	0	texto			

Observaciones: <a href="#">texto</a>	
5.3 Complementarios a la actividad turística (M)	
a. En el Atractivo	b. En la ciudad o poblado cercano
Alquiler y venta de equipo de artesanías y especializado	Alquiler y venta de equipo de artesanías y especializado
Cajero automático Otro	Cajero automático Otro
Especifique: <a href="#">texto</a>	Especifique: <a href="#">texto</a>
Observaciones: <a href="#">texto</a>	

**6. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO** IO SI N S

6.1 Atractivo (U)		
a. Conservado	b. Alterado	c. En proceso de deterioro
Observaciones: <a href="#">texto</a>		
6.1.1 Factores de alteración y deterioro (M)		
6.1.1.1 Naturales (M)	6.1.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)	
a. Erosión	a. Actividades agrícolas y ganaderas	b. Actividades forestales extractivas / minería
		c. Actividades

b. Humedad	d. Actividades industriales	e. Negligencia / abandono	f. Huaquearía
c. Desastres naturales	g. Conflicto de tenencia	Condiciones Falta de mantenimiento exposición	de uso y
d. Flora/Fauna	j. Contaminación del ambiente	k. Generación de residuos	l. Expansión urbana
e. Clima	m. Conflicto político / social	n. Desarrollo industrial / comercial	o. Vandalismo
Otro	Especifique: <input type="text"/>		
Observaciones: <input type="text"/>			
<b>6.2 Entorno (U)</b>			
a. Conservado	b. Alter	c. En ado	ocoso de deterioro
Observaciones: <input type="text"/>			
6.2.1 Factores de alteración y deterioro (M)			
6.2.1.1 Naturales (M)		6.2.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)	
a. Erosión	a. Actividades agrícolas y ganaderas	b. Actividades forestales extractivas / minería	c. Actividades
b. Humedad	d. Actividades industriales	e. Negligencia / abandono	f. Huaquearía
c. Desastres naturales	g. Conflicto de tenencia	Condiciones Falta de mantenimiento exposición	de uso y
d. Flora/Fauna	j. Contaminación del ambiente	k. Generación de residuos	l. Expansión urbana
e. Clima	m. Conflicto político / social	n. Desarrollo industrial / comercial	o. Vandalismo
Otro	Especifique: <input type="text"/>		
Observaciones: <input type="text"/>			
<b>6.3. Declaratoria del espacio turístico asociado al atractivo</b>			
a. Declarante:	Denominación: <input type="text"/>	b. Fecha de <input type="text"/> b. <input type="text"/>	c. Alcance: <input type="text"/>
Observaciones: <input type="text"/>			
<b>7. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA</b> SI    N    S			
<b>7.1 Servicios Básicos</b>			
<b>a. En el atractivo</b>		<b>b. En la ciudad o poblado más cercano</b>	
Agua:		Agua	
Especifique:	<input type="text"/>	Especifique:	<input type="text"/>
Energía eléctrica:		Energía eléctrica	
Especifique:	<input type="text"/>	Especifique:	<input type="text"/>

c. Policía metropolitana / Municipal	<input type="checkbox"/>	Del	texto
d. Otra	<input type="checkbox"/>		texto
Observaciones: texto			
<b>7.5 Servicio de comunicación de uso público (M)</b> <input type="checkbox"/>			
<b>a. En el atractivo</b> <input type="checkbox"/>		<b>b. En la ciudad o poblado mas cercano</b> <input type="checkbox"/>	
Telefonia (M) <input type="checkbox"/>		Conexión a internet (M) <input type="checkbox"/>	
Fija <input type="checkbox"/>	Línea telefónica <input type="checkbox"/>	Fibra óptica <input type="checkbox"/>	
Móvil <input type="checkbox"/>	Satélite <input type="checkbox"/>	Redes inalámbricas <input type="checkbox"/>	
Satélite <input type="checkbox"/>	Telefonia móvil <input type="checkbox"/>		
Observaciones: texto			
<b>Radio portátil (U)</b> <input type="checkbox"/>			
De uso exclusivo para el visitante <input type="checkbox"/>		De uso exclusivo para comunicación interna <input type="checkbox"/>	
De uso exclusivo en caso de emergencia <input type="checkbox"/>			
Observaciones: texto			
<b>7.6 Multiamenazas (M)</b> <input type="checkbox"/>			
Deslaves <input type="checkbox"/>		Sismos <input type="checkbox"/>	
Erupciones volcánicas <input type="checkbox"/>		Incendios forestales <input type="checkbox"/>	
Sequía <input type="checkbox"/>		Inundaciones <input type="checkbox"/>	
Aguajes <input type="checkbox"/>		Tsunami <input type="checkbox"/>	
¿Existe un plan de contingencia en caso de catástrofes? <input type="checkbox"/>	Institución que elaboró el documento.	Nombre del documento:	Año de elaboración: 0
Observaciones: texto			
<b>8. POLÍTICAS Y REGULACIONES</b> <input type="checkbox"/>			
		SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
a. ¿El GAD cuenta con el Plan de Desarrollo Turístico Territorial?		SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
		Año de elaboración: 2017	
b. ¿El atractivo se encuentra dentro de la planificación turística territorial (GAD'S)?		SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
		Especifique:	
texto			
c. ¿Existen normativas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?		SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
		Especifique:	
texto			
d. ¿Existen ordenanzas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?		SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
		Especifique:	
texto			
Observaciones: texto			
<b>9. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U)</b> <input type="checkbox"/>			
		SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
<b>9.1 ATRACTIVOS NATURALES (M)</b> <input type="checkbox"/>			
9.1.1 En el Agua (M) <input type="checkbox"/>			
a. Buceo <input type="checkbox"/>	b. Kayak de mar <input type="checkbox"/>	c. Kayak lacustre <input type="checkbox"/>	d. Kayak de Río <input type="checkbox"/>
e. Surf <input type="checkbox"/>	f. Kite surf <input type="checkbox"/>	g. Rafting <input type="checkbox"/>	h. Snorkel <input type="checkbox"/>
i. Tubing <input type="checkbox"/>	j. Regata <input type="checkbox"/>	k. Paseo en panga <input type="checkbox"/>	l. Paseo en bote <input type="checkbox"/>
m. Paseo en lancha <input type="checkbox"/>	n. Paseo en moto acuática <input type="checkbox"/>	o. Parasailing <input type="checkbox"/>	p. Esquí acuático <input type="checkbox"/>
q. Banana flotante <input type="checkbox"/>	r. Boya <input type="checkbox"/>	s. Pesca deportiva <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>
texto			
Observaciones: texto			
9.1.2 En el Aire (M) <input type="checkbox"/>			
a. Alas Delta <input type="checkbox"/>	b. Canopy <input type="checkbox"/>	c. Parapente <input type="checkbox"/>	d. Otro <input type="checkbox"/>
texto			
Observaciones: texto			
9.1.3 En Superficie Terrestre (M) <input type="checkbox"/>			
a. Montañismo <input type="checkbox"/>	b. Escalada <input type="checkbox"/>	c. Senderismo <input type="checkbox"/>	d. Cicloturismo <input type="checkbox"/>
e. Canyoning <input type="checkbox"/>	f. Exploración de cuevas <input type="checkbox"/>	g. Actividades Recreativas <input type="checkbox"/>	h. Cabalgata <input type="checkbox"/>
i. Caminata <input type="checkbox"/>	j. Camping <input type="checkbox"/>	k. Picnic <input type="checkbox"/>	l. Observación de flora y fauna <input type="checkbox"/>
m. Observación de astros <input type="checkbox"/>	n. Otro <input type="checkbox"/>	texto	
Observaciones: texto			
<b>9.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U)</b> <input type="checkbox"/>			

Especifique: texto	Especifique: texto
Disposición de desechos <sup>□</sup> Especifique: texto	Disposición de desechos <sup>□</sup> Especifique: texto
Observaciones: texto	

### 7.2 Señalética en el atractivo <sup>□</sup>

7.2.1 Ambiente	7.2.2. Tipo	7.2.3. Materialidad			Especifique	7.2.4. Estado		
		a. Madera	b. Aluminio	c. Otro		B	R	M
En áreas urbanas <sup>□</sup>	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales	0	3	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas	0	3	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	0	3	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de atractivos turísticos	0	3	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de sitio	0	3	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
En áreas naturales <sup>□</sup>	Tótems direccionales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Señales turísticas de aproximación	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Paneles de direccionamiento hacia atractivos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de atractivos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de direccionamiento hacia atractivos, servicios y actividades	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Letreros informativos <sup>□</sup>	Mesas interpretativas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótem de sitio	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótem de direccionamiento	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Señalética interna de seguridad <sup>□</sup>	De información botánica	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Normativos de concienciación	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otros <sup>□</sup>	Protección de los elementos del atractivo	0	3	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		texto						

Observaciones: texto

### 7.3 Salud (más cercano) (M) <sup>□</sup>

a. En el atractivo <sup>□</sup>		b. En la ciudad o poblado más cercano <sup>□</sup>	
Hospital o Clínica <sup>□</sup>	0	Hospital o Clínica <sup>□</sup>	0
Puesto / Centro de salud <sup>□</sup>	0	Puesto / Centro de salud <sup>□</sup>	1
Dispensario médico <sup>□</sup>	0	Dispensario médico <sup>□</sup>	1
Botiquín de primeros auxilios <sup>□</sup>	1	Botiquín de primeros auxilios <sup>□</sup>	1
Otros <sup>□</sup>	0	Otros <sup>□</sup>	0

Observaciones: texto



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

c. Policía metropolitana / Municipal	<input type="checkbox"/>	Otro	texto	
d. Otra	<input type="checkbox"/>		texto	
Observaciones: texto				
<b>7.5 Servicio de comunicación de uso público (M)</b> <input type="checkbox"/>				
<b>a. En el atractivo</b> <input type="checkbox"/>			<b>b. En la ciudad o poblado mas cercano</b> <input type="checkbox"/>	
Telefonía (M) <input type="checkbox"/>		Conexión a internet (M) <input type="checkbox"/>		Telefonía (M) <input type="checkbox"/>
Fija <input type="checkbox"/>		Linea telefónica <input type="checkbox"/>	Fibra óptica <input type="checkbox"/>	Fija <input type="checkbox"/>
Móvil <input type="checkbox"/>		Satélite <input type="checkbox"/>	Redes inalámbricas <input type="checkbox"/>	Móvil <input type="checkbox"/>
Satelital <input type="checkbox"/>		Telefonía móvil <input type="checkbox"/>		Satelital <input type="checkbox"/>
Observaciones: texto				
Radio portátil (U) <input type="checkbox"/>				
De uso exclusivo para el visitante <input type="checkbox"/>		De uso exclusivo para comunicación interna <input type="checkbox"/>		De uso exclusivo en caso de emergencia <input type="checkbox"/>
Observaciones: texto				
<b>7.6 Multiamenazas (M)</b> <input type="checkbox"/>				
Deslaves <input type="checkbox"/>		Sismos <input type="checkbox"/>	Erupciones volcánicas <input type="checkbox"/>	Incendios forestales <input type="checkbox"/>
Sequia <input type="checkbox"/>		Inundaciones <input type="checkbox"/>	Aguajes <input type="checkbox"/>	Tsunami <input type="checkbox"/>
¿Existe un plan de contingencia en caso de catástrofes? <input type="checkbox"/>		Institución que elaboró el documento:	texto	Nombre del documento: texto
				Año de elaboración: de 0
Observaciones: texto				
<b>8. POLÍTICAS Y REGULACIONES</b> <input type="checkbox"/>				
			SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
a. ¿El GAD cuenta con el Plan de Desarrollo Turístico Territorial?			SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
			Año de elaboración:	
b. ¿El atractivo se encuentra dentro de la planificación turística territorial (GAD'S)?			SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
			Especifique:	
texto				
c. ¿Existen normativas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?			SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
			Especifique:	
texto				
d. ¿Existen ordenanzas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?			SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
			Especifique:	
texto				
Observaciones: texto				
<b>9. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U)</b> <input type="checkbox"/>				
SI <input type="checkbox"/>				
NO <input type="checkbox"/>				
S/I <input type="checkbox"/>				
<b>9.1 ATRACTIVOS NATURALES (M)</b> <input type="checkbox"/>				
9.1.1 En el Agua (M) <input type="checkbox"/>				
a. Buceo <input type="checkbox"/>	b. Kayak de mar <input type="checkbox"/>	c. Kayak lacustre <input type="checkbox"/>	d. Kayak de Río <input type="checkbox"/>	e. Surf <input type="checkbox"/>
f. Kite surf <input type="checkbox"/>	g. Rafting <input type="checkbox"/>	h. Snorkel <input type="checkbox"/>	i. Tubing <input type="checkbox"/>	j. Regata <input type="checkbox"/>
k. Paseo en panga <input type="checkbox"/>	l. Paseo en bote <input type="checkbox"/>	m. Paseo en lancha <input type="checkbox"/>	n. Paseo en moto acuática <input type="checkbox"/>	o. Parasailing <input type="checkbox"/>
p. Esquí acuático <input type="checkbox"/>	q. Banana flotante <input type="checkbox"/>	r. Boya <input type="checkbox"/>	s. Pesca deportiva <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>
texto				
Observaciones: texto				
9.1.2 En el Aire (M) <input type="checkbox"/>				
a. Alas Delta <input type="checkbox"/>	b. Canopy <input type="checkbox"/>	c. Parapente <input type="checkbox"/>	d Otro <input type="checkbox"/>	texto
Observaciones: texto				
9.1.3 En Superficie Terrestre (M) <input type="checkbox"/>				
a. Montañismo <input type="checkbox"/>	b. Escalada <input type="checkbox"/>	c. Senderismo <input type="checkbox"/>	d. Cicloturismo <input type="checkbox"/>	e. Canyoning <input type="checkbox"/>
f. Exploración de cuevas <input type="checkbox"/>	g. Actividades Recreativas <input type="checkbox"/>	h. Cabelgata <input type="checkbox"/>	i. Caminata <input type="checkbox"/>	j. Camping <input type="checkbox"/>
k. Picnic <input type="checkbox"/>	l. Observación de flora y fauna <input type="checkbox"/>	m. Observación de astros <input type="checkbox"/>	n. Otro <input type="checkbox"/>	
Observaciones: texto				
<b>9.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U)</b> <input type="checkbox"/>				

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

## 12. RECURSO HUMANO

SI  N  S

a. Número de personas a cargo de la administración y operación del atractivo	0	d. Número de personas especializadas en turismo	0
e. Número de personas con nivel de instrucción (M):		f. Número de personas capacitadas por temática (M)	g. Número de personas que manejan algún idioma (M)
Primaria <input type="checkbox"/> Secundaria <input type="checkbox"/>	0	Primeros Auxilios <input type="checkbox"/> Hospitalidad <input type="checkbox"/>	Inglés <input type="checkbox"/> Alemán <input type="checkbox"/>
Tercer Nivel <input type="checkbox"/> Cuarto Nivel <input type="checkbox"/>	0	Atención al Cliente <input type="checkbox"/> Guianza <input type="checkbox"/>	Francés <input type="checkbox"/> Italiano <input type="checkbox"/>
Otro <input type="text"/>		Sensibilización de discapacidades <input type="checkbox"/> Otro <input type="text"/>	Chino <input type="checkbox"/> Otro <input type="text"/>
Observaciones: <input type="text"/>			

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

Forma parte de la Feria Ganadera, y es el espectáculo de las fiestas de Paccha donde concurre más gente, el evento autoridades del cantón. se inicia con la abalgata, en la que participan las principales

### 14. ANEXOS

#### a. Archivo Fotográfico (dos) (HD)



Fuente:

#### b. Ubicación gráfica del Atractivo



Fuente:

### FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)

ELABORADO POR:		VALIDADO POR:	APROBADO POR:
Apellido y Nombre	Ericka Lascano - Nathaly Rodas	Apellido y Nombre	Apellido y Nombre
Institución	Universidad Técnica de Machala	Institución	Institución
Cargo	Estudiantes	Cargo	Cargo

elascano2@utmachala.edu.ec Correo	Correo Electrónico	Correo Electrónico
Electrónico nrodas1@utmachala.edu.ec		
Teléfono 0979820302 - 0999657749	Teléfono	Teléfono

## - Carrera de Caballos

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																	
Código del atractivo:	0	7	0	3	5	0	M	C	0	1	0	1	0	3	0	0	1
	Provincia	Cantón	Parroquia			Categoría	Tipo		Subtipo		Jerarquía			Atractivo			
<b>1. DATOS GENERALES</b>																	
<b>1.1 Nombre del Atractivo Turístico</b>																	
Carrera de Caballos																	
<b>1.2 Categoría</b>					<b>1.3 Tipo</b>					<b>1.4 Subtipo</b>							
MANIFESTACIONES CULTURALES					ARQUITECTURA					ESPACIO PUBLICO							
<b>2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO</b>																	
<b>2.1 Provincia</b>					<b>2.2 Cantón</b>					<b>2.3 Parroquia</b>							
EL_ORO					ATAJUALPA					PACCHA.							
<b>2.4 Barrio, Sector o Comina</b>					<b>2.5 Calle Principal</b>					<b>2.6 Número</b>		<b>2.7 Transversal</b>					
Paccha																	
<b>2.8 Latitud (grados decimales)</b>					<b>2.9 Longitud (grados decimales)</b>					<b>2.10 Altura (msnm)</b>							
					<a href="#">Click</a>					2.400							
<b>2.11 Información del administrador adm</b>																	
a. Tipo de Administrador: <a href="#">texto</a>								b. Nombre de la Institución: <a href="#">texto</a>									
c. Nombre del Administrador: <a href="#">texto</a>								d. Cargo que ocupa: <a href="#">texto</a>									
e. Teléfono / Celular: <a href="#">(+59)</a>								f. Correo Electrónico: <a href="#">texto</a>									
Observaciones: <a href="#">texto</a>																	
<b>3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO</b>																	
<b>3.1 Características climatológicas</b>																	
a. Clima: <a href="#">templado</a>					b. Temperatura(°C):					c. Precipitación Pluviométrica (mm):							
<b>3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U)</b>																	
a. Cultura					b. Naturaleza					c. Aventura							
<b>3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico</b>																	
a. Prístino <input type="checkbox"/>			b. Primitivo <input type="checkbox"/>			c. Rústico Natural <input type="checkbox"/>			d. Rural <input type="checkbox"/>			e. Urbano					
<b>3.4 Ingreso al atractivo (U)</b>																	

a. Tipo de Ingreso	b. Horario de Atención		c. Atención			
	Ingreso	Salida	Todos los días	Fin de semana y ferias	Solo días hábiles	Otro Especificar
Libre	8:00	0:00		┘	┘	┘ texto
Restringido	0:00	0:00	┘	┘	┘	┘ texto
Pagado	0:00	0:00	┘	┘	┘	┘ texto
d. Maneja un sistema de reservas:	f. Forma de Pago:		Efectivo	Deposito		tarjeta
e. Precio:	Desde 0,00	Hasta 0,00	Tarjeta de Crédito	Dinero efectivo	Banco	Transferencia
g. Meses recomendables de visita:		Mayo y Septiembre				
Observaciones: texto						
4. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO						
SI <input type="checkbox"/> N <input type="checkbox"/> S <input type="checkbox"/>						
a. Nombre de la ciudad o poblado más cercano (Que presente condiciones mínimas de servicios): Paccha						
b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano: km	c. Tiempo estimado de desplazamiento en auto: 0:20	d. Coordenadas (grados decimales):	Lat.: 0	Long.: 0		
Observaciones: texto						
4.2 Vías de Acceso (M)						
Tipo de vía						
a. Primer orden	Coordenada de inicio	Coordenada de fin	Distancia (km)	Tipo de material	Estado	
	0	0	0	0	texto	

Hotel	0	0	0	Hotel	0	0	0
Hostal	0	0	0	Hostal	2	4	4
Hostería	0	0	0	Hostería	2	2	0
Hacienda Turística	0	0	0	Hacienda Turística	1	2	2
Lodge	0	0	0	Lodge	0	0	0
Resort	0	0	0	Resort	0	0	0
Refugio	0	0	0	Refugio	4	4	4
Campamento Turístico	0	0	0	Campamento Turístico	0	0	0
Casa de Huéspedes	0	0	0	Casa de Huéspedes	0	0	0
Observaciones: texto				Observaciones: texto			
Alimentos y bebidas registrados				Alimentos y bebidas registrados			
Número de Mesas Plazas				Número de Mesas Plazas			
Restaurantes	0	0	0	Restaurantes	6	5	5
Cafeterías	0	0	0	Cafeterías	6	4	4
Bares	0	0	0	Bares	2	2	2
Fuentes de soda	0	0	0	Fuentes de soda	0	0	0
Observaciones: texto				Observaciones: No hay, pero si se puede llevar comida al atractivo.			
Agencias de Viaje				Agencias de Viaje			
Establecimientos registrados				Establecimientos registrados			

Mayoristas	0	Mayoristas	0
Internacionales	0	Internacionales	0
Operadoras	0	Operadoras	0
Observaciones: texto		Observaciones: texto	
Nacional Guía Local Nacional Especializado Cultura		1	Nacional Guía Local Nacional Especializado Cultura
Aventura		1	Aventura
1 0 0		1 0 0	
Observaciones: texto		Observaciones: texto	

**5.2 Facilidades en el entorno al atractivo**

Categoría (M)	Tipo (M)	Cantidad	Coordenadas	Administrador	Accesibilidad Estado (U)				
					universal	B	R	M	
a. De apoyo a la gestión turística	Punto de Información	1			0	texto			
	I-Tur	0			0	texto			
	Centro de interpretación	0			0	texto			
	Centro de facilitación turística	0			0	texto			
	Centro de recepción de visitantes	0			0	texto			
b. De observación y vigilancia	Garitas de guardianía	0			0	texto			
	Miradores	2			0	texto			
	Torres de avistamiento de aves	0			0	texto			
	Torres de vigilancia salvavidas	0			0	texto			
c. De recorrido y descanso	Senderos	0			0	texto			
	Estaciones de sombra y descanso	0			0	texto			
	Áreas de acampar	0			0	texto			
	Refugio de alta montaña	0			0	texto			
d. De servicio	Baterías sanitarias	0			0	texto			
	Estacionamientos	0			0	texto			
e. Otros		0			0	texto			

Observaciones: texto

**5.3 Complementarios a la actividad turística (M)**

a. En el Atractivo	b. En la ciudad o poblado cercano
Alquiler y venta de equipo de artesanías y especializado merchandising	Alquiler y venta de equipo de artesanías y especializado merchandising
Cajero automático	Cajero automático
Otro	Otro
Especifique: texto	Especifique: texto

Observaciones: texto

**6. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO**

**6.1 Atractivo (U)**

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

**6.1.1 Factores de alteración y deterioro (M)**

6.1.1.1 Naturales (M)	6.1.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)
a. Erosión	a. Actividades agrícolas y ganaderas
	b. Actividades forestales extractivas / minería
	c. Actividades

b. Humedad	d. Actividades industriales	e. Negligencia / abandono	f. Huaquearía
c. Desastres naturales	g. Conflicto de tenencia	Condiciones de uso y Falta de mantenimiento exposición	
d. Flora/Fauna	j. Contaminación del ambiente	k. Generación de residuos	l. Expansión urbana
e. Clima	m. Conflicto político / social	n. Desarrollo industrial / comercial	o. Vandalismo
Otro	Especifique: <input type="text"/>		
Observaciones: <input type="text"/>			
<b>6.2 Entorno (U)</b>			
a. Conservado	b. Alter	c. En ado	oceso de deterioro
Observaciones: <input type="text"/>			
6.2.1 Factores de alteración y deterioro (M)			
6.2.1.1 Naturales (M)		6.2.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)	
a. Erosión	a. Actividades agrícolas y ganaderas	b. Actividades forestales	c. Actividades extractivas / minería
b. Humedad	d. Actividades industriales	e. Negligencia / abandono	f. Huaquearía
c. Desastres naturales	g. Conflicto de tenencia	Condiciones de uso y Falta de mantenimiento exposición	
d. Flora/Fauna	j. Contaminación del ambiente	k. Generación de residuos	l. Expansión urbana
e. Clima	m. Conflicto político / social	n. Desarrollo industrial / comercial	o. Vandalismo
Otro	Especifique: <input type="text"/>		
Observaciones: <input type="text"/>			
<b>6.3. Declaratoria del espacio turístico asociado al atractivo</b>			
a. Declarante:	Denominación: <input type="text"/>	b. Fecha de declaración: <input type="text"/>	c. Alcance: <input type="text"/>
Observaciones: <input type="text"/>			
<b>7. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA</b>			
<b>SI    N    S</b>			
<b>7.1 Servicios Básicos</b>			
<b>a. En el atractivo</b>		<b>b. En la ciudad o poblado más cercano</b>	
Agua:		Agua:	
Especifique: <input type="text"/>		Especifique: <input type="text"/>	
Energía eléctrica:		Energía eléctrica:	
Especifique: <input type="text"/>		Especifique: <input type="text"/>	



c. Policía metropolitana / Municipal	<input type="checkbox"/>	Del	texto
d. Otra	<input type="checkbox"/>		texto
Observaciones: texto			
<b>7.5 Servicio de comunicación de uso público (M)</b> <input type="checkbox"/>			
<b>a. En el atractivo</b> <input type="checkbox"/>		<b>b. En la ciudad o poblado mas cercano</b> <input type="checkbox"/>	
Telefonia (M) <input type="checkbox"/>		Conexión a internet (M) <input type="checkbox"/>	
Fija <input type="checkbox"/>	Línea telefónica <input type="checkbox"/>	Fibra óptica <input type="checkbox"/>	
Móvil <input type="checkbox"/>	Satélite <input type="checkbox"/>	Redes inalámbricas <input type="checkbox"/>	
Satélite <input type="checkbox"/>	Telefonia móvil <input type="checkbox"/>		
Observaciones: texto			
<b>Radio portátil (U)</b> <input type="checkbox"/>			
De uso exclusivo para el visitante <input type="checkbox"/>		De uso exclusivo para comunicación interna <input type="checkbox"/>	
De uso exclusivo en caso de emergencia <input type="checkbox"/>			
Observaciones: texto			
<b>7.6 Multiamenazas (M)</b> <input type="checkbox"/>			
Deslaves <input type="checkbox"/>		Sismos <input type="checkbox"/>	
Erupciones volcánicas <input type="checkbox"/>		Incendios forestales <input type="checkbox"/>	
Sequía <input type="checkbox"/>		Inundaciones <input type="checkbox"/>	
Aguajes <input type="checkbox"/>		Tsunami <input type="checkbox"/>	
¿Existe un plan de contingencia en caso de catástrofes? <input type="checkbox"/>	Institución que elaboró el documento:	texto	Nombre documento: texto Año elaboración: de 0
Observaciones: texto			
<b>8. POLÍTICAS Y REGULACIONES</b> <input type="checkbox"/>			
		SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
		SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
a. ¿El GAD cuenta con el Plan de Desarrollo Turístico Territorial?		SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
		Año de elaboración: 2017	
b. ¿El atractivo se encuentra dentro de la planificación turística territorial (GAD'S)?		SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
		Especifique: texto	
c. ¿Existen normativas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?		SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
		Especifique: texto	
d. ¿Existen ordenanzas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?		SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
		Especifique: texto	
Observaciones: texto			
<b>9. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U)</b> <input type="checkbox"/>			
		SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
		SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
<b>9.1 ATRACTIVOS NATURALES (M)</b> <input type="checkbox"/>			
9.1.1 En el Agua (M) <input type="checkbox"/>			
a. Buceo <input type="checkbox"/>	b. Kayak de mar <input type="checkbox"/>	c. Kayak lacustre <input type="checkbox"/>	d. Kayak de Río <input type="checkbox"/>
e. Surf <input type="checkbox"/>	f. Kite surf <input type="checkbox"/>	g. Rafting <input type="checkbox"/>	h. Snorkel <input type="checkbox"/>
i. Tubing <input type="checkbox"/>	j. Regata <input type="checkbox"/>	k. Paseo en panga <input type="checkbox"/>	l. Paseo en bote <input type="checkbox"/>
m. Paseo en lancha <input type="checkbox"/>	n. Paseo en moto acuática <input type="checkbox"/>	o. Parasailing <input type="checkbox"/>	p. Esquí acuático <input type="checkbox"/>
q. Banana flotante <input type="checkbox"/>	r. Boya <input type="checkbox"/>	s. Pesca deportiva <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>
texto			
Observaciones: texto			
9.1.2 En el Aire (M) <input type="checkbox"/>			
a. Alas Delta <input type="checkbox"/>	b. Canopy <input type="checkbox"/>	c. Parapente <input type="checkbox"/>	d. Otro <input type="checkbox"/>
texto			
Observaciones: texto			
9.1.3 En Superficie Terrestre (M) <input type="checkbox"/>			
a. Montañismo <input type="checkbox"/>	b. Escalada <input type="checkbox"/>	c. Senderismo <input type="checkbox"/>	d. Cicloturismo <input type="checkbox"/>
e. Canyoning <input type="checkbox"/>	f. Exploración de cuevas <input type="checkbox"/>	g. Actividades Recreativas <input type="checkbox"/>	h. Cabalgata <input type="checkbox"/>
i. Caminata <input type="checkbox"/>	j. Camping <input type="checkbox"/>	k. Picnic <input type="checkbox"/>	l. Observación de flora y fauna <input type="checkbox"/>
m. Observación de astros <input type="checkbox"/>	n. Otro <input type="checkbox"/>	texto	
Observaciones: texto			
<b>9.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U)</b> <input type="checkbox"/>			

Especifique: texto	Especifique: texto
Disposición de desechos <input type="checkbox"/> Especifique: texto	Disposición de desechos <input type="checkbox"/> Especifique: texto
Observaciones: texto	

### 7.2 Señalética en el atractivo

7.2.1 Ambiente	7.2.2. Tipo	7.2.3. Materialidad			Especifique	7.2.4. Estado		
		a. Madera	b. Aluminio	c. Otro		B	R	M
En áreas urbanas <input type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales	0	3	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas	0	3	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	0	3	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de atractivos turísticos	0	3	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de sitio	0	3	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
En áreas naturales <input type="checkbox"/>	Tótems direccionales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Señales turísticas de aproximación	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Paneles de direccionamiento hacia atractivos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de atractivos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de direccionamiento hacia atractivos, servicios y actividades	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Letreros informativos <input type="checkbox"/>	Mesas interpretativas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótem de sitio	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótem de direccionamiento	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Señalética interna de seguridad <input type="checkbox"/>	De información botánica	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Normativos de concienciación	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otros <input type="checkbox"/>	Protección de los elementos del atractivo	0	3	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Observaciones: texto

### 7.3 Salud (más cercano) (M)

a. En el atractivo <input type="checkbox"/>		b. En la ciudad o poblado más cercano <input type="checkbox"/>	
Hospital o Clínica <input type="checkbox"/>	0	Hospital o Clínica <input type="checkbox"/>	0
Puesto / Centro de salud <input type="checkbox"/>	0	Puesto / Centro de salud <input type="checkbox"/>	1
Dispensario médico <input type="checkbox"/>	0	Dispensario médico <input type="checkbox"/>	1
Botiquín de primeros auxilios <input type="checkbox"/>	1	Botiquín de primeros auxilios <input type="checkbox"/>	1
Otros <input type="checkbox"/>	0	Otros <input type="checkbox"/>	0

Observaciones: texto

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

c. Policía metropolitana / Municipal	<input type="checkbox"/>	Otro	texto
d. Otra	<input type="checkbox"/>		texto
Observaciones: texto			
<b>7.5 Servicio de comunicación de uso público (M)</b> <input type="checkbox"/>			
<b>a. En el atractivo</b> <input type="checkbox"/>		<b>b. En la ciudad o poblado mas cercano</b> <input type="checkbox"/>	
Telefonía (M) <input type="checkbox"/>		Conexión a internet (M) <input type="checkbox"/>	
Fija <input type="checkbox"/>	Línea telefónica <input type="checkbox"/>	Fibra óptica <input type="checkbox"/>	Fija <input type="checkbox"/>
Móvil <input type="checkbox"/>	Satélite <input type="checkbox"/>	Redes inalámbricas <input type="checkbox"/>	Móvil <input type="checkbox"/>
Satelital <input type="checkbox"/>	Telefonía móvil <input type="checkbox"/>		Satelital <input type="checkbox"/>
Observaciones: texto			
Radio portátil (U) <input type="checkbox"/>			
De uso exclusivo para el visitante <input type="checkbox"/>		De uso exclusivo para comunicación interna <input type="checkbox"/>	
De uso exclusivo en caso de emergencia <input type="checkbox"/>			
Observaciones: texto			
<b>7.6 Multiamenazas (M)</b> <input type="checkbox"/>			
Deslaves <input type="checkbox"/>		Sismos <input type="checkbox"/>	
Erupciones volcánicas <input type="checkbox"/>		Incendios forestales <input type="checkbox"/>	
Sequia <input type="checkbox"/>		Inundaciones <input type="checkbox"/>	
Aguajes <input type="checkbox"/>		Tsunami <input type="checkbox"/>	
¿Existe un plan de contingencia en caso de catástrofes? <input type="checkbox"/>		Institución que elaboró el documento: texto	Nombre del documento: texto
		Año de elaboración: 0	
Observaciones: texto			
<b>8. POLÍTICAS Y REGULACIONES</b> <input type="checkbox"/>			
		SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
a. ¿El GAD cuenta con el Plan de Desarrollo Turístico Territorial? <input type="checkbox"/>		SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
		Año de elaboración:	
b. ¿El atractivo se encuentra dentro de la planificación turística territorial (GAD'S)? <input type="checkbox"/>		SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
		Especifique: texto	
c. ¿Existen normativas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo? <input type="checkbox"/>		SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
		Especifique: texto	
d. ¿Existen ordenanzas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo? <input type="checkbox"/>		SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
		Especifique: texto	
Observaciones: texto			
<b>9. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U)</b> <input type="checkbox"/>			
		SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
<b>9.1 ATRACTIVOS NATURALES (M)</b> <input type="checkbox"/>			
9.1.1 En el Agua (M) <input type="checkbox"/>			
a. Buceo <input type="checkbox"/>	b. Kayak de mar <input type="checkbox"/>	c. Kayak lacustre <input type="checkbox"/>	d. Kayak de Río <input type="checkbox"/>
e. Surf <input type="checkbox"/>	f. Kite surf <input type="checkbox"/>	g. Rafting <input type="checkbox"/>	h. Snorkel <input type="checkbox"/>
i. Tubing <input type="checkbox"/>	j. Regata <input type="checkbox"/>	k. Paseo en panga <input type="checkbox"/>	l. Paseo en bote <input type="checkbox"/>
m. Paseo en lancha <input type="checkbox"/>	n. Paseo en moto acuática <input type="checkbox"/>	o. Parasailing <input type="checkbox"/>	p. Esquí acuático <input type="checkbox"/>
q. Banana flotante <input type="checkbox"/>	r. Boya <input type="checkbox"/>	s. Pesca deportiva <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>
texto			
Observaciones: texto			
9.1.2 En el Aire (M) <input type="checkbox"/>			
a. Alas Delta <input type="checkbox"/>	b. Canopy <input type="checkbox"/>	c. Parapente <input type="checkbox"/>	d. Otro <input type="checkbox"/>
texto			
Observaciones: texto			
9.1.3 En Superficie Terrestre (M) <input type="checkbox"/>			
a. Montañismo <input type="checkbox"/>	b. Escalada <input type="checkbox"/>	c. Senderismo <input type="checkbox"/>	d. Cicloturismo <input type="checkbox"/>
e. Canyoning <input type="checkbox"/>	f. Exploración de cuevas <input type="checkbox"/>	g. Actividades Recreativas <input type="checkbox"/>	h. Cabelgata <input type="checkbox"/>
i. Caminata <input type="checkbox"/>	j. Camping <input type="checkbox"/>	k. Picnic <input type="checkbox"/>	l. Observación de flora y fauna <input type="checkbox"/>
m. Observación de astros <input type="checkbox"/>	n. Otro <input type="checkbox"/>		
Observaciones: texto			
<b>9.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U)</b> <input type="checkbox"/>			

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

**12. RECURSO HUMANO** SI  N  S

a. Número de personas a cargo de la administración y operación del atractivo <input type="checkbox"/> 0		d. Número de personas especializadas en turismo <input type="checkbox"/> 0	
e. Número de personas con nivel de instrucción (M): Primaria <input type="checkbox"/> Secundaria <input type="checkbox"/> Tercer Nivel <input type="checkbox"/> Cuarto Nivel <input type="checkbox"/> Otro <input type="checkbox"/> <a href="#">texto</a>		f. Número de personas capacitadas por temática (M) Primeros Auxilios <input type="checkbox"/> Hospitalidad <input type="checkbox"/> Atención al Cliente <input type="checkbox"/> Guianza <input type="checkbox"/> Sensibilización de discapacidades <input type="checkbox"/> Otro <input type="checkbox"/> <a href="#">texto</a>	
g. Número de personas que manejan algún idioma (M) Inglés <input type="checkbox"/> Alemán <input type="checkbox"/> Francés <input type="checkbox"/> Italiano <input type="checkbox"/> Chino <input type="checkbox"/> Otro <input type="checkbox"/> <a href="#">texto</a>			

Observaciones: [texto](#)

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

[mejorar el templo. Se realizan los tres días de](#)  
 Las carreras de caballos, se celebran en Honor a la Virgen del Rosario, tiene como objetivo principal recaudar fondos para fiestas, luego de haber asistido con devoción a la santa misa.

**14. ANEXOS**

**a. Archivo Fotográfico (dos) (HD)**



Fuente: [texto](#)

**b. Ubicación gráfica del Atractivo**



Fuente: [texto](#)

**FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)**

ELABORADO POR:	VALIDADO POR:	APROBADO POR:
Apellido y Nombre <a href="#">Lascano Ericka - Nathaly Rodas</a>	Apellido y Nombre	Apellido y Nombre
Institución <a href="#">Universidad Técnica de Machala</a>	Institución	Institución
Cargo <a href="#">Estudiantes</a>	Cargo	Cargo

<a href="mailto:elascano2@utmachala.edu.ec">elascano2@utmachala.edu.ec</a> Correo Electrónico	Correo Electrónico	Correo Electrónico
<a href="mailto:nrodas1@utmachala.edu.ec">nrodas1@utmachala.edu.ec</a>		
Teléfono 0979820302 - 0999657749	Teléfono	Teléfono
Firma <a href="#">Lascano Ericka - Nathaly Rodas</a>	Firma	Firma
Fecha	Fecha	Fecha

## Complejo Arqueológico de Yacuvña

RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN TÉCNICA			
CRITERIOS DE VALORACIÓN	DESCRIPCIÓN	PONDERACIÓN	RESULTADO
A ACCESIBILIDAD y CONECTIVIDAD	Contempla el ingreso, horario al atractivo y facilidades instaladas para personas con alguna discapacidad; además, se hace referencia a la existencia de vías de acceso al sitio, con énfasis en las cualidades que condicionan la relación distancia/tiempo, así también la conectividad tecnológica.	18	11
B PLANTA TURÍSTICA / SERVICIOS	Registra equipamientos y la disponibilidad de servicios en el atractivo.	18	14,4
C ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN SITIO / ENTORNO	Estimación de la integridad de los atributos patrimoniales físico ambientales y socioculturales, en particular de las condiciones del sitio y su entorno.	14	14
D HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA	Hace referencia a la disponibilidad de dispositivos para recolección de basura, procedencia del agua, presencia de actos vandálicos, limpieza e iluminación del atractivo.	14	9,7
E POLÍTICAS Y REGULACIONES	Consideración del atractivo dentro de la Planificación territorial turística cantonal y cumplimiento de regulaciones para las actividades que se realizan en el atractivo.	10	10
F ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN EN EL ATRACTIVO	Constatación de actividades que se practican en el atractivo, mismas que le dan valor agregado.	9	12
G DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO	Publicaciones internacionales, nacionales, monografías o medios de difusión. Declaratorias y reconocimientos. Relevancia y divulgación.	7	7
H REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA	Registro del tipo de visitantes, perfil de consumo, volumen intensidad de uso. Estimación de demanda potencial.	5	2
I RECURSOS HUMANOS	Hace referencia al nivel de instrucción académico del personal que labora en el atractivo.	5	2
<b>TOTAL</b>		<b>100</b>	<b>82,1</b>

## Mirador de la Santa Cruz

RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN TÉCNICA			
CRITERIOS DE VALORACIÓN	DESCRIPCIÓN	PONDERACIÓN	RESULTADO

<b>A</b>	<b>ACCESIBILIDAD y CONECTIVIDAD</b>	Contempla el ingreso, horario al atractivo y facilidades instaladas para personas con alguna discapacidad; además, se hace referencia a la existencia de vías de acceso al sitio, con énfasis en las cualidades que condicionan la relación distancia/tiempo, así también la conectividad tecnológica.	18	<b>14</b>
<b>B</b>	<b>PLANTA TURÍSTICA / SERVICIOS</b>	Registra equipamientos y la disponibilidad de servicios en el atractivo.	18	<b>9,9</b>
<b>C</b>	<b>ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN SITIO / ENTORNO</b>	Estimación de la integridad de los atributos patrimoniales físico ambientales y socioculturales, en particular de las condiciones del sitio y su entorno.	14	<b>14</b>
<b>D</b>	<b>HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA</b>	Hace referencia a la disponibilidad de dispositivos para recolección de basura, procedencia del agua, presencia de actos vandálicos, limpieza e iluminación del atractivo.	14	<b>9,7</b>
<b>E</b>	<b>POLÍTICAS Y REGULACIONES</b>	Consideración del atractivo dentro de la Planificación territorial turística cantonal y cumplimiento de regulaciones para las actividades que se realizan en el atractivo.	10	<b>10</b>
<b>F</b>	<b>ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN EN EL ATRACTIVO</b>	Constatación de actividades que se practican en el atractivo, mismas que le dan valor agregado.	9	<b>3</b>
<b>G</b>	<b>DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO</b>	Publicaciones internacionales, nacionales, monografías o medios de difusión. Declaratorias y reconocimientos. Relevancia y divulgación.	7	<b>4</b>
<b>H</b>	<b>REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA</b>	Registro del tipo de visitantes, perfil de consumo, volumen intensidad de uso. Estimación de demanda potencial.	5	<b>0</b>
<b>I</b>	<b>RECURSOS HUMANOS</b>	Hace referencia al nivel de instrucción académico del personal que labora en el atractivo.	5	<b>2</b>
<b>TOTAL</b>			<b>100</b>	<b>66,6</b>

## Iglesia de San Juan Bautista

<b>RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN TÉCNICA</b>				
<b>CRITERIOS DE VALORACIÓN</b>		<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>PONDERACIÓN</b>	<b>RESULTADO</b>
<b>A</b>	<b>ACCESIBILIDAD y CONECTIVIDAD</b>	Contempla el ingreso, horario al atractivo y facilidades instaladas para personas con alguna discapacidad; además, se hace referencia a la existencia de vías de acceso al sitio, con énfasis en las cualidades que condicionan la relación distancia/tiempo, así también la conectividad tecnológica.	18	<b>14</b>
<b>B</b>	<b>PLANTA TURÍSTICA / SERVICIOS</b>	Registra equipamientos y la disponibilidad de servicios en el atractivo.	18	<b>9,9</b>
<b>C</b>	<b>ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN SITIO / ENTORNO</b>	Estimación de la integridad de los atributos patrimoniales físico ambientales y socioculturales, en particular de las condiciones del sitio y su entorno.	14	<b>14</b>
<b>D</b>	<b>HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA</b>	Hace referencia a la disponibilidad de dispositivos para recolección de basura, procedencia del agua, presencia de actos vandálicos, limpieza e iluminación del atractivo.	14	<b>9,7</b>



E	<b>POLÍTICAS Y REGULACIONES</b>	Consideración del atractivo dentro de la Planificación territorial turística cantonal y cumplimiento de regulaciones para las actividades que se realizan en el atractivo.	10	<b>10</b>
F	<b>ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN EN EL ATRACTIVO</b>	Constatación de actividades que se practican en el atractivo, mismas que le dan valor agregado.	9	<b>3</b>
G	<b>DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO</b>	Publicaciones internacionales, nacionales, monografías o medios de difusión. Declaratorias y reconocimientos. Relevancia y divulgación.	7	<b>4</b>
H	<b>REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA</b>	Registro del tipo de visitantes, perfil de consumo, volumen intensidad de uso. Estimación de demanda potencial.	5	<b>0</b>
I	<b>RECURSOS HUMANOS</b>	Hace referencia al nivel de instrucción académico del personal que labora en el atractivo.	5	<b>2</b>
<b>TOTAL</b>			<b>100</b>	<b>66,6</b>

## Rodeo Montubio

<b>RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN TÉCNICA</b>				
<b>CRITERIOS DE VALORACIÓN</b>		<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>PONDERACIÓN</b>	<b>RESULTADO</b>
A	<b>ACCESIBILIDAD y CONECTIVIDAD</b>	Contempla el ingreso, horario al atractivo y facilidades instaladas para personas con alguna discapacidad; además, se hace referencia a la existencia de vías de acceso al sitio, con énfasis en las cualidades que condicionan la relación distancia/tiempo, así también la conectividad tecnológica.	18	<b>12,5</b>
B	<b>PLANTA TURÍSTICA / SERVICIOS</b>	Registra equipamientos y la disponibilidad de servicios en el atractivo.	18	<b>14,4</b>
C	<b>ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN SITIO / ENTORNO</b>	Estimación de la integridad de los atributos patrimoniales físico ambientales y socioculturales, en particular de las condiciones del sitio y su entorno.	14	<b>10</b>
D	<b>HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA</b>	Hace referencia a la disponibilidad de dispositivos para recolección de basura, procedencia del agua, presencia de actos vandálicos, limpieza e iluminación del atractivo.	14	<b>9,7</b>
E	<b>POLÍTICAS Y REGULACIONES</b>	Consideración del atractivo dentro de la Planificación territorial turística cantonal y cumplimiento de regulaciones para las actividades que se realizan en el atractivo.	10	<b>10</b>
F	<b>ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN EN EL ATRACTIVO</b>	Constatación de actividades que se practican en el atractivo, mismas que le dan valor agregado.	9	<b>3</b>
G	<b>DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO</b>	Publicaciones internacionales, nacionales, monografías o medios de difusión. Declaratorias y reconocimientos. Relevancia y divulgación.	7	<b>4</b>
H	<b>REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA</b>	Registro del tipo de visitantes, perfil de consumo, volumen intensidad de uso. Estimación de demanda potencial.	5	<b>0</b>
I	<b>RECURSOS HUMANOS</b>	Hace referencia al nivel de instrucción académico del personal que labora en el atractivo.	5	<b>2</b>
<b>TOTAL</b>			<b>100</b>	<b>65,6</b>

## Carrera de Caballos

RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN TÉCNICA				
CRITERIOS DE VALORACIÓN	DESCRIPCIÓN	PONDERACIÓN	RESULTADO	
A	ACCESIBILIDAD y CONECTIVIDAD	Contempla el ingreso, horario al atractivo y facilidades instaladas para personas con alguna discapacidad; además, se hace referencia a la existencia de vías de acceso al sitio, con énfasis en las cualidades que condicionan la relación distancia/tiempo, así también la conectividad tecnológica.	18	5
B	PLANTA TURÍSTICA / SERVICIOS	Registra equipamientos y la disponibilidad de servicios en el atractivo.	18	14,4
C	ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN SITIO / ENTORNO	Estimación de la integridad de los atributos patrimoniales físico ambientales y socioculturales, en particular de las condiciones del sitio y su entorno.	14	14
D	HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA	Hace referencia a la disponibilidad de dispositivos para recolección de basura, procedencia del agua, presencia de actos vandálicos, limpieza e iluminación del atractivo.	14	9,7
E	POLÍTICAS Y REGULACIONES	Consideración del atractivo dentro de la Planificación territorial turística cantonal y cumplimiento de regulaciones para las actividades que se realizan en el atractivo.	10	10
F	ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN EN EL ATRACTIVO	Constatación de actividades que se practican en el atractivo, mismas que le dan valor agregado.	9	3
G	DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO	Publicaciones internacionales, nacionales, monografías o medios de difusión. Declaratorias y reconocimientos. Relevancia y divulgación.	7	4
H	REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA	Registro del tipo de visitantes, perfil de consumo, volumen intensidad de uso. Estimación de demanda potencial.	5	0
I	RECURSOS HUMANOS	Hace referencia al nivel de instrucción académico del personal que labora en el atractivo.	5	2
<b>TOTAL</b>			<b>100</b>	<b>62,1</b>





