

**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

TEMA:

Propuesta de segmentación y uso de atractivos dark para la
diversificación de la oferta turística de Guayaquil

AUTORES:

Cevallos Montaña, Rosa Antonella

Pineda Álvarez, Franklin Andrés

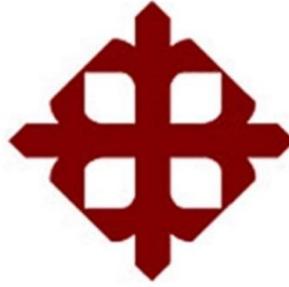
**Trabajo de titulación previo a la obtención del Título de
Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**

TUTORA:

Lcda. Aline Gutiérrez Northía, Mgs.

Guayaquil, Ecuador

a los 11 días del mes de septiembre del año 2018



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación, fue realizado en su totalidad por **Cevallos Montaña Rosa Antonella** y **Pineda Álvarez Franklin Andrés**, como requerimiento para la obtención del título de Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras.

TUTORA

f. _____

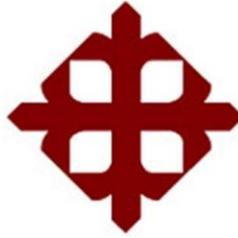
Lcda. Aline Gutiérrez Northía, Mgs.

DIRECTORA DE LA CARRERA

f. _____

Ing. María Belén Salazar Raymond, Mgs.

Guayaquil, a los 11 días del mes de septiembre del año 2018



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Cevallos Montaña Rosa Antonella

DECLARO QUE:

El trabajo de titulación, **Propuesta de segmentación y uso de atractivos dark para la diversificación de la oferta turística de Guayaquil** previo a la obtención del título de **Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 11 días del mes de septiembre del año 2018

LA AUTORA

f. _____
Cevallos Montaña Rosa Antonella



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Pineda Álvarez Franklin Andrés

DECLARO QUE:

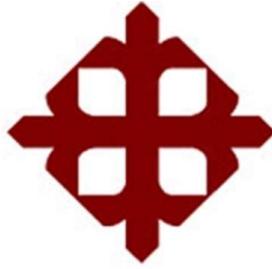
El trabajo de titulación, **Propuesta de segmentación y uso de atractivos dark para la diversificación de la oferta turística de Guayaquil** previo a la obtención del título de **Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 11 días del mes de septiembre del año 2018

EL AUTOR

f. _____
Pineda Álvarez Franklin Andrés



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

AUTORIZACIÓN

Yo, Cevallos Montaña Rosa Antonella

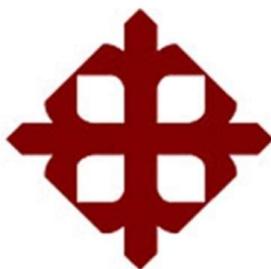
Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Propuesta de segmentación y uso de atractivos dark para la diversificación de la oferta turística de Guayaquil**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 11 días del mes de septiembre del año 2018

LA AUTORA

f. _____

Cevallos Montaña Rosa Antonella



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

AUTORIZACIÓN

Yo, Pineda Álvarez Franklin Andrés

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Propuesta de segmentación y uso de atractivos dark para la diversificación de la oferta turística de Guayaquil**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 11 días del mes de septiembre del año 2018

EL AUTOR

f. _____

Pineda Álvarez Franklin Andrés



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS

Certificación de Antiplagio

Certifico que después de revisar el documento final del trabajo de titulación denominado **Propuesta de segmentación y uso de atractivos dark para la diversificación de la oferta turística de Guayaquil**, presentado por los estudiantes **Rosa Antonella Cevallos Montaña y Franklin Andrés Pineda Álvarez**, fue enviado al Sistema Antiplagio URKUND, presentando un porcentaje de similitud correspondiente al 0 %, por lo que se aprueba el trabajo para que continúe con el proceso de titulación.

The screenshot shows the URKUND interface with the following details:

Documento	T.T. Cevallos Montaña-Pineda Álvarez.docx (D40870626)
Presentado	2018-08-19 14:24 (-04:00)
Presentado por	franklin_p1596@hotmail.com
Recibido	aline.gutierrez.ucsg@analysis.orkund.com
Mensaje	T.T. Cevallos Montaña-Pineda Álvarez Mostrar el mensaje completo

0% de estas 68 páginas, se componen de texto presente en 0 fuentes.

f. _____

Lcda. Aline Gutiérrez Northía, Mgs.

TUTORA

Agradecimiento

Agradezco a Dios por permitirme concluir con éxito una etapa académica en mi vida.

A mis padres por darme siempre su apoyo a pesar de cualquier adversidad, a mi hermana por escucharme siempre y tener paciencia, a mis abuelos por estar conmigo y junto a mis padres en mi formación.

A mis tíos, tías, primos, primas, amistades; que me brindaron su apoyo de alguna forma durante el proceso de investigación, ustedes saben quiénes son. A las personas que estuvieron prestos a abrirnos sus puertas y enriquecer con la información necesaria.

A Franklin Pineda por ser un excelente compañero, amigo y trabajar juntos durante todo el proceso. A mi tutora por guiarnos paso a paso.

Rosa Antonella Cevallos Montaña

Dedicatoria

Dedico este trabajo a mis padres, por siempre estar a mi lado, enseñarme a ser una persona responsable, en especial a mi mami por todos los sacrificios para darme primero una buena educación; a mis abuelos, por cambiar de residencia y ayudar a mis padres y a mí en momentos difíciles, mi mami Rosita por cuidarme y ayudarme en mis tareas; a mi hermanita por querer siempre lo mejor para mí.

Rosa Antonella Cevallos Montaña

Agradecimiento

Le agradezco al Ser Supremo Dios, él es la fuerza sobrenatural que me ayuda, me hace sentir seguro en mis actos, ya que sin él nada de esto sería posible, él me ha dado la energía necesaria para nunca rendirme y seguir en la lucha constante y alcanzando objetivos personales y profesionales

Agradezco a mi madre María Auxiliadora Álvarez por el apoyo incondicional, con ella he podido superar angustias, preocupaciones así como también disfrutar alegrías por los éxitos logrados, además gracias por los consejos y buenos valores inculcados que me han servido para convertirme en una mejor persona y profesional.

Agradezco a mi padre Franklin Vicente Pineda por sus sabios consejos y apoyo en toda esta etapa estudiantil que me han servido para crecer como persona.

Agradezco a mi hermana Melanie Tatiana Pineda por el amor y su apoyo en los momentos claves de mi vida.

Agradezco a mis padrinos: mi abuelito Rafael Álvarez y mi tía Marlene Pineda por sus consejos y estar siempre pendiente de cada paso que doy

También le agradezco a mi abuelita, tíos y primos, puesto que siempre estuvieron prestos a ayudarme en todo momento bueno y malo de mi etapa personal y estudiantil.

Le agradezco a mi tutora la Lcda Aline Gutiérrez por las guías y explicaciones brindadas en nuestra etapa universitaria y ayudarnos en la elaboración de nuestro trabajo de titulación

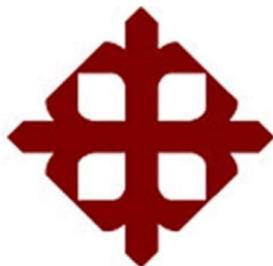
Agradezco a mi compañera de tesis y amiga Antonella Cevallos, por el gran equipo de trabajo que conformamos para así obtener un trabajo de calidad y de gran importancia académica.

Franklin Andrés Pineda Álvarez

Dedicatoria

El presente trabajo es dedicado a Dios por brindarme la fortaleza necesaria cada día, a mis padres por confiar en mí y siempre alentarme a seguir adelante sin importar lo difícil que fuera, a mi hermana por el apoyo y cariño incondicional

Franklin Andrés Pineda Álvarez



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

f. _____

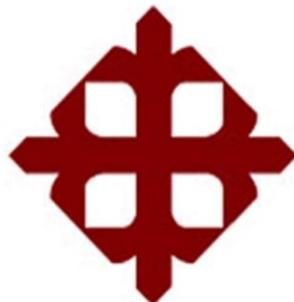
Ing. María Belén Salazar Raymond, Mgs.
DECANO O DIRECTORA DE CARRERA

f. _____

Lcda. Karla Ramírez Iñiguez, Mgs
COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA

f. _____

Lcda. Grace Mogollón Claudett, Mgs.
OPONENTE



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

CALIFICACIÓN

APELLIDOS Y NOMBRES	NOTA FINAL DEL TUTOR
Cevallos Montaña Rosa Antonella	
Pineda Álvarez Franklin Andrés	

f. _____

Lcda. Aline Gutiérrez Northía, Mgs.

Índice General

Resumen.....	xix
Abstract	xx
Introducción	2
Antecedentes	3
Justificación del Tema.....	4
Planteamiento del problema.....	7
Formulación del problema	8
Objetivos	8
Objetivo General:.....	8
Objetivos Específicos:	8
Capítulo I: Marcos de la investigación.....	9
Marco teórico.....	9
Teoría de las necesidades humanas.....	9
Teoría Motivación Turística.....	9
Teoría de las Emociones.	10
Teoría de Desarrollo Económico.	10
Marco conceptual.....	11
El Turismo <i>Dark</i>	11
Turismo.	12
Morbo.....	12
Desastres Naturales.....	12
Sitios de Conflicto.....	13
Zonas Urbanas de Riesgo.....	13
Inventario Turístico.....	13
Marco referencial	13
Accidente nuclear en Chernobyl.	14
United States Holocaust Memorial Museum.	15
Jewish Museum Berlin.....	16
Marco legal	17
Plan Nacional de Desarrollo.	17
Marco Metodológico de la investigación.....	19

Tipo de Investigación.....	19
Enfoque metodológico.....	20
Diseño de la investigación a realizar.....	20
Universo-población.....	20
Muestra.....	21
Técnicas de recolección de datos.....	21
Capítulo II: Identificación de atractivos de tipo <i>dark</i> en la ciudad de Guayaquil.....	23
Fortín de la Planchada.....	28
Plaza de la Victoria.....	29
Casona Universitaria.....	30
Antigua Cárcel Municipal.....	31
Museo Naval BAE “Abdón Calderón”.....	32
Sector Nigeria-Isla Trinitaria (Recorrido Turístico).....	33
Cementerio Patrimonial de Guayaquil.....	34
Entrevistas a las entidades públicas y privadas encargadas de los potenciales atractivos <i>dark</i> en Guayaquil.....	35
Capítulo III: Estudio de mercado para determinar los gustos y preferencias de usuarios potenciales de turismo <i>dark</i> en Guayaquil.....	39
Análisis de resultados de la encuesta realizada al mercado potencial.....	40
Análisis de las entrevistas realizadas a los operadores turísticos.....	52
Capítulo IV: Propuesta de segmentación y uso de atractivos <i>dark</i> para la diversificación de la oferta turística de Guayaquil.....	55
Guayaquil Visión – <i>City tour</i>	55
Guayaquil. <i>Travel</i> – Tour de los Museos.....	57
Sector Nigeria – Isla Trinitaria (Recorrido Turístico).....	57
<i>Tour</i> : Plaza de la Victoria - Antigua Cárcel Municipal - Cementerio Patrimonial.....	59
Resumen de mejoras necesarias a implementar en los atractivos de tipo <i>dark</i>	62
Modelos de señalética a implementar en los atractivos.....	65
.....	65
Conclusiones.....	73
Recomendaciones.....	74
Referencias Bibliográficas.....	75
Apéndices.....	79

Índice de Figuras

<i>Figura 1.</i> Teoría de las Necesidades de Abraham Maslow	8
<i>Figura 2.</i> Coches de Choque en Chernobyl	13
<i>Figura 3.</i> United States Holocaust Memorial Museum	14
<i>Figura 4.</i> Jewish Museum Berlin	15
<i>Figura 5.</i> Fortín de la Planchada	27
<i>Figura 6.</i> Plaza de la Victoria	28
<i>Figura 7.</i> Casona Universitaria	29
<i>Figura 8.</i> Antigua Cárcel Municipal	30
<i>Figura 9.</i> Museo Naval BAE “Abdón Calderón”	31
<i>Figura 10.</i> Sector Nigeria-Isla Trinitaria (Recorrido Turístico)	32
<i>Figura 11.</i> Cementerio Patrimonial de Guayaquil	33
<i>Figura 12.</i> País y/o ciudad de procedencia	40
<i>Figura 13.</i> Género de los encuestados	41
<i>Figura 14.</i> Edades de los encuestados	41
<i>Figura 15.</i> Interés de las personas por conocer sitios históricos y poco convencionales	42
<i>Figura 16.</i> Principal Motivo de visita para estos lugares	43
<i>Figura 17.</i> Visita a destinos con este tipo de turismo	44
<i>Figura 18.</i> Lugares tipología dark visitados por los turistas	45
<i>Figura 19.</i> Con quién realiza sus viajes	47
<i>Figura 20.</i> Ofrecimiento de un paquete turístico para la visita a estos lugares	48
<i>Figura 21.</i> Disponibilidad de pago de los turistas	49
<i>Figura 22.</i> Tour Plaza de la Victoria, Antigua Cárcel Municipal y Cementerio Patrimonial de Guayaquil	58
<i>Figura 23.</i> Modelo de paleta tipo A como señalética para el Fortín de la Planchada	64
<i>Figura 24.</i> Modelo de paleta tipo A como señalética de aproximación para los atractivos	65
<i>Figura 25.</i> Modelo de propaganda para la Plaza de la Victoria	65
<i>Figura 26.</i> Diagrama de Gaant Proyecto Implementación de mejoras para uso de atractivos	68

Índice de Tablas

<i>Tabla 1.</i> Clasificación atractivos <i>dark</i>	22
<i>Tabla 2.</i> Atractivos <i>dark</i>	24
<i>Tabla 3.</i> Ficha resumen de <i>city tour</i> –Operadores Turísticos	53
<i>Tabla 4.</i> Agenda de recorrido.....	57
<i>Tabla 5.</i> Resumen de mejoras necesarias a implementar en los atractivos de tipo <i>dark</i>	61

Índice de Apéndices

<i>Apéndice A.</i> Modelo de entrevista a entidades públicas y privadas a cargo de los atractivos seleccionados	78
<i>Apéndice B.</i> Modelo de encuesta	91
<i>Apéndice C.</i> Modelo de entrevista a operadores turísticos	93
<i>Apéndice D.</i> Ficha para el levantamiento y jerarquización de atractivos turísticos.	101

Resumen

El presente trabajo presenta una propuesta para incorporar atractivos turísticos de la ciudad de Guayaquil que se catalogan dentro del tipo *dark* a la oferta actual de la ciudad con el propósito de diversificarla. Se procede a identificar siete lugares que califican como atractivos bajo la conceptualización *dark*, se levanta información de dichos sitios con ayuda de la ficha de inventario de atractivos turísticos, además se realizan entrevistas a las entidades públicas y privadas a cargo de los mismos, para conocer su estado actual. Posteriormente se hace una encuesta al mercado, que arroja como resultado el interés que tienen las personas por visitar estos nuevos atractivos y se realiza entrevistas a los operadores turísticos, los cuales se encuentran interesados en operar estos sitios, mientras no exista problemas con los permisos de operación y se garantice la seguridad en dichos lugares. Se genera una propuesta para la inclusión de estos nuevos atractivos a la oferta turística actual, mediante tours que realizan actualmente los operadores y la creación de una nueva ruta, considerando la implementación de señalética turística y promoción de estos lugares.

Palabras claves: Propuesta, Guayaquil, turismo dark, oferta, operación, tours

Abstract

This thesis is a study about “Dark tourism” in Guayaquil as a new project to increase tourism in the city, which is based on visiting historical and old places associated with the purpose to diversify local activities and attractions. It identifies seven places in the city which could be consider as "Dark attractions" with the help of historical data and depth interviews in the private and public sector to know the present situation of the business. On the other hand, based on a market research there is an interest in tourists to get involved in such activities, the study found out that suppliers as bus drivers or tourist guides feel comfortable with the new trend if they have security during the trips and are allowed to operate at those times and places. It concludes with the proposal to create new attractions and road trips including "Dark tourism" considering the implementation of signs on the streets and a good marketing strategy.

Keywords: Proposal, Guayaquil, dark tourism, offer, operation, tours.

Introducción

Guayaquil, conocida como la Perla del Pacífico, es la ciudad más poblada y el puerto de principal acceso del Ecuador, esto ha generado la visita de turistas nacionales y extranjeros ya sea por motivo de negocios, vacaciones o simplemente conocer la historia que caracteriza a una de las ciudades más importantes del país, pues la urbe ha tenido una evolución en la planta turística debido a las mejoras continuas que han realizado las entidades pertinentes.

En la ciudad de Guayaquil se puede encontrar diferentes atractivos culturales que han motivado la visita de turistas, puesto que estos se encuentran relacionados con la historia y el desarrollo constante de la urbe en los últimos años, esto ha permitido que muchos operadores turísticos ofrezcan un *city tour* tradicional por los puntos más icónicos de la ciudad, especialmente en la zona centro que abarca el Malecón 2000, Avenida 9 de Octubre, Las Peñas, entre otros.

La Empresa Pública Municipal de Turismo, Promoción Cívica y Relaciones Internacionales de Guayaquil mediante su campaña “Guayaquil es mi destino”, ha desarrollado unas guías turísticas, las cuales ayudan a las personas, puesto que cuentan con alternativas de visita dentro de la ciudad y esto beneficia en la búsqueda de fomentar y potenciar el turismo en dichos lugares históricos y patrimoniales.

Sin embargo dicha oferta turística ofrecida es reducida, lo cual provoca que el período de estadía de los turistas sea muy corto, debido a que no se encuentran más actividades que realizar dentro de la misma, por esta razón se busca generar un listado de nuevos atractivos que ayuden a diversificar la oferta turística actual de la ciudad.

Dentro del trabajo de investigación que realizamos, se trata de incorporar nuevos atractivos turísticos a la oferta de la ciudad, bajo la conceptualización de tipología *dark*, la cual trata de la visita a sitios poco convencionales, donde ocurrieron hechos históricos que marcaron a la ciudad, este término puede resultar desconocido en algunas personas, pero ese morbo por conocer lugares nuevos, ayudaría al incremento de turistas y por ende al crecimiento económico de la ciudad.

Antecedentes

El turismo es considerado una fuente de ingresos económicos para muchos países en el mundo y esto ha influido para que se convierta en un fenómeno de constante desarrollo y evolución en los últimos años, dando como resultado el surgimiento de nuevas tipologías de turismo, como el actual turismo *dark*.

Según Morales, Hernández y Millán (2017), este término de turismo considerado totalmente nuevo, fue utilizado por primera vez en 1996 por los profesores escoceses John Lennon y Malcolm Foley, en la revista científica *International Journal of Heritage Studie*; aunque cabe recalcar que en la antigüedad el turismo oscuro ya se lo practicaba.

Un claro ejemplo, son las batallas que tenían los gladiadores que se realizaban en los coliseos de la antigua Roma, donde las personas acudían de distintas partes del Imperio con el objetivo de observar la muerte de una persona o un ser vivo. Además, se puede mencionar en la época medieval, las ejecuciones públicas de personas en los lugares más importantes de distintas ciudades, atraídos por la manera que se realizaba tal atrocidad y el motivo de su condena a muerte (Moufakkir & Burns, 2012).

En el Siglo XX, las dos guerras mundiales que dejaron como consecuencia la devastación por ataques de bombas nucleares en las ciudades de Hiroshima y Nagasaki y con la llegada del nuevo milenio donde prevalecen los desastres de la naturaleza o los provocados por el hombre, lo cual han dejado un patrimonio que alimenta el turismo oscuro (Soro, 2017).

En la actualidad, estos lugares que han presenciado escenarios de diferentes índoles como asesinatos, enfrentamientos bélicos, terrorismo o hechos vinculados con sufrimiento y muerte ha provocado una gran atención y visita de personas, el cual ha crecido por ese morbo acompañado por lo desconocido para así interesarse, conocer y aprender sobre la causa que originó los distintos tipos de acontecimientos.

Esto puede ser constatado por Stone y Sharpley (2014), que manifiestan el crecimiento del turismo *dark*, que resulta cada vez más notorio en el último medio siglo, y en consonancia con el notable crecimiento del turismo, el turismo *dark* se ha generalizado y diversificado. En cuanto a la oferta, se ha producido un

rápido crecimiento en la prestación de atracciones o experiencias. Por otra parte, el turismo *dark* se ha vuelto ampliamente reconocido tanto como modalidad de turismo, como herramienta de promoción.

Por ello, este tipo de turismo, busca mantenerse gracias a la construcción de memoriales, museos, cementerios, lugares de representación histórica que de forma indirecta fomenta al turismo en general.

Justificación del Tema

El turismo *dark* es considerado una nueva tendencia de turismo a nivel mundial, el cual trata de la visita a lugares que han sido artífices de acontecimientos de distintas índoles como: tragedias, desastres naturales, zonas de conflicto político y social que generan el morbo de los turistas por conocer más sobre dichos espacios históricos.

Esta modalidad de turismo está ganando cada vez más adeptos alrededor del mundo y se busca la manera de seleccionar dicho mercado y ofrecer una oferta de su agrado que brinde grandes contribuciones económicas (Soro, 2017).

Soro (2017), en su artículo web sobre turismo *dark* de, *The Ostelea School of Tourism & Hospitality*, indica las diferentes actividades de turismo oscuro que se realizan en distintas partes del mundo, las cuales han incentivado a la explotación de dicho mercado a través de tours para lograr experiencias únicas en los turistas

Entre las actividades más significativas menciona:

Visita a los cementerios

En España, específicamente en la ciudad de Barcelona, se cuenta con dos cementerios: **Montjuic** y **Poble Nou**, que se encuentran debidamente equipados con material tecnológico, donde los turistas pueden realizar visitas virtuales en realidad aumentada y mantener interacciones a través de diferentes apps.

En París, se encuentra el cementerio **Père-Lachaise**, que alberga la tumba de famosos como Jim Morrison, Frédéric Chopin, Marcel Proust, Oscar Wilde, que recibe dos millones de visitantes al año, es considerado uno de los más visitados a

nivel mundial. Otro cementerio muy visitado por turistas latinoamericanos es el **Montparnasse**.

En Buenos Aires, Argentina se encuentra el cementerio **La Recoleta**, muy visitado por turistas internacionales, donde la atracción es la tumba de **Evita Perón**.

Visita a los Memoriales

Dentro del mismo, se debe nombrar las ciudades de **Hiroshima** y **Nagasaki**, que fueron devastadas por bombas nucleares lanzadas por el ejército estadounidense, tiempo después dichas ciudades construyeron memoriales y museos en alusión a la tragedia. Destaca en Hiroshima: el **Peace Memorial Museum**, el cual en el año 2016 registró cifras records con más de 1,7 millones de visitantes y en Nagasaki tenemos: el **Peace Park, Nagasaki Atomic Museum** y **Nagasaki Peace Memorial Hall for the Atomic Bomb Victims**.

Visita a las Cárceles

Dentro de esta denominación se encuentra la famosa **prisión de Alcatraz** ubicada en la ciudad de San Francisco, que se ha convertido en un atractivo museo coordinado por el Servicio Nacional de Parques de Estados Unidos, mismo que atrae aproximadamente a 1,5 millones de turistas al año

Como conclusión, se ha notado un crecimiento en el interés por parte de los turistas internacionales en la oferta de turismo oscuro, el mismo ha sido aprovechado por los países antes mencionados para ofrecer este tipo de actividades diferentes a los visitantes que buscan conocer y sentirse parte de la historia, además de generar ingresos económicos y puestos de trabajo en estos sitios.

Implementación del turismo *dark* en Guayaquil

La Empresa Pública Municipal de Turismo de Guayaquil busca el desarrollo turístico y la pernoctación de las personas en la urbe, gracias a la implementación de rutas por los diferentes atractivos históricos, culturales y de naturaleza que se encuentran en la guía de Guayaquil es mi destino. Por tal motivo, se propondrá la inclusión de atractivos *dark* dentro de la ciudad, lo cual se convertirá en ese plus que

necesita la oferta actual, ya que es considerado algo innovador y cuyo mercado serían turistas nacionales y extranjeros.

De acuerdo a los datos arrojados por el Observatorio Turístico de Guayaquil realizado en el año 2015, los principales visitantes extranjeros fueron provenientes de Colombia con 21%, Perú con el 17% y Estados Unidos con 15%; y a nivel interno Pichincha con el 24% y Manabí con el 13%, los cuales serían considerados como el mercado potencial para esta nueva oferta (Guayaquil es mi destino, 2016).

La oferta turística, hotelera y gastronómica de la ciudad permite satisfacer necesidades más exigentes de sus visitantes y brinda un ambiente de negocios adecuado, según un estudio sobre la demanda turística en Guayaquil, de la Universidad Espíritu Santo (UEES) en el 2014, menciona que el 71% de los turistas que llega a Guayaquil es por iniciativa propia y su permanencia es en promedio unos cinco días (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Guayaquil, 2018).

Por esta razón, el turismo *dark* dentro de la ciudad de Guayaquil, podría convertirse en esa oferta diferenciadora e innovadora, para empezar se necesita generar conocimiento en la población sobre esta nueva tendencia, la cual puede ser beneficiosa en el ámbito económico ya que las personas tendrán la curiosidad de conocer estos espacios que se relacionan con tragedias, memoriales y muerte, y pagar por los mismos.

Dentro de este trabajo se desea, identificar los potenciales lugares *dark* utilizando como herramienta la nueva metodología de levantamiento de información de atractivos turísticos implementada por el Ministerio de Turismo (Mintur) en el año 2017, con esto se busca obtener un listado de posibles atractivos que sean calificados como aptos para el desarrollo de turismo *dark* en la ciudad de Guayaquil y así agregarlos a la oferta turística. Además se debe realizar un estudio de mercado para conocer el interés que tienen las personas por la visita de estos nuevos lugares que se desean ofertar dentro de la ciudad.

Planteamiento del problema

La desinformación de atractivos que pueden ser implementados desde un nuevo enfoque para diversificar la oferta actual en la ciudad de Guayaquil, provoca los siguientes problemas:

Interpretación equívoca de lo que contempla nuevas tendencias como es el turismo *dark*.

Inexistencia de base de datos de atractivos *dark*, representa desconocimiento de nuevos destinos. Por lo tanto, operadores turísticos; no implementan en sus programas las visitas a estos atractivos ya que no conocen su existencia y accesibilidad al mismo.

La actual metodología de inventario no contempla en su clasificación al turismo *dark*, la cual es necesaria implementar para que la oferta turística varíe dentro de lo que se ofrece regularmente en la ciudad.

Insuficiencia de oferta turística innovadora para que los turistas realicen actividades de caminata y excursión dentro de la ciudad en diferentes horarios y se queden más tiempo en Guayaquil al ofrecerles una amplia oferta.

Ausencia de oferta en este tipo de turismo ocasiona pérdida de turistas interesados en vivir nuevas experiencias y emociones que puedan complementar en su visita al país. Y menos ingresos, afectan al sector turístico, al sector económico de Ecuador.

Formulación del problema

¿Cómo influye la inclusión en el inventario de atractivos turísticos de tipo dark en el fortalecimiento de la oferta turística de la ciudad de Guayaquil?

Objetivos

Objetivo General:

Diseñar una propuesta de segmentación y uso de atractivos *dark* para la diversificación de la oferta turística de Guayaquil basada en la aplicación de la metodología actualizada de inventarios.

Objetivos Específicos:

Identificar los atractivos de tipo *dark* en la ciudad de Guayaquil para su segmentación y uso.

Realizar un estudio de mercado para determinar los gustos y preferencias de usuarios potenciales de turismo *dark* en Guayaquil.

Elaborar una propuesta de segmentación y uso de atractivos *dark* para la diversificación de la oferta turística de Guayaquil.

Capítulo I: Marcos de la investigación

Marco teórico

Teoría de las necesidades humanas.

Abraham Maslow publicó la teoría en 1943 la cual tuvo alcance en el campo de la psicología, *marketing* y publicidad. Según Maslow todas las personas tienen una tendencia a llegar a la realización y en el orden de la pirámide, primero se debe de cubrir las necesidades básicas; con el paso de la vida ir escalando la pirámide hasta que la persona se siente auto realizada. Las necesidades satisfacen tres tipos de comportamiento: el constructivo, donde la persona se beneficia y también a los que están alrededor; el destructivo, se satisfacen las necesidades pero no todos se benefician y el fallido, donde no se satisfacen las necesidades (Noticias Universia México, 2017).



Figura 1. Teoría de las necesidades humanas Abraham Maslow. Adaptado de <http://noticias.universia.net.mx/educacion/noticia/2017/09/07/1155577/teoria-necesidades-humanas-abraham-maslow.html>

Teoría Motivación Turística.

Es una adaptación al modelo de Maslow donde se incorpora el factor de la experiencia turística. Los niveles de motivación turística según Pearce son los siguientes:

Necesidad de relajación: Que consiste en el descanso del turista por una actividad diferente a la que habitualmente realiza. Necesidad de estimulación: Seguridad y emociones fuertes que se buscan al momento de visitar un lugar. Necesidades sociales: Se refiere a la familia, relaciones íntimas de amistad y va relacionado a mostrar lo que la persona está realizando. Necesidad de autoestima: Está basado en el desarrollo personal, cultural, histórico y medioambiental. Necesidad autorrealización: Búsqueda de la felicidad (Pearce, 1982).

En la pirámide de Maslow y la adaptación de Pearce. Se detalla que en el primer nivel se encuentra alimentación, descanso, servicios básicos; donde el turista debe cubrir sus necesidades alimenticias y de alojamiento. Por lo tanto el producto turístico debe contar con ello. En el siguiente nivel de seguridad, lo relaciona con las emociones de la persona, que motiva al turista a tomar una decisión y visitar ese lugar. Y en los siguientes tres niveles, donde el turista da a conocer su *status*, de acuerdo a los lugares que visita, los conocimientos que ha adquirido y la felicidad que le ha generado.

Teoría de las Emociones.

La teoría de Cannon-Bard 1934 menciona que los estímulos emocionales tienen dos efectos independientes, que provocan el sentimiento de emoción en el cerebro y también la expresión en el sistema nervioso. Y estos dos estímulos emocionales se presentan al mismo tiempo. En el momento que se da un hecho que se refleja en las personas mediante una emoción, los impulsos nerviosos llevan la información al tálamo y a la corteza, donde se realizan los procesos complejos de pensamiento y nos llevan a tomar una decisión (Revista Española de Neuropsicología, 2004).

Si se da a conocer los atractivos *dark* de Guayaquil, la información que reciban los turistas debe llamar su atención, para que sus emociones se activen y decidan visitar el lugar.

Teoría de Desarrollo Económico.

Arthur Lewis en su teoría del desarrollo económico explica que se debe decidir que es producto y cuál es el costo de producción; algunos pueden ser publicidad y transporte, de igual forma tener más procedimientos de bienes y servicios. Menciona

que el número de horas que trabaja una persona y la conducta humana influye en el crecimiento económico; la actitud de la persona en el trabajo, la riqueza que espera obtener, el ahorro y la invención (Lewis, 1957).

Dentro de las causas del crecimiento económico. Primero está el esfuerzo de economizar; es decir solo tomar en cuenta lo necesario, sobretodo lo innovador. En segundo lugar, el aumento de conocimientos y aplicación; relacionado a los valores de la sociedad, si las instituciones y la población están de acuerdo o no al momento de realizar un proyecto y fomentar el ocio. Tercero, el volumen del capital; mediante el análisis de los siguientes factores: creencias, diferencias raciales, geográficas, accidente histórico. El autor recomienda eliminar los prejuicios porque afectarán al crecimiento (Lewis, 1957).

Al integrar una propuesta innovadora como es el turismo *dark* al producto turístico ya existente en Guayaquil, previamente se debe conocer la apertura del sector turístico, entidades de la ciudad; y la aceptación del mercado. Cuando se tiene este resultado, verificar que la publicidad sea atrayente para mostrar los atractivos *dark*, tener transporte adecuado para movilizar a los turistas a estos lugares y personal capacitado. Si se cumplen los parámetros antes mencionados por el autor de la teoría, se puede aportar al desarrollo económico deseado.

Marco conceptual

El Turismo *Dark*.

El término turismo *dark*, turismo negro o también conocido como *dark tourism* en inglés, comenzó siendo utilizado por los profesores de la Universidad Escocesa de Glasgow John Lennon y Malcolm Foley (1996) que hace referencia a los fenómenos paranormales, tragedias humanas o hechos relacionados con la muerte y desastre.

Estos autores manifiestan que el *dark tourism* abarca la presentación, consumo y desplazamiento por parte de los visitantes hacia los lugares donde ocurrieron eventos relacionados con muerte y sufrimiento, no lo realizan para conmemorar a las víctimas de dichos sucesos, sino más bien como motivo de recreación y ocio.

Para Lennon y Foley (2000), a pesar de que la muerte siempre despertó el interés de la humanidad a lo largo de la historia, su transformación en producto

turístico caracteriza a la sociedad contemporánea y es considerada como un indicativo de la posmodernidad.

También Tarlow (2005) define al turismo *dark* como las visitas a los lugares en los que han ocurrido tragedias o muertes y que continúan impactando nuestras vidas. Más tarde, Stone (2006) lo define como el acto de viajar a los lugares que están relacionados con la muerte y el sufrimiento.

Stone y Sharpley de la Universidad de Lancashire, Reino Unido (2015) definen al turismo oscuro como el acto de viajar y visitar lugares, atracciones y exhibiciones que son reales o recreaciones de la muerte, verdadera o aparentemente, sufridas y cuyo tema principal es macabro.

Podemos concluir que esta nueva forma de turismo es propia de la modernidad, pues trata de satisfacer la necesidad de las personas por conocer estos lugares donde ocurrieron hechos trágicos, lo cual puede ser visto como una forma de ingresos económicos.

Turismo.

Según la Organización Mundial de Turismo (2007) “El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios profesionales”.

Morbo.

La Real Academia Española lo define como “el interés malsano hacia las cosas o personas; también como una atracción hacia los acontecimientos desagradables” (RAE, 2018).

Desastres Naturales.

Según la Agencia Europea de Medio Ambiente, los define como cambios violentos, súbitos y destructivos en el medio ambiente cuya causa no es la actividad humana, sino los fenómenos naturales. De acuerdo con esto, un desastre natural es el resultado de un proceso que ocurre normalmente en la naturaleza, pero que al contacto

con la civilización humana provoca efectos adversos y a menudo demoledores que una simple lluvia o la exhalación de un volcán no ocasionan (GeoEnciclopedia, 2016).

Sitios de Conflicto.

Se denomina sitios de conflicto a los lugares donde se provocaron enfrentamientos por parte de grupos armados (RAE, 2018).

Zonas Urbanas de Riesgo.

También llamadas zonas urbano-marginales, son sitios o asentamientos humanos donde han sido excluidas de una correcta urbanización y son consideradas marginales del casco urbano moderno (Doré, 2008).

Inventario Turístico.

Se lo considera como un registro valorado de todos los sitios que, por sus atributos naturales, culturales y oportunidades para la operación constituyen parte del patrimonio nacional. Es un instrumento dinámico de información integrada para respaldar la gestión, por su capacidad de aportar datos consistentes para planificar, ejecutar y evaluar el territorio facilitando la toma de decisiones en materia de desarrollo turístico (Ministerio de Turismo, 2017).

Marco referencial

El turismo oscuro ha ganado gran protagonismo, en parte debido a la re-conceptualización del significado del atractivo, también se considera una novedosa tendencia en los consumos culturales de la urbe; se ha dado un gran interés por parte de la comunidad en general (Korstanje, 2017).

Accidente nuclear en Chernobyl.



Figura 2. Coches de Choque en Chernobyl. Adaptado de <https://www.vero4travel.com/2013/05/visitar-chernobyl-seguro-viajar-ver-pripyat.html>

Una explosión nuclear el 26 de abril de 1986 liberó partículas radioactivas a la atmósfera que se extendió por Europa. Dejó personas afectadas con cáncer y deformaciones, otras personas perdieron la vida. Todos fueron evacuados en un radio de 30 kilómetros, en la actualidad se lo conoce como la zona de exclusión. Con el pasar de los años se ha permitido el acceso a más zonas. Los turistas viven una experiencia única, ya que no hay masa de turistas y la ciudad se conserva intacta e imparte conocimientos a los turistas acerca de los peligros de la radiación (Ogmias, 2013).

El Consejo de Seguridad Nuclear de España donde Ucrania es miembro de la Organización Internacional de la Energía Atómica, respondió “si las autoridades de Ucrania permiten las visitas es porque no hay ningún riesgo para la salud en ellas”. De igual manera los guías realizan las visitas por áreas donde el nivel de radiación está controlado y donde han realizado tareas de descontaminación radioactiva. Los guías cuentan con un Geiger que su función es contar el nivel de radiación, incluso los turistas pueden alquilar este equipo. Al final de la visita se comprueba dos veces que los turistas y el transporte que usan no estén intoxicados (Ogmias, 2013).

Se puede observar los edificios antiguos, viviendas, supermercados, piscinas, restaurants, cine, gimnasios, guardería, hospitales, fábricas, parque de atracciones. Se percibe un ambiente de soledad y miedo. Hay excursiones que van de €75 a €250 (los precios pueden variar); en grupos e individual el precio es más alto. Antes de entrar se hace una explicación de los sucedido mediante un video de dos horas (Ogmias, 2013).

Chernobyl *Tour Operator Association* asegura que al año más de 18.000 turistas de todo el mundo visitan la zona del accidente nuclear en Chernobyl, pero pocos tienen la posibilidad de entrar en la zona de exclusión de la Central Nuclear y de Prípiat (Santamaría, 2017).

United States Holocaust Memorial Museum.



Figura 3. United States Holocaust Memorial Museum. Adaptado de:
<https://www.ushmm.org/information/about-the-museum>

El Museo Conmemorativo del Holocausto, localizado en Washington, busca inspirar a ciudadanos y líderes mundiales a enfrentar el odio, prevenir el genocidio e incrementar la dignidad humana. El museo cuenta con programas educativos donde se trata de englobar temas sobre la fragilidad de la libertad, el mito del progreso, conservar los valores democráticos, este conjunto de enseñanzas lleva a crear una responsabilidad moral en los ciudadanos. Actualmente se enfrenta una negación del Holocausto justo cuando los sobrevivientes y otros testigos ya no estarán vivos. El museo tiene exhibiciones itinerantes y conmemoraciones del Holocausto. Desde su creación en abril 1993 hasta junio 2016, el museo ha tenido más de 40.2 millones de visitantes, donde un 24% son estudiantes, 12% extranjeros, 90% no eran judíos, 3.500 dignatarios de más de 132 países e incluido 98 representantes del Gobierno (United States Holocaust Memorial Museum, 2018).

Jewish Museum Berlin.



Figura 4. Jewish Museum Berlin. Adaptado de:

<https://www.facebook.com/jmberlin/photos/a.146220575391708.28577.130840390263060/1706895682657515/?type=3&theater>

El museo se inauguró en el año 2001, recibe 700.000 personas por año, que representan aproximadamente 2.000 personas por día. Está ubicado en el antiguo barrio judío de Berlín, la visita en el museo se encuentran lo que mencionan como ejes del Exilio. Su horario de atención es, lunes de 10:00 – 22:00 y martes a domingo de 10:00 – 20:00. La entrada tiene un precio de €8, descuento €3 y hasta seis años la entrada es gratuita (Jewish Museum Berlin, 2018).

Como se ha revisado en distintos lugares del mundo se realiza el turismo *dark*, la aceptación que tiene en los turistas se ve reflejado en el número de visitas. También se ve la organización que se ha desarrollado entorno a los atractivos turísticos. Las personas muestran su interés por conocer lugares innovadores, llenos de historias que puedan llenarlos de emociones.

Teniendo conocimiento que Ecuador tiene potenciales atractivos que puede pertenecer a la clasificación de *dark*, es posible implementarlo dentro de la promoción turística ya existente.

Marco legal

Plan Nacional de Desarrollo.

En el ámbito legal se debe mencionar la participación del Gobierno y las entidades de turismo, los cuáles son los encargados de realizar leyes, planes de desarrollo, normas que bajo las respectivas bases legales permitirán la aprobación, realización y desarrollo de las diferentes propuestas de turismo en el territorio nacional.

Según el **Art. 280 de la Constitución de la República del Ecuador**, el Plan de Desarrollo es el instrumento al que se sujetarán las políticas, programas y proyectos públicos; la programación y ejecución del presupuesto del Estado; y la inversión y la asignación de los recursos públicos; y coordinar las competencias exclusivas entre el Estado central y los gobiernos autónomos descentralizados. Su observancia será de carácter obligatorio para el sector público e indicativo para los demás sectores.

El Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021 “Toda una Vida”, es considerado un plan obligatorio para el sector público e indicativo para el privado, mismo que se encuentra orientado por un enfoque de derechos y permitirá el desarrollo sostenible.

Dentro de nuestra investigación se propone enfocarse en dos objetivos del nuevo Plan Nacional de Desarrollo “Toda una Vida” 2017-2021. Estos son el Objetivo Dos y el Objetivo Nueve.

Objetivo Dos.- Afirmar la interculturalidad y plurinacionalidad, revalorizando las identidades diversas en sus políticas es así como se detalla el título de este objetivo, dentro del mismo, la SENPLADES en el documento original del Plan Nacional de Desarrollo estipula políticas, las cuáles dentro de nuestra investigación abarcaría las siguientes:

2.3.- Promover el rescate, reconocimiento, investigación y protección del patrimonio cultural, saberes ancestrales, cosmovisiones y dinámicas culturales

Dentro de esta política se busca el reconocimiento por parte del Ministerio de Turismo, de ésta nueva modalidad de turismo *dark* en Guayaquil, mismo que puede ser agregado a las actividades que se puede realizar en la urbe porteña, ya que existen

personas con el morbo de experimentar cosas nuevas que sobresalgan de las típicas visitas cotidianas.

2.4.- Impulsar el ejercicio pleno de los derechos culturales junto con la apertura y fortalecimiento de espacios de encuentro común que promuevan el reconocimiento, valorización y desarrollo de las identidades diversas, la creatividad, libertad estética y expresiones individuales y colectivas.

2.8.- Estimular los encuentros comunes de la diversidad y su interacción con el desarrollo, mediante la promoción y circulación de las artes, culturas, memorias y patrimonios tangibles e intangibles.

Se busca el fortalecimiento del turismo *dark*, mediante el reconocimiento y desarrollo del mismo, de manera que sea acogido por las personas y se constituya en un elemento importante para lograr la promoción de artes, nuevas culturas y nuevas experiencias individuales y colectivas que se lograrán conseguir con la visita a éstos nuevos atractivos adheridos a la oferta turística actual.

Dentro del **Objetivo Nueve.- Garantizar la soberanía y la paz, y posicionar estratégicamente al país en la región y en el mundo** así se titula este objetivo del Nuevo Plan Nacional de Desarrollo.

9.4.- Posicionar y potenciar a Ecuador como un país megadiverso, intercultural y multiétnico, desarrollando y fortaleciendo la oferta turística nacional y las industrias culturales, fomentando el turismo receptivo como fuente generadora de divisas y empleo, en un marco de protección del patrimonio natural y cultural.

Dentro de este lineamiento, a partir de nuestra investigación se busca generar una oferta turística por los atractivos tipo *dark* en la ciudad de Guayaquil, para todas esas personas interesadas en conocer esta nueva tendencia turística, de cierta manera se ayudaría al turismo en general, lo cual generaría ingresos económicos y nuevas plazas de empleo.

Marco Metodológico de la investigación

Tipo de Investigación.

Se procede a detallar los tipos de investigación que se emplearon para llegar a la propuesta de uso y segmentación de los atractivos tipo *dark* para la diversificación de la oferta turística de la ciudad de Guayaquil.

Se realizó el tipo de investigación exploratoria, debido a que se indagó y se recolectó información sobre el turismo *dark* para entender el significado del mismo y luego proceder a buscar lugares en la ciudad de Guayaquil donde ocurrieron acontecimientos históricos poco convencionales que incluyen museos memoriales, antiguas prisiones, cementerios con riqueza cultural, zonas urbano-masivas.

Una vez recopilada la información, se procedió a realizar una investigación descriptiva para el análisis de dichos resultados encontrados.

Investigación Exploratoria.

Arias (2012) menciona que este tipo de investigación se realiza sobre un tema u objeto desconocido, que no ha sido estudiado o se ha abordado poco del mismo, por lo cual sus resultados generan una visión aproximada de dicho tema u objeto.

El estudio exploratorio nos ayuda a descubrir cosas nuevas que nos permitirán familiarizarnos y entender el tema sobre el cual se está realizando la investigación, en nuestro caso el turismo *dark* es una terminología poco estudiada en el medio, por lo cual se tiene que investigar su conceptualización y los lugares donde se aplique dicha clasificación.

Investigación Descriptiva.

Según Morales (2012), esta investigación trata de identificar un fenómeno o situación describiendo sus características principales y diferenciadoras.

Dentro de la investigación descriptiva, se trata de describir las características más importantes encontradas al momento de realizar la investigación exploratoria sobre estos nuevos lugares, pues se debe conocer el estado actual de las infraestructuras y así determinar su potencial uso para desarrollar este tipo de turismo.

Enfoque metodológico.

La metodología que se aplicará en este trabajo de titulación está orientado a dos enfoques: a) cualitativo y b) cuantitativo.

Para Graham (2012) señala que la investigación cualitativa trata de la obtención de datos de forma descriptiva, los cuales pueden llegar mediante palabras escritas u orales mencionadas por las personas, de esta forma se procede a analizar e interpretar la información obtenida.

Dentro de nuestra investigación se utilizará la entrevista como herramienta de análisis cualitativa.

Por su parte Gómez (2006) define que los estudios de tipo cuantitativo pretenden la recolección y análisis de datos numéricos, donde se busca la exactitud de dichos datos con el fin de obtener resultados que ayuden a responder las interrogantes presentadas en la investigación y así probar la hipótesis.

Dentro de nuestra investigación se utilizará la encuesta como herramienta de análisis cuantitativa.

Diseño de la investigación a realizar.

Dentro del diseño de la investigación que se desea aplicar, se empleará la investigación no experimental, puesto que no existirá un cambio o alteración en variable alguna. De acuerdo a Hernández, Fernández y Baptista (1991), esta investigación no experimental trata que el investigador se delimita a observar los hechos que ya han ocurrido sin causar alteración en las variables por lo tanto no tiene influencia sobre las mismas.

Universo-población.

Icart, Fuentelsaz y Pulpón (2006) definen a la población como el conjunto de personas que comparten características y forman parte del objeto de estudio. Al definir el número de personas que integran el universo se lo conoce como población finita, caso contrario se lo denomina población infinita.

Para la elaboración del trabajo de titulación se empleará como población el número total de visitantes nacionales y extranjeros que visitaron la ciudad de

Guayaquil en el año 2017, que según datos del Observatorio Turístico de Guayaquil y el Ministerio de Turismo 2018 dicha cantidad es de 2'111.260 (Guayaquil es mi destino, 2018).

Muestra.

La muestra es considerada un pequeño grupo de individuos tomados de la población, la cual será objeto de estudio. Se debe mencionar que este pequeño grupo debe ser representativo, determinar buenos criterios para su inclusión y emplear el muestreo correcto acorde a la investigación (Icart et al., 2006).

Dentro del proyecto se utiliza el cálculo de la población finita, puesto que se conoce el número de personas nacionales y extranjeros que visitaron Guayaquil.

Técnicas de recolección de datos.

Para la obtención de datos que nos ayudarán en nuestra investigación se procederá a utilizar como instrumentos de recolección de datos: la entrevista y la encuesta.

- a) **Entrevista:** Piacente (2009), la menciona como una técnica de recolección de datos, que trata de un intercambio verbal entre dos personas, un entrevistador y un entrevistado, basada en un cuestionario de preguntas que se debe realizar sobre un tema determinado del cual se tiene interés de conocer.

En nuestro caso, la entrevista será realizada a las entidades públicas y privadas a cargo de los atractivos seleccionados, para así conocer la situación actual de los mismos; además se realizará entrevista a los operadores turísticos para saber el interés por operar estos nuevos lugares

- b) **Encuesta:** Según Alvira (2011), la encuesta es una técnica de recolección de datos, realizada de forma verbal o escrita utilizando un cuestionario debidamente estructurado, una vez obtenido las respuestas, se procede al análisis e interpretación de los resultados.

La encuesta de nuestro proyecto tendrá como finalidad obtener datos acerca de la opinión que poseen los turistas nacionales y extranjeros sobre esta nueva oferta de atractivos *dark* en la ciudad de Guayaquil.

Capítulo II: Identificación de atractivos de tipo *dark* en la ciudad de Guayaquil

Ficha de categorización Atractivos *Dark*

Las autoras Guevara y Marcillo (2016) desarrollaron la siguiente clasificación de los atractivos *dark* a partir de la tipología de atractivos turísticos del Ministerio de Turismo del Ecuador. Tomando como base esta investigación, se ha desarrollado un listado de los posibles atractivos *dark* que se podrían implementar en la oferta turística ya existente en la ciudad. Posteriormente se ha procedido a inventariar los atractivos.

Tabla 1

Clasificación Atractivos Dark

Clasificación	Descripción
Desastres Naturales	Todos los atractivos <i>dark</i> que tengan estrecha relación con algún desastre natural que haya afectado a alguna comunidad o zona de importancia.
Sitios de Conflictos	Atractivos o lugares donde se desarrollaron eventos relacionados con guerras, batallas o conflictos, usualmente de carácter político o civil.
Penales	Aquellos lugares o atractivos que sirvieron de prisiones, cárceles, calabozos, o donde tuvo lugar alguna actividad de carácter penal.
Memoriales	Este subtipo agrupa todo lo que sean museos, muestras educativas, estatuas, feriados y días que conmemoren, algún desastre natural, conflicto bélico, zonas de riesgo o personaje histórico que haya fallecido de forma trágica, con el fin de preservar la historia en la actualidad.
Cementerios	Lugares de reposo de restos humanos, pudiendo ser tanto cementerios como fosas comunes. Algunos de ellos cuentan con grandes exponentes de arte.
Zonas Urbano – Masivas	Dentro de este se agrupan las zonas o lugares dentro de perímetros urbanos que son considerados de alto riesgo, tal como ocurre con las favelas en Brasil.
Casas Embrujadas	En este conjunto se agrupan aquellos atractivos o lugares como casas viejas, hostales, demás que cuentan con una leyenda o historia que evoque a espíritus, apariciones, almas en pena dentro del lugar.
Sitios de accidentes	Lugares donde se suscitó algún accidente o calamidad de carácter turístico o comercial, que incluya víctimas mortales o no y usualmente hayan sido viajeros o pasajeros. A esto se refieren con naufragios, accidentes aéreos, choques masivos, descarrilamientos de trenes, etc.

Nota: Tomado de “Propuesta metodológica para la inclusión de atractivos “dark” en la oferta turística del Ecuador”, por H. Guevara & A. Marcillo, 2016, *Trabajo de Titulación previo a la obtención del Título de: Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras*. Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Página 25-26

Al inicio de la investigación se habían considerado varios posibles atractivos *dark* dentro de la ciudad y cercanos a la urbe que posteriormente fueron descartados del presente estudio al analizar ciertas características relevantes para el turismo. Entre ellos, los siguientes:

Cerro Santa Ana; se descarta como zona – urbana masiva, al ser un lugar donde actualmente se lucha contra la delincuencia, no tiene más que mostrar a los visitantes y no posee un referente cultural o personajes reconocidos en el sector.

Se excluye de la clasificación de Casas Embrujadas a: Antiguo Edificio Banco La Previsora; existe un proyecto de realizar la extensión de la Universidad de Las Artes, dándole una nueva imagen a este edificio, que será usado con carácter estudiantil. Antiguo Hotel Cimas Bim Bam Bum; al indagar se menciona que el propietario tiene el proyecto de realizar en dicho lugar condominios. Mansión Abandonada de Urdesa Central, por medio de comunicados, la prensa señala que los moradores aseguran solo la existencia de delincuencia por ser un lugar abandonado. Las leyendas, El Hada Santa Ana y Cruces sobre el agua; no tienen un lugar físico que se pueda visitar y que muestre lo que ocurrió pero podrían ser incorporadas en los guiones de visita de otros atractivos de tipo *dark*.

Dentro de la clasificación de memoriales, se descarta el Camino Real del Inca, en la actualidad es una calle donde existen viviendas y comercio, mas no se puede observar lo ocurrido en la historia. Y como sitios de conflicto el Buijo Histórico, tiene el busto de Simón Bolívar, sin una leyenda o referencia que narre un hecho histórico y los proyectos de mejora aún no son realizados.

Posterior al análisis realizado, según los campos de clasificación posibles, se ha implementado un listado de los atractivos *dark* en Guayaquil; para ser inventariados con la actual Guía Metodológica para la Jerarquización de Atractivos y Generación de Espacios Turísticos del Ecuador 2017.

Tabla 2

Atractivos Dark

Clasificación	Atractivos
Sitios de Conflictos	Fortín de la Planchada Plaza de la Victoria Casona Universitaria
Penales	Antigua Cárcel Municipal
Memoriales	Museo Naval BAE “Abdón Calderón”
Zona Urbano-Masivas	Sector Nigeria- Isla Trinitaria (Recorrido Turístico)
Cementerios	Cementerio Patrimonial de Guayaquil

Las leyendas de la ciudad de Guayaquil que pueden ser relatadas en la visita de los atractivos *dark*, como son:

- Cruces sobre el agua: En la visita al Fortín de la Planchada

El 15 de noviembre de 1922 en las calles céntricas de Guayaquil, tras la huelga ocasionada por la falta de trabajo y la miseria; hubo trabajadores muertos y heridos. Este hecho es conocido como las Cruces sobre el agua (El Universo, 2011).

No se ha podido conocer la cantidad exacta de las víctimas, porque una parte de ellos fueron enterrados en fosas comunes por la noche y otros cuerpos fueron arrojados al río Guayas. Por esta razón en cada aniversario, se coloca coronas y cruces (El Telégrafo, 2012).

- El Hada Santa Ana: En la visita al Fortín de la Planchada

Recién fundada la ciudad por el Capitán Orellana. Un rey vivió estos primeros años en el cerro, un día su hija enfermó gravemente y acudió a un mago para que salvara a su hija de sus amores, el cual respondió que solo la salvaría si devolvía todas las riquezas que había robado, el rey respondió -que muera mi hija-. El mago condenó desaparecer al rey y a la hija, quienes podían aparecer cada 100 años, hasta que la joven encuentre a un hombre que la prefiera a ella y no las riquezas. Después, el mago escondió los tesoros en el centro del cerro, esa noche hubo un fuerte ruido. En 1544, este ruido volvió, mientras unos jóvenes conversaban. Amayo era uno de estos jóvenes que había oído la leyenda e intuyo que pronto habría una aparición. El Teniente Nino Lecumberri, había escuchado de los tesoros escondidos en el cerro, la noche llegando a Guayaquil, se le apareció la joven, quien pide que lo siga sin preguntar nada, le

mostró todas las riquezas escondidas tras una pared de mármol. El rey se encontraba dentro de esta cueva. El hada le menciona al teniente que todas esas riquezas pueden ser suyas o puede elegirla a ella. El Teniente prefirió la riqueza, tras su decisión se escucharon mil sonidos infernales, lamentos del rey y el hada; y estos tenían que desaparecer nuevamente. El Teniente empezó a gritar ¡Auxilio!, después de todos sus ruegos, apareció en lo alto del cerro, tras unos días Nino, colocó una cruz en la parte más elevada del cerro, realizaron búsquedas del tesoro y no se encontró la entrada a la cueva (Pino, 1930).

Se ha elaborado una ficha resumen con los atractivos *dark* antes mencionados, usando la Guía Metodológica para la Jerarquización de Atractivos y Generación de Espacios Turísticos del Ecuador 2017. Las fichas completas de inventario forman parte de los apéndices de la presente investigación.

Ficha resumen de Atractivos Dark

Nombre del Atractivo Turístico	Clasificación	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía
Fortín de la Planchada	Sitios de conflictos	Manifestaciones Culturales	Arquitectura	Área Histórica	2
Plaza de la Victoria	Sitios de conflictos	Manifestaciones Culturales	Arquitectura	Espacio Público	2
Casona Universitaria	Sitios de conflictos	Manifestaciones Culturales	Arquitectura	Histórica (Civil, Religiosa, Militar, Vernácula)	3
Antigua Cárcel Municipal de Guayaquil	Penales	Manifestaciones Culturales	Arquitectura	Histórica (Civil, Religiosa, Militar, Vernácula)	1
Museo Naval BAE “Abdón Calderón”	Memoriales	Manifestaciones Culturales	Arquitectura	Museos	3
Sector Nigeria - Isla Trinitaria (Recorrido Turístico)	Zonas – Urbanas Masivas	Manifestaciones Culturales	Acontecimientos Programados	Eventos Artísticos	2
Cementerio Patrimonial de Guayaquil	Cementerios	Manifestaciones Culturales	Arquitectura	Histórica (Civil, Religiosa, Militar, Vernácula)	3

Fortín de la Planchada



Figura 5. Fortín de la Planchada. Adaptado de <http://www.guayaquilesmidestino.com/es/patrimonio-de-la-ciudad/lugares/fortin-de-la-planchada>

Dentro de los atractivos analizados: el Fortín de la Planchada, tiene una jerarquía de dos, porque tiene acceso libre las 24 horas del día, los siete días de la semana, se encuentra conservado debido a que está localizado en un área histórica de la ciudad de Guayaquil, cuenta con una rampa para las personas con movilidad reducida por el sector de las escalinatas Diego Noboa y Arteta, cercano al atractivo cuenta con establecimientos de alimentos y bebidas, estacionamiento, cajeros automáticos. Se puede realizar recorridos autoguiados, fotografías y asistir a eventos programados como presentaciones, exhibiciones por fiestas de la ciudad que se suelen realizar en este atractivo. Se puede acceder por vehículo propio y metrovía.

Plaza de la Victoria.



Figura 6. Plaza de la Victoria. Adaptado de <http://www.guayaquilesmidestino.com/es/plazas-y-parques/del-centro-de-la-ciudad/plaza-de-la-victoria>

La Plaza de la Victoria, presenta una jerarquía de dos, debido a que el acceso es libre y todos los días, tiene facilidades como comunicación y rampas para personas con discapacidad, cercano al atractivo cuenta con complementarios como alojamiento, alimentos y bebidas, estaciones de sombra y descanso, taxis. Además de higiene y seguridad turística. Quienes se encuentran en la dirección del parque, poseen un nivel de instrucción de cuarto nivel.

Casona Universitaria



Figura 7. Casona Universitaria. Adaptado de <http://www.guayaquilesmidestino.com/es/patrimonio-de-la-ciudad/edificios-publicos/casona-universitaria>

La Casona Universitaria, tiene una jerarquía de tres, su acceso es libre de lunes a viernes de 8h00 a 17h00, cuenta con higiene y seguridad turística, comunicación, baterías sanitarias, estacionamiento propio. Cercano al lugar cuenta con establecimientos de alimentos y bebidas y un centro de salud cercano del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS). Actualmente debido al terremoto del año 2016 y el paso del tiempo se ha debilitado la infraestructura interna, por motivo de seguridad y para salvaguardar la integridad física de las personas solo se puede acceder a la biblioteca y a las oficinas administrativas de la Casona, la Universidad de Guayaquil planea realizar una consultoría para la restauración del lugar.

Antigua Cárcel Municipal



Figura 8. Antigua Cárcel Municipal. Adaptado de <http://www.guayaquilesmidestino.com/es/patrimonio-de-la-ciudad/edificios-publicos/antigua-carcel-municipal>

La Antigua Cárcel Municipal, no cuenta con una información completa sobre higiene, seguridad turística y actividades que se realicen dentro de este lugar, porque actualmente su acceso es restringido, esto debido al deterioro y abandono de su infraestructura a nivel interno, se encuentra planeado un proyecto para la intervención y rehabilitación de este espacio, gestionado mediante una consultoría realizada por el Ministerio de Cultura y Patrimonio, para que motive la visita de personas, pero todavía no se lo ha puesto en ejecución. Cercano al atractivo se encuentran establecimientos de alimentos y bebidas, además del Hospital Luis Vernaza como centro de salud más cercano por cualquier eventualidad, debido a estos factores el lugar da como resultado un atractivo jerarquía uno.

Museo Naval BAE “Abdón Calderón”



Figura 9. Museo Naval BAE “Abdón Calderón”. Adaptado de <http://www.guayaquilesmidestino.com/es/museos/del-sur-de-la-ciudad/museo-naval-bae-calderon>

El Museo Naval BAE “Abdón Calderón”, tiene una jerarquía de tres, por tener un acceso libre, facilidades para personas con discapacidad como rampas, una conectividad adecuada, se complementan con alimentos y bebidas, garitas de guardianía, estacionamiento, baterías sanitarias, cajeros automáticos, taxis. Se encuentra conservado y su entorno de igual forma. Cuenta con higiene y seguridad turística, dentro del museo se pueden tomar fotografías y tiene guía que brinda información del lugar, tiene afluencia: local, nacional y extranjera. El personal tiene un tercer nivel de estudios y manejan el idioma inglés.

Sector Nigeria-Isla Trinitaria (Recorrido Turístico)



Figura 10. Sector Nigeria - Isla Trinitaria. Adaptado de:

<https://www.facebook.com/africamia2014/photos/a.1966516966964398.1073741829.1957149331234495/1972166293066132/?type=3&theater>

El Sector Nigeria – Isla Trinitaria (Recorrido Turístico), con una jerarquía de dos, se refleja en la disponibilidad de atención todos los días, realizan guianza, poseen complementarios como moto taxi. Cuenta con higiene y seguridad turística, recorridos guiados, presentaciones en vivo, fotografía, información del lugar, exhibición de piezas originales, actividad vivenciales, mantienen sus costumbres y tradiciones, tienen un buen nivel de organización, afluencia: local y extranjera. Personal con nivel de instrucción de tercer nivel.

Cementerio Patrimonial de Guayaquil



*Figura 11. Cementerio Patrimonial de Guayaquil. Adaptado de:
<https://www.juntadebeneficencia.org.ec/en/home/1923-cementerio-patrimonial-cumple-189-anos-de-historia-y-tradicion>*

Finalmente el Cementerio Patrimonial de Guayaquil, tiene una jerarquía de tres, debido a que es un sitio conservado, que se encuentra abierto al público de lunes a domingo de 8h30 a 17h00 de forma libre, tiene facilidades como rampas para personas con movilidad reducida, además se creó la guía de la eternidad impulsada por la Empresa Pública Municipal de Turismo y las autoridades del Cementerio, para el incentivo de los recorridos autoguiados y las fotografías por los monumentos y estatuas más atractivas dentro del lugar. Cuenta con higiene y seguridad turística al interior del sitio, puesto que cuentan con personal para la recolección de desperdicios y miembros de seguridad privada para mantener el orden, pero no cuentan con personal capacitado en turismo, sin embargo contratan guías turísticos cuando acuden personas a visitar el lugar en fechas previamente programadas por el Municipio de Guayaquil.

Entrevistas a las entidades públicas y privadas encargadas de los potenciales atractivos *dark* en Guayaquil

El formato de la entrevista a las entidades públicas y privadas encargadas de estos potenciales atractivos de tipo *dark* puede ser visualizado en apéndices, esta se realizó para conocer el estado de las infraestructuras y uso que tienen dichos lugares y conocer el interés de las entidades para la inclusión de estos atractivos y así puedan ayudar a la diversificación de la oferta turística de Guayaquil.

Resumen entrevista Fortín de la Planchada

El arquitecto Edgar Sánchez, Supervisor de la Fundación Municipal de Guayaquil Siglo XXI, menciona que a este sitio patrimonial, se le realiza un mantenimiento preventivo y correctivo cada seis meses, el mismo consiste en pintar el lugar y remover las piedras de la calzada en mal estado, donde se encuentra el atractivo, esto se realiza por un financiamiento asignado por el Municipio de Guayaquil; actualmente si reciben ayuda de la Empresa Pública Municipal con la publicidad del atractivo, incluso dicho lugar es muy visitado por personas en fiestas de julio y octubre donde se realizan eventos, representaciones sobre la historia que envuelve al Fortín de la Planchada y se pueden tomar fotografías.

Resumen entrevista Plaza de la Victoria

El arquitecto Abel Pesantes, Director de Áreas Verdes, Parques y Movilización Cívica, menciona que si se realizan mejoras al lugar y tienen planes de hacerlo un parque inclusivo.

Resumen entrevista Casona Universitaria

La licenciada Sandra Armijos, Coordinadora de Arte, Cultura y Patrimonio de la Universidad de Guayaquil, menciona que la universidad cuenta con un presupuesto para el inicio de la consultoría para saber el grado de afectación que tiene la Casona Universitaria, además se cuenta con una prima de seguro para la restauración del lugar. Una vez realizada la consultoría podrán definir el uso que se le desea dar a la Casona Universitaria, se buscará implementar rampas de accesibilidad solo por las entradas de las calles Chile y Chimborazo, puesto que dentro de la Casona no pueden realizar

ninguna adecuación extra debido a que es un bien patrimonial, por otro lado la promoción del lugar también se definirá de acuerdo al uso del atractivo.

Resumen entrevista Antigua Cárcel Municipal

El arquitecto Santiago Camacho, Coordinador del Ministerio de Cultura y Patrimonio menciona que se realizó una consultoría y existe el proyecto para la intervención y rehabilitación patrimonial de la antigua cárcel municipal, cuyo financiamiento son de fondos gubernamentales, se tiene previsto que el edificio tenga fines culturales, educativos y tipologías compatibles con el turismo. Además contarán con las normas de accesibilidad universal a través de rampas y elevadores para las personas con movilidad reducida.

Resumen entrevista Museo Naval BAE “Abdón Calderón”

La licenciada María José Arrieta, actual encargada del Museo Naval BAE “Abdón Calderón”, menciona que tienen un presupuesto para el mantenimiento del museo, han realizado el pedido de guías interactivas con algunos idiomas a futuro estará ya implementado. Lo que se necesita es implementar señalización que indique que en ese lugar existe un museo, letreros en lugares de afluencia que indiquen la dirección, horarios de atención. Señala que este punto si está dentro del recorrido realizado por algunos operadores turísticos.

Resumen entrevista Sector Nigeria – Isla Trinitaria (Recorrido Turístico)

La señora Sonia España, Directora del Proyecto en Centro Empresarial Mujeres Emprendedoras y propietaria del restaurante “África Mía”, menciona que desean la visita de más turistas, la existencia de proyecto para la implementación de la Hostería Comunitaria, actualmente llegan turistas de Argentina, Colombia, Brasil. Se integra a los turistas a las actividades que se realizan dentro del área de gastronomía, artesanía, música y danza. Se cree también que se aumentaría la cantidad de visitantes, por medio de la seguridad que se tenga para visitar el lugar.

Resumen entrevista Cementerio Patrimonial

El arquitecto Roberto Wong, Jefe de Operaciones del Cementerio Patrimonial y la Lcda. Jacqueline Bowen, Jefe de *Marketing* del Cementerio Patrimonial,

mencionan que solo cuentan con presupuesto para la limpieza y mantenimiento de las bóvedas del lugar, pero no cuentan con presupuesto para el rescate de los monumentos y estatuas que se encuentran dentro del cementerio, por lo cual consideran que el Instituto Nacional de Patrimonio y Cultura deberían ayudarlos de forma económica en el rescate de los mismos.

Se han mantenido conversaciones con la Empresa Pública de Turismo para establecer rutas guiadas los días sábados, pero esta propuesta aún no se ha concretado, en caso se apruebe desean que la empresa pública aporte con un presupuesto para el guía, ya que el cementerio da toda la logística y facilidades para la realización de estos recorridos.

Análisis General de las entrevistas a las entidades públicas y privadas

Una vez realizadas las entrevistas a todas las entidades públicas y privadas encargadas de estos atractivos podemos mencionar lo siguiente:

En el caso de la Antigua Cárcel se encuentra un proyecto realizado para su rehabilitación y uso para fines educativos, culturales y de índoles turísticas y en la Casona Universitaria se tiene propuesto realizar una consultoría para determinar su uso y la restauración de la misma.

Muchos de estos atractivos buscan ser inclusivos, es decir que puedan cumplir con todas las normas de accesibilidad para personas con movilidad reducida, sin embargo podemos mencionar la Casona Universitaria y el fortín de la planchada como lugares patrimoniales que no pueden realizar ninguna adecuación extra a su infraestructura original.

Además estos lugares si cuentan con un presupuesto para su mantenimiento, en algunos casos financiados por el Municipio y el Gobierno y en otros por financiamiento propio, pero el Cementerio Patrimonial como caso especial, busca ayuda del Instituto Nacional de Patrimonio para el rescate de las esculturas patrimoniales que han sido abandonadas por sus dueños.

Por otro lado, algunos de estos sitios si cuentan con ayuda de la Empresa Pública Municipal para su promoción y difusión, sin embargo están dispuestos a

recibir cualquier tipo de ayuda que ofrezca la Empresa para así potenciar el turismo *dark* en estos lugares.

En la Isla Trinitaria en el Sector Nigeria, se desea que la seguridad sea potencializada por parte de los entes correspondientes, puesto que esto influiría de manera positiva a este sitio y se podría incrementar la afluencia turística.

Como conclusión, los lugares mencionados se encuentran aptos para recibir turistas y potenciar esta nueva tipología de turismo en la ciudad de Guayaquil, sólo la Antigua Cárcel Municipal y la Casona Universitaria están en planes de restauración y rehabilitación para que tengan un uso con fines educativos, culturales y turísticos, y así puedan ser finalmente adheridos a la nueva oferta turística.

Capítulo III: Estudio de mercado para determinar los gustos y preferencias de usuarios potenciales de turismo *dark* en Guayaquil.

Para conocer los gustos y preferencias de las personas y así determinar el grado de interés que tienen por conocer los lugares tipo *dark* dentro de la ciudad de Guayaquil, se realizó una encuesta, tomando en cuenta que dicha oferta es dirigida a los turistas nacionales y extranjeros que visitan la urbe porteña. Como primer paso debemos determinar nuestra población total y luego proceder a realizar un muestreo para conocer la cantidad de encuestas que se deben efectuar.

Población

La población se encuentra conformada por el total de los turistas nacionales y extranjeros que llegaron a la ciudad de Guayaquil. Según datos del Observatorio turístico de Guayaquil publicado en el año 2018, el número total de turistas que visitaron la ciudad en el año 2017 fue de **2'111.260**. Este número de personas se consideran la población total de estudio, de los cuales el número de turistas nacionales fue de 1'418.556 y el número de extranjeros que visitaron la ciudad fue de 692.704 (Guayaquil es mi destino, 2018).

Tipo de Muestreo

El tipo de muestreo utilizado es el muestreo no probabilístico por conveniencia, según Torres y Paz (2006), este muestreo trata de seleccionar elementos de la población que convienen al investigador en el proceso de investigación.

Este tipo de muestreo se caracteriza por la selección de las personas que se encuentran en el lugar y momento ideal, donde se está realizando el estudio. Para hallar la muestra, se toma en cuenta la población total conformada por los turistas nacionales y extranjeros que visitaron la ciudad de Guayaquil.

Tamaño de la Muestra

Para el cálculo de la muestra según Aguilar (2005) nos menciona que al realizar un muestreo y se conoce el número total de la población, se procede a utilizar la fórmula de población finita, la cual está compuesta de la siguiente manera:

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

En donde,

n= tamaño de la muestra, es decir el valor a buscar

N = tamaño de la población, se ha tomado en consideración el total de turistas nacionales y extranjeros que han visitado la ciudad de Guayaquil que es de **2'111.260** según datos del Observatorio Turístico de Guayaquil y el Ministerio de Turismo 2018 (Guayaquil es mi destino, 2018)

Z = es el nivel de confianza, se utilizará el 95% según la tabla de distribución de Z, el coeficiente sería 1.96

P = probabilidad de éxito, la cual es del 50%

Q= probabilidad de fracaso que en este caso es del 50%

D = error muestral, el cual es del 5%

Se reemplaza los datos en la fórmula de la siguiente manera:

$$n = \frac{2'111.260 \cdot (1.96)^2 \cdot (0.5) \cdot (0.5)}{0.05^2 \cdot (2'111.260 - 1) + (1.96)^2 \cdot (0.5) \cdot (0.5)}$$

$$n = \frac{2027654.104}{5279.1079}$$

$$n = 384.09 \text{ encuestas}$$

Una vez incluido los datos en la fórmula nos arroja un resultado de 384, 09, el cual equivale a 385 encuestas que se deben realizar, a los turistas nacionales y extranjeros que recibe la ciudad de Guayaquil.

Análisis de resultados de la encuesta realizada al mercado potencial

El formato de encuesta puede ser visualizada en apéndices, la misma se realizó para conocer el interés que tienen los turistas nacionales y extranjeros por conocer y visitar estos potenciales lugares tipología *dark*.

Se utilizó dos métodos para la recolección de datos correspondientes a la encuesta:

a) En físico, pues se visitó las dos provincias con mayor número de visitantes que tiene la ciudad de Guayaquil, las cuáles son Pichincha y Manabí; allí se preguntó previamente si habían visitado la urbe porteña y de ser afirmativa la respuesta, se procedió a realizar la encuesta; se efectuaron 125 encuestas en cada provincia, dando un total de 250; dentro de la Provincia de Pichincha se la realizó en la ciudad de Quito y en la Provincia de Manabí se la realizó en la ciudad de Manta en Playa el Murciélago, Playita Mía y en Jipijapa.

b) En línea, mediante el uso de la herramienta *Survey Planet*, se realizó dos formatos en español e inglés, las cuales fueron enviadas a turistas nacionales que han visitado Guayaquil y también a las empresas prestadoras de servicios turísticos como agencias de viajes y operadores turísticos para que sus clientes extranjeros nos ayuden en las respuestas a las mismas.

Las encuestas en físico corresponden a 250, y en línea a 200, dando un total de 450 encuestas cumpliendo más allá de la mínima cantidad de muestra establecida de 385.

País y/o ciudad de procedencia.

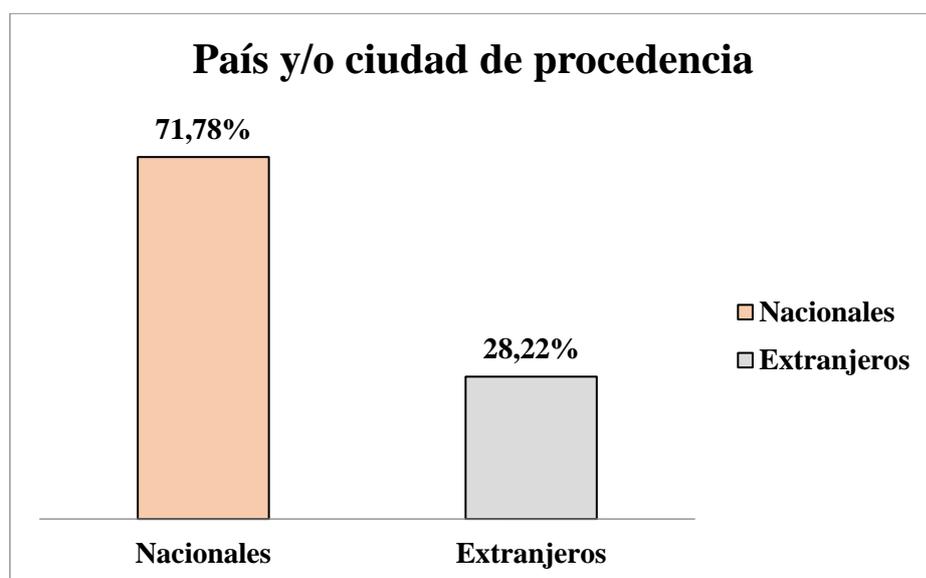


Figura 12. País y/o ciudad de procedencia

Dentro de las 450 encuestas, se consultó a 323 turistas nacionales que representan el 71,78% y 127 turistas extranjeros que equivalen al 28,27%, de manera que el porcentaje de extranjeros y nacionales de la muestra sea similar al porcentaje del universo de visitantes según las estadísticas que maneja el Observatorio Turístico de Guayaquil 2016.

Género.

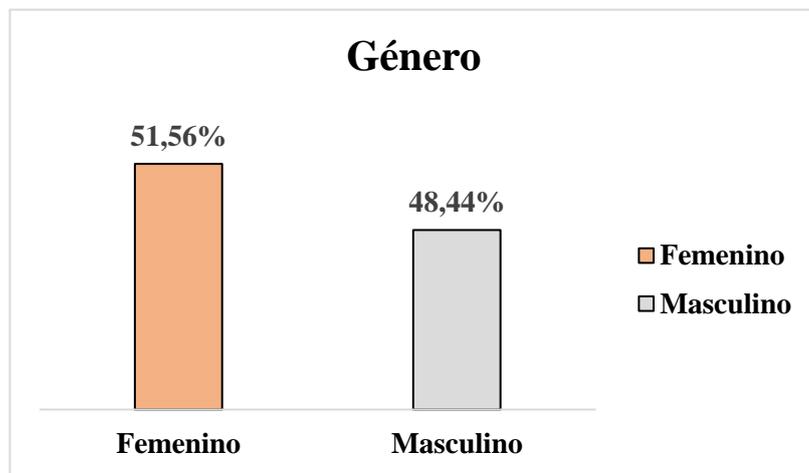


Figura 13. Género de los encuestados

Del total de turistas nacionales y extranjeros encuestados, el 51,56% son mujeres y el 48,44% son hombres.

Edad.

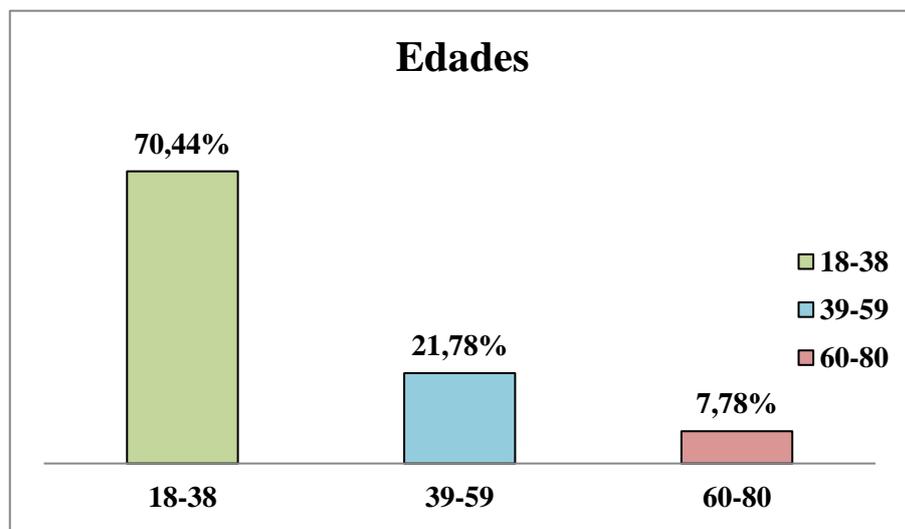


Figura 14. Edades de los encuestados

De las personas que se encuestó el 70,44% tiene un rango de edad de 18 a 38 años, el 21,78% tiene de 39 a 59 años y el 7,78% de 60 a 80 años. Esto nos indica que el mayor porcentaje de turistas que visitan la ciudad de Guayaquil son adultos jóvenes y concuerda con la edad promedio de 36 años que maneja el Observatorio Turístico de Guayaquil 2016.

Interés por conocer sitios relacionados con hechos que han marcado la historia de la ciudad, donde han tenido lugar situaciones poco convencionales: museos memoriales, antiguas prisiones, cementerios con riqueza cultural y zonas urbana – masivas.

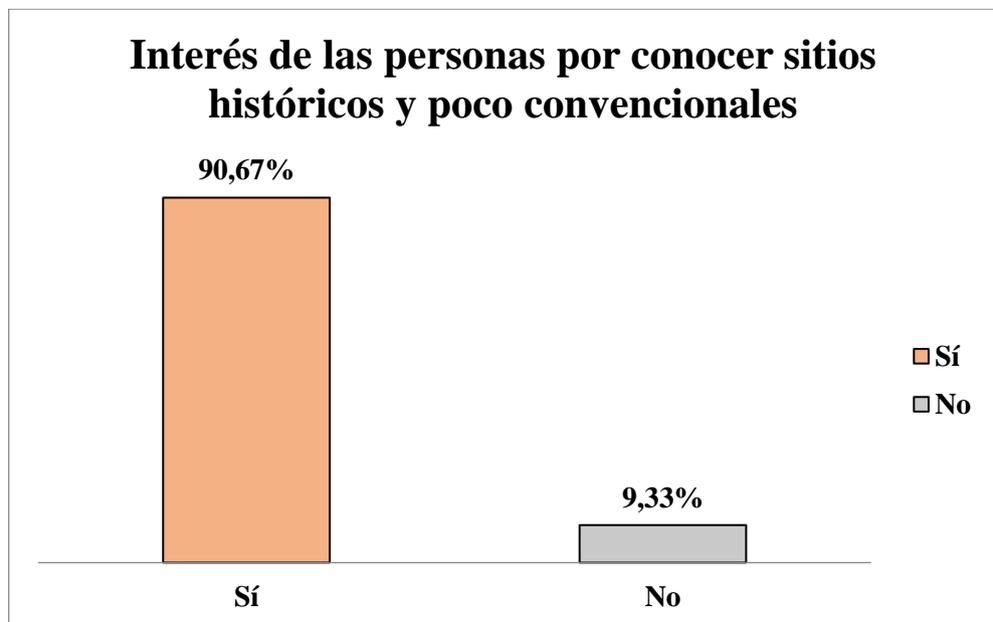


Figura 15. Interés de las personas por conocer sitios históricos y poco convencionales

Esta pregunta considerada la primordial en nuestro proyecto de tesis, se basa en el interés de las personas por conocer y visitar estos sitios poco convencionales en la ciudad de Guayaquil, puesto que de ser afirmativa la respuesta se procedía a continuar con la misma, caso contrario terminaría la encuesta.

Del total de personas encuestadas, 408 personas que representan el 90,67% están interesadas en conocer estos sitios poco convencionales tipología *dark* y tan solo 42 personas que equivale al 9,33%, no está interesada en el mismo. Por este motivo se

tomará en cuenta para el estudio de las siguientes variables las 408 personas que se encuentran interesadas en el turismo *dark*.

Principal Motivo de Visita para estos lugares.

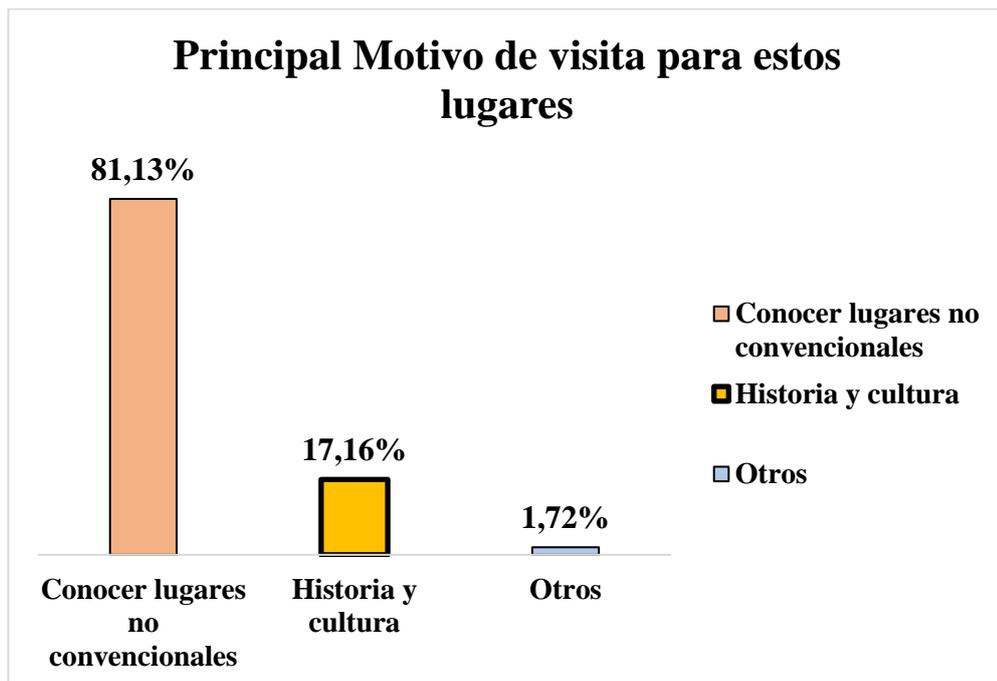


Figura 16. Principal Motivo de visita para estos lugares

Una vez determinado las personas que se encuentran interesadas en este nuevo tipo de turismo, se procedió a analizar el motivo por el cuál visitarían estos lugares, en donde el 81,13% tiene el interés en conocer sitios nuevos, que sean distintos a los tradicionales, el 17,16% quiere escuchar de historia y cultura que engloba a estos lugares y solo el 1,72% corresponde a la categoría otros.

Visita a destinos con este tipo de turismo.

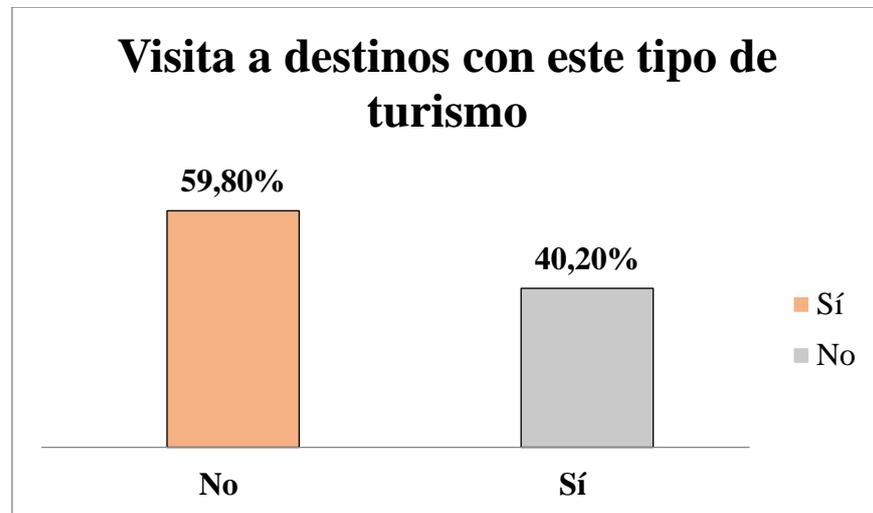


Figura 17. Visita a destinos con este tipo de turismo

Dentro de los encuestados, el 59,80 % no ha visitado lugares con esta tipología de turismo, sin embargo el 40,20% si lo ha visitado. A continuación se muestra un gráfico donde se hace mención a dichos lugares tipología *dark*.

Lugares visitados tipología dark por los turistas

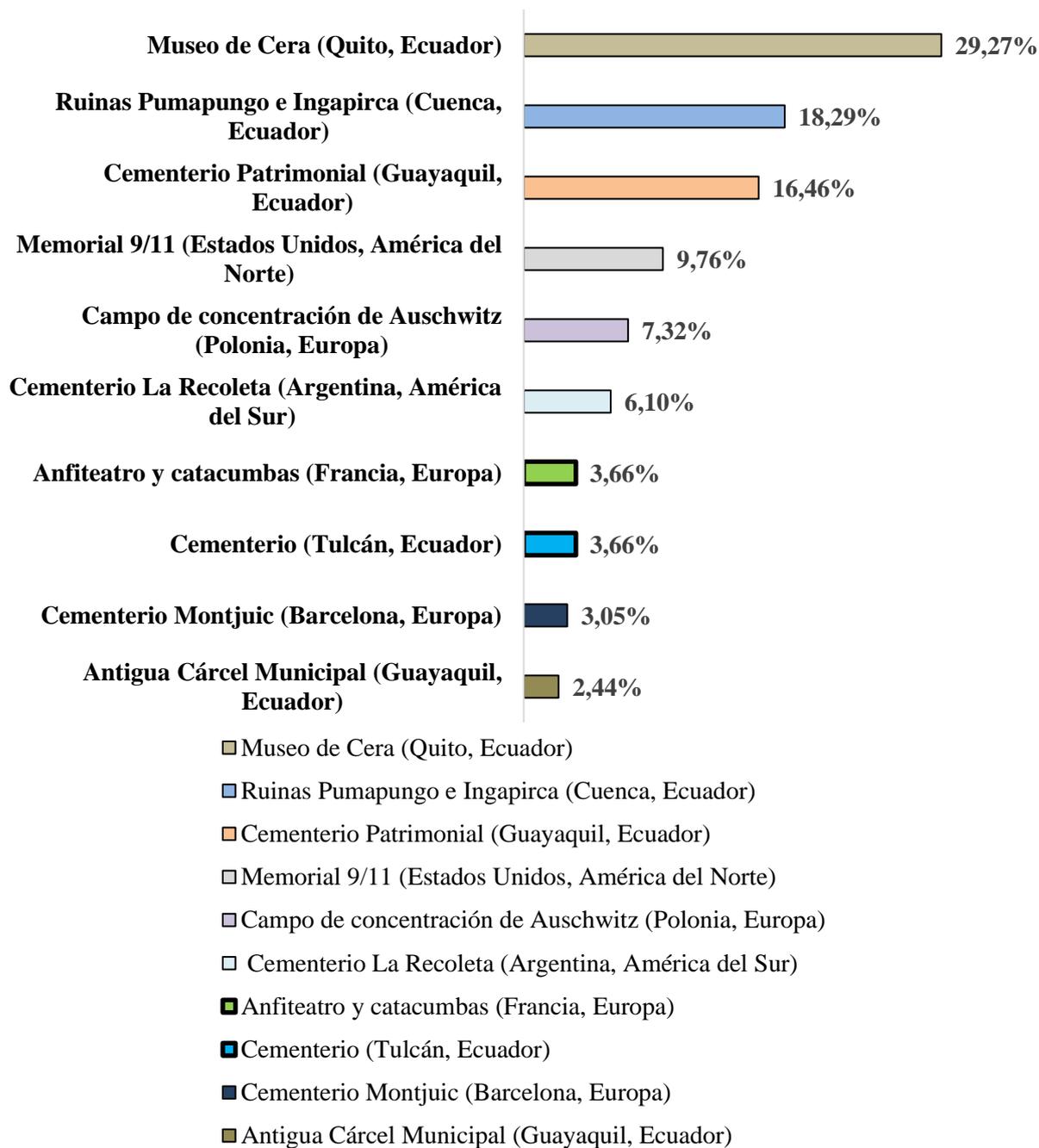


Figura 18. Lugares tipología dark visitados por los turistas

En el análisis realizado podemos mencionar los 10 lugares más visitados por los turistas nacionales y extranjeros, en donde prevalecen a nivel interno.

En la ciudad de Quito con un 29,27% tenemos el museo de cera Alberto Mena Caamaño, que conmemora la masacre a los próceres de la Independencia que se dio lugar el 2 de Agosto de 1810.

En la ciudad de Cuenca, con un 18,29% mencionaron las ruinas de Pumapungo e Ingapirca donde se encuentran vestigios arqueológicos de los incas, además se puede visitar un túnel de más de 30 metros de longitud, dicho lugar simboliza el mundo subterráneo y los espíritus de los antepasados.

En la ciudad de Guayaquil, con un 16,46% se mencionó el cementerio patrimonial que es un camposanto con imponentes mausoleos y altares, descanso de ilustres personajes, artistas y extranjeros; que lideraron el destino de nuestro país.

En el extranjero, los sitios más visitados por los turistas son:

En América del Norte, Estados Unidos en un 9,76 % se encuentra el Memorial y museo del 9/11, construido en memoria de las víctimas por el atentado a las torres gemelas el 11 de septiembre del 2001.

En Europa, Polonia, con un 7,32% se menciona el Campo de Concentración de Auschwitz, creado para el exterminio de los nazis.

En América del Sur, Argentina, con un 6,10% se encuentra el Cementerio La Recoleta donde el atractivo es la visita a la tumba de Evita Perón.

Usualmente con quien realiza sus viajes.

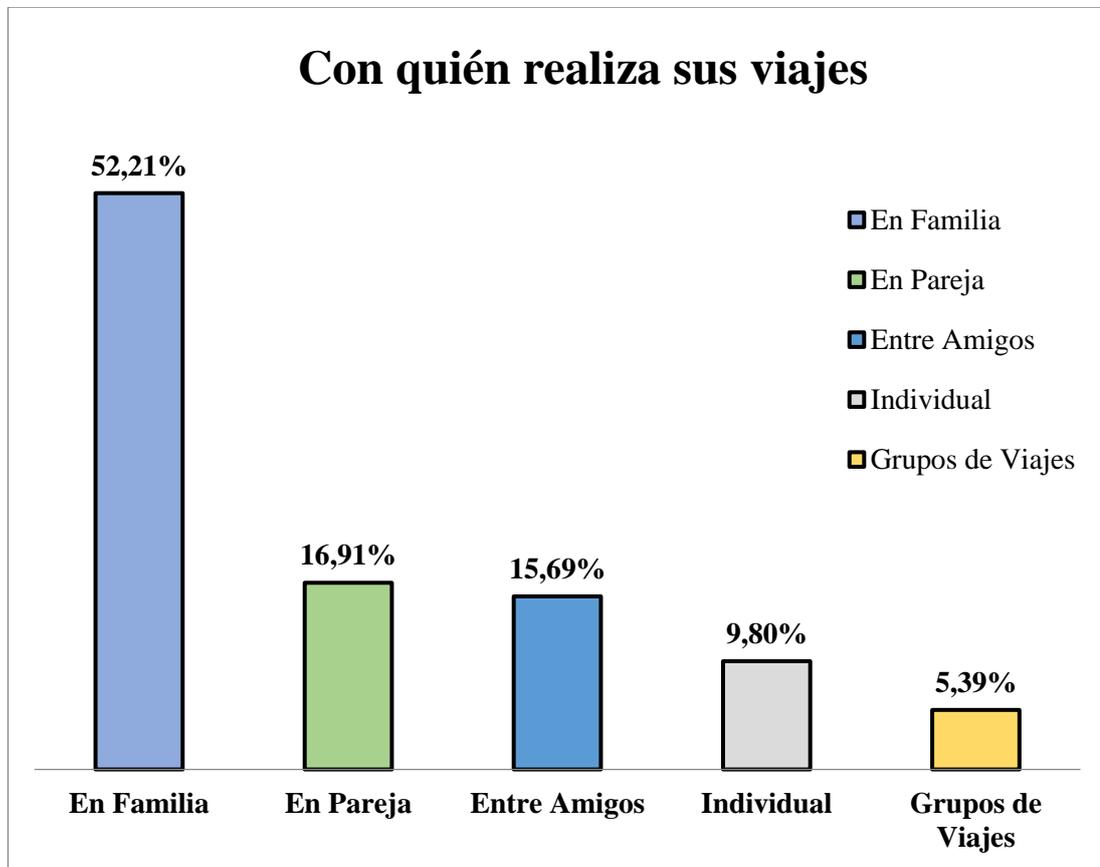


Figura 19. Con quién realiza sus viajes

De los encuestados, predomina en un 52,21% que prefieren realizar sus viajes en familia, seguido con un 16,91% que realiza sus viajes en pareja, en un 15,69% suele viajar entre amigos, en un 9,80% viaja solo y en un 5,39% prefiere los grupos de viaje.

Ofrecimiento de un paquete turístico dentro de la ciudad de Guayaquil, es decir un servicio con un itinerario establecido que incluye transporte seguro, alimentación y visitas guiadas a estos sitios.

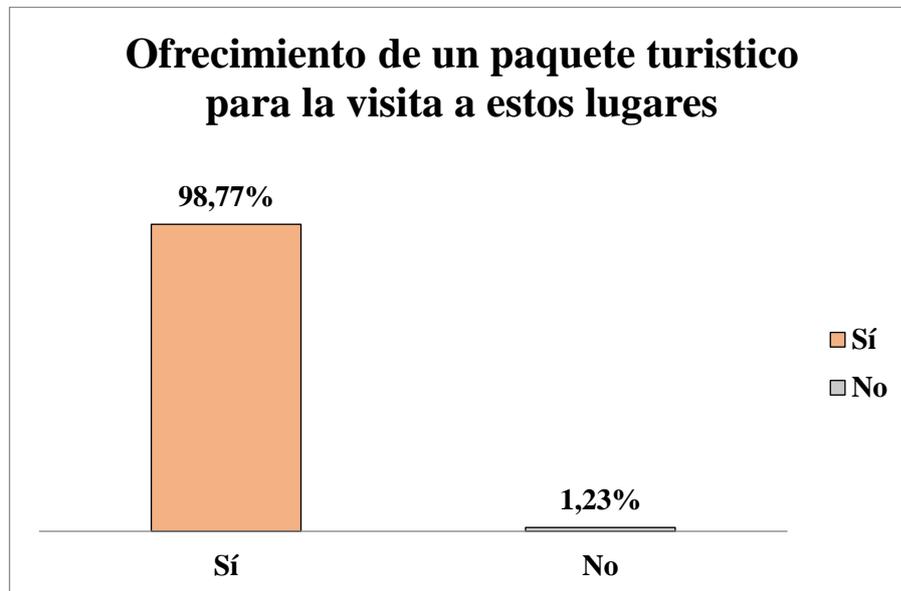


Figura 20. Ofrecimiento de un paquete turístico para la visita a estos lugares

De las 408 personas que son objeto de nuestro estudio se le consultó si desean que se ofrezca un paquete turístico para incentivar la visita a estos lugares tipo *dark*, en donde 403 personas que representa el 98,77% desea un paquete turístico que incluya transporte seguro, alimentación y visitas guiadas a los sitios, por otro lado en una mínima cantidad de cinco personas que equivale al 1,23% no desea un paquete turístico porque prefieren visitarlo por su cuenta.

Disponibilidad de pago por parte de los turistas

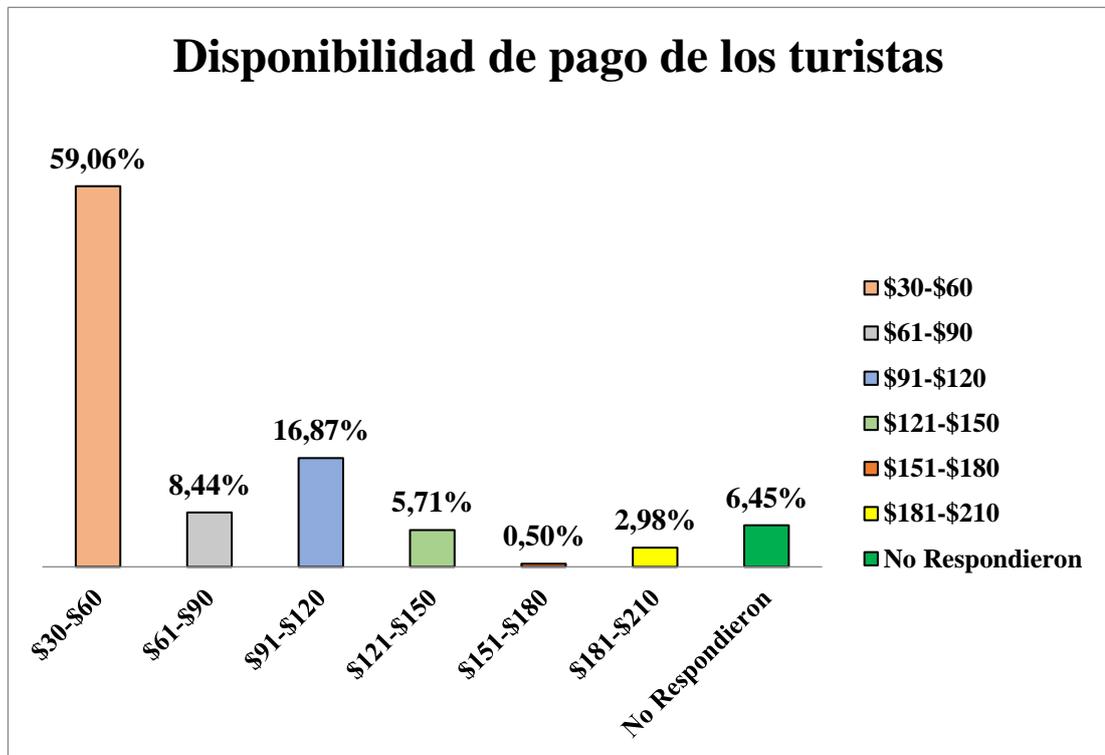


Figura 21. Disponibilidad de pago de los turistas

Dentro de las 403 personas que se encuentran interesadas en pagar un paquete turístico se pudo establecer mediante rangos de precios los siguientes criterios, que en un 59,06% las personas están dispuestas a pagar de \$30 a \$60, en un 16,87% pagarían de \$91 a \$120 y en un 8,44% de \$61 a \$90.

Análisis General de las encuestas

De los resultados obtenidos mediante las encuestas realizadas a los turistas nacionales y extranjeros que visitan la ciudad de Guayaquil se puede determinar el interés en más del 90% de las personas, por el turismo en sitios poco convencionales que incluye la visita a museos memoriales, antiguas prisiones, cementerios con riqueza cultural y zonas urbano-masivas.

La principal motivación de las personas es conocer sitios no convencionales, que sean distintos a los tradicionales, de esta manera se tendría nuevas opciones que diversificarían la oferta turística dentro de la ciudad.

Dentro del grupo encuestado, prevalecen los turistas de 18 a 38 años, se puede visualizar que se mantiene una relación en cuanto a los 36 años promedio que maneja el Observatorio Turístico de Guayaquil en el año 2016.

Se debe mencionar que más del 50% de las personas suelen realizar sus viajes en familia, por lo cual esta nueva opción de turismo ayudará a promover el conocimiento de los hechos históricos y relevantes que marcaron a estos sitios envueltos de riqueza cultural.

El 98,77% de las personas están interesadas que se ofrezca un paquete turístico que incluya el transporte, alimentación y visitas guiadas a los atractivos, lo cual es importante porque existe la predisposición de las personas de realizar turismo dentro de Guayaquil.

El 59.06% de las personas están dispuestos a pagar de \$30 a \$60 por persona, por dicho servicio, el cual se lo considera aceptable puesto que el precio por el *city tour* tradicional oscila dentro de este rango.

Análisis de las entrevistas realizadas a los operadores turísticos

El formato de la entrevista a los operadores turísticos puede ser visualizado en apéndices, esta se realizó para conocer el producto más vendido de estas empresas y el interés que tienen los operadores para la comercialización de estos nuevos atractivos tipología *dark*.

Resumen entrevista Guayaquil Visión

El representante de la empresa, Alberto Pesantes, menciona que el producto más vendido en Guayaquil es el *city tour*, pero a la vez se han dado cuenta que los extranjeros y nacionales necesitan saber cómo dirigirse a otros puntos fuera del recorrido y han implementado un servicio personalizado. De igual forma, se ha conversado internamente en la empresa, ofrecer sitios como: museos memoriales, antiguas prisiones, cementerios, zona urbano masivas. Considera que los turistas si están interesados, tienen curiosidad de saber algo más. Para poder operar en este tipo de atractivos, necesitarían permiso del Municipio para el bus, salga de su ruta ya establecida.

Resumen entrevista Destino Libre

El señor Félix Ponce, representante de la operadora turística Destino Libre nos menciona que sus productos estrellas son el *city tour* en Guayaquil y el agroturismo, dentro de la ciudad de Guayaquil, su empresa si está interesada en la oferta de este nuevo tipo de turismo, puesto que cuentan con los servicios de guianza y transporte adecuados, el único problema que se suele presentar es la visita al Cementerio Patrimonial por los permisos que se deben gestionar con anticipación, por lo cual desea que éste le brinde todas las facilidades para poder operarlo sin ningún inconveniente.

Resumen entrevista GuaniTours

La representante de la operadora Guniatours, Aylin Medrano menciona que lo más vendido en Guayaquil es el *city tour*, hace falta un producto y puede ser que funcione porque aquí no hay nada más que hacer, se tiene interés que se cree un producto que se pueda ofrecer, entre a la cartera de productos. Consideran que lo

primordial para visitar un lugar es la seguridad de los pasajeros, para que estos lugares pueden ser considerados dentro de la operación.

Resumen entrevista Traveltips

La señora Ilse Tugendhat, representante de operadora *Traveltips*, menciona que los turistas extranjeros están interesados en conocer la cultura e historia de la ciudad de Guayaquil. Lo *dark* se podría vender a nivel nacional, pero seguirá siendo una pequeña porción de ese nicho. Lo recomendable sería darle otro enfoque. Lo poco que habría en Guayaquil para insertarlo habría que hacer un tour de unas dos horas, visitando puntos específicos.

Análisis General de las entrevistas realizadas a los operadores turísticos

Una vez realizada las entrevistas a los distintos operadores turísticos, podemos mencionar lo siguiente:

Se encuentran interesados en ofrecer esta nueva oferta de turismo, puesto que en Guayaquil no hay más productos que ofrecer que el *city tour* tradicional y esto ayudaría para la diversificación de actividades en la ciudad.

La seguridad es el factor primordial que los operadores turísticos desean para operar estos lugares, puesto que se debe salvaguardar la integridad de los turistas al momento de la visita.

Se desea la apertura y facilidades de estos lugares para operar sin ningún inconveniente, puesto que en el cementerio patrimonial se necesita de permisos especiales gestionados con anticipación para llevar a un grupo de turistas dentro del sitio y en ciertas ocasiones suelen ser negados y no pueden arriesgarse en ser catalogados como incumplidos, puesto que esto no es bueno dentro del sector turístico.

Tabla 3

Ficha resumen de city tour –Operadores Turísticos

Operadores Turísticos	Actividad	Precio del City Tour por persona
Guayaquil Visión	Recorrido de 1h30 minutos, en 50 puntos turísticos del norte, centro de Guayaquil y centros comerciales. Siendo sus puntos referenciales el Malecón 2000, Barrio Las Peñas, Malecón del Salado, Boulevard 9 de Octubre, Parque Centenario y Parque Seminario.	\$8
Destino Libre	Guayaquil Paseo por la ciudad, recorrido de 3 a 4 horas, oferta de <i>city tour</i> que trabajan con el Hotel Holiday Inn y de forma independiente, los puntos a visitar tradicionalmente son: Parque Seminario, Plaza de la Administración, Malecón Simón Bolívar, La Perla, Barrio Las Peñas, Puerto Santa Ana y Mirador de Bellavista	\$40
Guani Tours	City tour privado, se recoge a pasajeros en el hotel y se realiza un recorrido de tres horas en atractivos como: Parque de Las Iguanas, Malecón 2000 y (sus principales atractivos). Ascender al Cerro Santa Ana y el Mirador de Bellavista.	\$28
Traveltips	Empresa que personaliza el servicio, un recorrido de tres horas, saliendo de cualquier hotel, uno de los puntos que se visita es el Mirador Cerro Paraíso, la zona del Estadio de Barcelona, Malecón Salado, Parque Lineal, Malecón 2000, Avenida Nueve de Octubre (Estilos Arquitectónicos), Murales del Banco Central, Plaza de la Administración, Parque de Las Iguanas, Cerro Santa Ana, caminata por Las Peñas.	\$70

Capítulo IV: Propuesta de segmentación y uso de atractivos *dark* para la diversificación de la oferta turística de Guayaquil.

Al realizar la ficha a siete atractivos, se concluye que estas con su jerarquía uno, dos y tres pueden ser incluidos en ofertas turísticas ya existentes y contribuir a la diversificación turística de la ciudad de Guayaquil.

La jerarquía 1, atractivo que presenta condiciones mínimas para generar productos, como elementos que complementen a otros de mayor jerarquía. Jerarquía 2, atractivo con algún rasgo llamativo que presente condiciones básicas para la generación de productos turísticos capaz de interesar a visitantes que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas o de motivar corrientes turísticas nacionales. Jerarquía 3, atractivo con rasgos excepcionales capaz de motivar por sí solo o en conjunto con otros atractivos contiguos una corriente actual o potencial de visitantes nacionales o extranjeros y presenta las condiciones óptimas para el desarrollo de productos turísticos enfocado al mercado nacional e internacionales. (Ministerio de Turismo, 2017)

Tras la recolección de datos mediante encuestas que dieron como resultado en gran porcentaje el interés en conocer sitios relacionados con hechos que han marcado la historia de la ciudad, donde han tenido lugar situaciones poco convencionales por turistas nacionales y extranjeros.

Se buscó posibles recorridos y rutas turísticas ya existentes, tanto del sector público como del sector privado, y se halló ofertas a las que se podrían incluir estos atractivos con un nuevo enfoque dentro de sus recorridos y rutas.

Guayaquil Visión – *City tour*

La empresa Guayaquil Visión realiza su operación con un bus panorámico de dos pisos, que ofrece la visita a 50 puntos turísticos del norte y centro de Guayaquil. Un recorrido de aproximadamente una hora y treinta minutos, con un precio actual de ocho dólares por persona.

Los puntos visitados son: Monumento José Joaquín de Olmedo, Centro Comercial Malecón 2000, Reloj Municipal, Torre Morisca, Municipio de Guayaquil,

Universidad de Las Artes, Gobernación del Guayas , Edificio La Previsora, Hemiciclo de la Rotonda, Ferrocarril, Jardines del Malecón, Museo Antropológico de Arte Contemporáneo, Museo Miniatura: Guayaquil en la historia, La Perla, Fortín de la Planchada, Calle Numa Pompilio, Las Peñas, Escultura El Mono Capuchino, El Astillero – Atarazana, Monumento a Guayas y Quil, Monumento a Eloy Alfaro, Terminal Terrestre de Guayaquil, Estación de la Metrovía Río Daule, Aeropuerto José Joaquín de Olmedo, Centro de Convenciones de Guayaquil, Centro Comercial Mall del Sol, Centro Comercial San Marino, Centro Comercial Policentro, Calle de los Periodistas, Parque Kennedy, Universidad de Guayaquil, Plaza Rodolfo Baquerizo Moreno, Parque Ferroviaria, Malecón del Salado, Fuente Monumental de Aguas Danzantes, Boulevard 9 de Octubre, Parque Centenario, Parque Seminario, Casona Universitaria.

El bus pasa por dos atractivos considerados dentro de la investigación. Por esta razón, se propone cambiar una de las paradas que se realiza en el Cerro Santa Ana, y realizarla antes, por la entrada del cine del Malecón 2000 que permite acceder al Fortín de la Planchada, la distancia del paradero hasta el Fortín de la Planchada es de 500 metros, que representa aproximadamente siete minutos a pie, esto permitirá a los turistas escuchar la historia representada con los cañones listos para defender a la ciudad, en el pasado de invasiones piratas, escenario de la Independencia de Guayaquil. También se propone incluir una parada en la Casona Universitaria, para observar su diseño arquitectónico neoclásico y renacentista, su historia acerca de que pasó cuando las fuerzas gubernamentales desalojaron a los jóvenes en 1969.

Mejoras a implementar

Considerando los resultados de las encuestas los turistas adicional a escuchar y observar la historia o cultura de un atractivo, también quieren tener la oportunidad de conocerlo, no solo con la parada del bus en el sitio por un momento.

Se propone disponer de más minutos para que los turistas interesados puedan bajar y conozcan más de cerca los atractivos. Esto también lo pueden realizar demás operadores turísticos en su *city tour* por la ciudad de Guayaquil.

Guayaquil.Travel – Tour de los Museos

La Empresa Pública Municipal de Turismo y Promoción Cívica de Guayaquil, en su página *web* www.guayaquil.travel, muestran el Tour de Museos que busca promover el conocimiento a las raíces y elementos de la identidad ecuatoriana. Se realiza un recorrido a los atractivos turísticos: Museo Municipal de Guayaquil, Museo Miniatura Guayaquil en la historia, Museo de la Música Popular Julio Jaramillo y Museo de los Equipos del Astillero.

Bajo la modalidad de *City Tour*, Cultural, Histórico, Musical; lo realizan operadores turísticos como: *Banana Tours*, *BM Tours*, Destino Libre, Galanet S.A., Galápagos *Best Travel Agency*, *Hamaca Tours*, Horizontes Andinos, *Make Ecuador* y *Tecnoviajes L’Alianza*.

Mediante un paquete tipo excursión que incluye transportación, guía turístico, *ticket*, hidratación, *box lunch*. Se propone incluir en la ruta al Museo Naval Abdón Calderón, un museo memorial que muestra las raíces y hazañas navales que forjaron el destino de Ecuador.

Mejoras a implementar

Como señalan los resultados de la encuesta, a un gran porcentaje de turistas nacionales y extranjeros, sí les gustaría que se ofrezca un paquete turístico dentro de la ciudad de Guayaquil, un servicio con un itinerario establecido que incluye transporte seguro, alimentación y visitas guiadas.

Se propone dar la opción a los turistas de empezar la ruta en el Museo Municipal de Guayaquil o en el Museo Naval BAE “Abdón Calderón”, ya que la visita a los museos tiene una duración aproximadamente de tres horas. Si el turista desea realizar las dos opciones, el tiempo de la ruta sería más extenso.

Sector Nigeria – Isla Trinitaria (Recorrido Turístico)

La Asociación de Servicio de Catering, Hospedaje, Restaurante África Mia; fundada el 21 de febrero del 2016, está ubicada en la Isla Trinitaria en el Sector Nigeria, Cooperativa Independencia Dos. Es una empresa liderada por mujeres Afro ecuatorianas, que desarrollaron productos y servicios que se ofertarán a través de una

Hostería Comunitaria, administrada por personas de la comunidad, tiene como objetivo: fortalecer aspectos culturales de los Afro ecuatorianos, generar empleos para mujeres y jóvenes del sector y brindar servicios para visitantes nacionales y extranjeros.

A continuación se presenta la agenda de recorrido que ofrece actualmente la asociación, con su respectiva descripción, hora y precio del recorrido. El paquete puede modificarse y ejecutarse dependiendo de los requerimientos del turista. Próximamente el proyecto se ampliará con área de hospedaje.

Tabla 4

Agenda de Recorrido

Descripción	Hora
1. Llegada a la Hostería África Mía	9:00 AM
2. Recorrido Fluvial Estero Mogollón y Estero del Muerto, incluye coco helado	10:00 AM
2.1 Historia de los asentamientos de los habitantes del sector Nigeria, su cultura, modus vivendi, (Guía)	
2.2 Recorrido a las organizaciones de bases, emprendimiento de mujeres afro	11:30 AM
3. Regreso a la Hostería África Mía	12:45 PM
3.1 Observación de la preparación y manipulación de los encocado Esmeraldeños (opcional)	
4. Almuerzo en la Hostería Comunitaria África Mía	13:00 PM
5. Opcional Vestimenta de traje afro para recuerdo fotográfico (Hombres y Mujeres)	
6. Conversatorio con la Coordinadora Sonia España, Tema a tratar: Centro empresarial mujeres emprendedoras, emprendimientos de mujeres afro, caja de ahorro y crédito, proyecto África Mía, cultura y tradiciones del pueblo afro	14:00 PM
7. Elaboración de artesanía	15:00 PM
8. Cierre del paquete	16:00 PM
Total del paquete	\$35.00

Nota: Tomado de “Agenda de Recorrido”, por Asociación de Servicio de Catering, Hospedaje, Restaurante África Mía, 2018.

Para realizar el recorrido por el Sector Nigeria en la Isla Trinitaria, se puede poner en contacto con la Sra Sonia España, dueña de la Hostería, al siguiente número telefónico 0983458360.

Tour: Plaza de la Victoria - Antigua Cárcel Municipal - Cementerio Patrimonial

Esta nueva propuesta de *tour* busca diversificar la oferta turística dentro de la ciudad, teniendo como temática la visita a tres atractivos marcados por hechos históricos y riqueza cultural, donde podemos mencionar la Plaza de la Victoria, la Antigua Cárcel Municipal y el Cementerio Patrimonial de Guayaquil.

El *tour* consistirá en un recorrido que comenzará en la Plaza de la Victoria, continuará por la Antigua Cárcel Municipal y culminará en el Cementerio Patrimonial de Guayaquil.

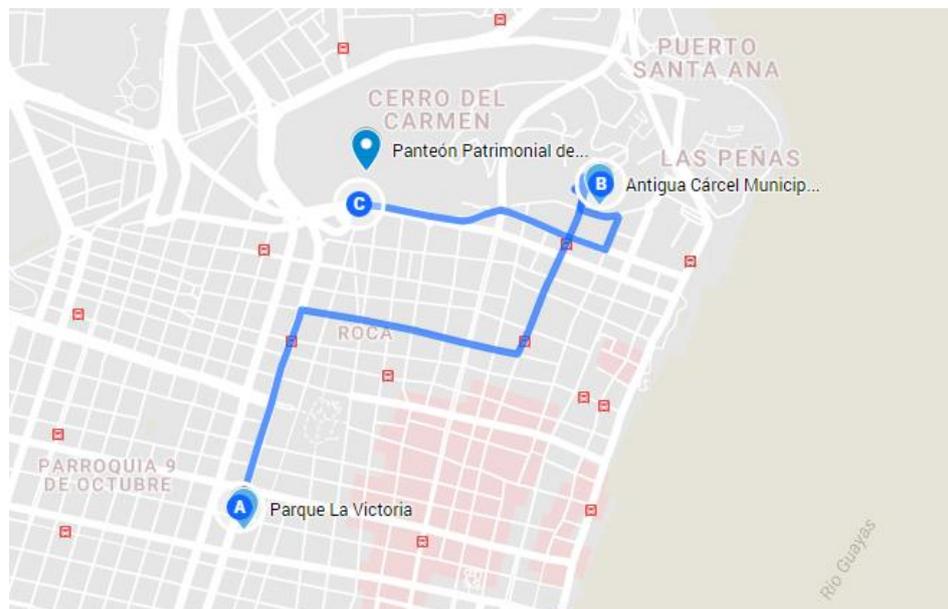


Figura 22. Tour Plaza de la Victoria, Antigua Cárcel Municipal y Cementerio Patrimonial de Guayaquil

Dentro de estos lugares se podrá conocer la historia que los envuelve y la riqueza cultural que busca captar la atención de los turistas nacionales y extranjeros.

Plaza de la Victoria

En este lugar se narrará una breve reseña sobre la Batalla de Guayaquil, acontecimiento que ocurrió en este sitio, además de quienes fueron sus principales protagonistas y el porqué del nombre Plaza de la Victoria. La duración del recorrido será de 15 minutos.

Antigua Cárcel Municipal

Una vez que este espacio se encuentre rehabilitado y sea de libre acceso al público se podrá conocer la infraestructura del centro penitenciario además de la historia que engloba a dicho lugar que recuerda al Guayaquil de los años 1900. La duración del recorrido será de 45 minutos.

Cementerio Patrimonial de Guayaquil

En este camposanto patrimonial con imponentes esculturas, mausoleos y altares, con gran riqueza cultural, se busca incentivar su visita a las cuatro rutas ya establecidas. La Empresa Pública Municipal de Turismo (2015), dentro de su guía de la eternidad, establece las siguientes rutas.

- **Ruta de los Próceres**

Recuerdo de los hombres ilustres que lucharon por la independencia y otras gestas libertarias del Ecuador.

- **Ruta de los Escritores y Artistas**

Tumbas de los escritores y artistas vinculados a la vida guayaquileña, aunque algunos no nacieron en la ciudad.

- **Ruta de las Bellas Artes**

Uno de los mayores atractivos turísticos del Cementerio de Guayaquil, por la alta calidad estética, son sus tumbas, cuya autoría corresponde a destacados artistas de Europa y de nuestro país

- **Ruta de los Presidentes**

Los restos mortales de 15 presidentes de la República que aportaron al progreso del país

La duración del recorrido será de 1 hora con 30 minutos.

Mejoras a implementar

Según las encuestas realizadas, las personas están interesadas en conocer estos sitios poco convencionales, que no son comercializados con regularidad en la ciudad puesto que no se ofrece un paquete turístico que incluya su visita y servicios complementarios.

Se desea implementar esta oferta turística de visita a estos tres lugares con una duración total de 2 horas y 30 minutos, se contará con transporte seguro, guía turístico, hidratación y *box lunch*.

Resumen de mejoras necesarias a implementar en los atractivos de tipo *dark*

Tabla 5

Resumen de mejoras necesarias a implementar en los atractivos de tipo dark

Nombre del Atractivo	Mejoras a implementar	Responsable
Fortín de la Planchada	Señalética turística	Municipio de Guayaquil
	Capacitación al personal	Ministerio de Turismo
	Promoción	Guayaquil Visión
	Seguridad	Fundación Siglo XXI
Plaza de la Victoria	Seguridad	Operador Turístico
	Señalética turística	Municipio de Guayaquil
	Promoción	Empresa Pública Municipal de Turismo de Guayaquil
	Capacitación al personal	Ministerio de Turismo
Casona Universitaria	Consultoría y Restauración, Seguridad	Universidad de Guayaquil
	Promoción	Guayaquil Visión
	Señalética turística	Municipio de Guayaquil
	Capacitación al personal	Ministerio de Turismo
Antigua Cárcel Municipal de Guayaquil	Rehabilitación, Seguridad	Ministerio de Cultura y Patrimonio
	Promoción	Empresa Pública Municipal de Turismo de Guayaquil
	Señalética	Municipio de Guayaquil
	Capacitación al personal	Ministerio de Turismo
Museo Naval BAE “Abdón Calderón”	Señalética turística	Municipio de Guayaquil
	Promoción	Empresa Pública Municipal de Turismo de Guayaquil
	Seguridad	Primera Zona Naval Norte
	Capacitación al personal	Ministerio de Turismo
Sector Nigeria – Isla Trinitaria (Recorrido Turístico)	Señalética turística	Municipio de Guayaquil
	Seguridad y Promoción	Asociación de Servicio de Catering, Hospedaje, Restaurante África Mía
	Capacitación al personal	Ministerio de Turismo
Cementerio Patrimonial de Guayaquil	Seguridad	Junta de Beneficencia de Guayaquil
	Capacitación al personal	Ministerio de Turismo
	Señalética turística	Municipio de Guayaquil
	Promoción	Empresa Pública Municipal de Turismo de Guayaquil

En el Fortín de la Planchada, se debe considerar implementar una **paleta tipo A como un letrero turístico de aproximación** por el sector del Malecón, donde se recomendó que sea la parada de Guayaquil Visión, así los turistas podrán notar qué lugar están visitando y conozcan cómo llegar al mismo; la cual puede ser colocada por el Municipio de Guayaquil. Además el Operador Turístico Guayaquil Visión puede recibir capacitaciones para que brinde información certera sobre la historia que caracteriza a este lugar, dicho curso puede ser brindado por el Ministerio de Turismo. La promoción se debe incluir dentro de lo que ofrece Guayaquil Visión en la actualidad y la seguridad ser más participe en el punto a visitar.

En la Plaza de la Victoria hay que tomar en cuenta la seguridad, al visitar este lugar, la plaza actualmente tiene seguridad privada que es contratada por la Dirección de Áreas Verdes, Parques y Movilización Cívica. Pero si los operadores turísticos consideran que se necesita más personal cumpliendo dicha labor, podrían contratar personal de seguridad que estén vestidos de civiles que ayuden a resguardar a los turistas y no alarme la presencia de uniformados. Las capacitaciones de guianza podrán ser brindadas por el Ministerio de Turismo. De igual forma colocar la propaganda en la plaza, donde indicará el nombre de la misma, el ente que puede brindar su contribución es el Municipio de Guayaquil. Además se debe realizar la promoción para que sea considerado un lugar a visitar dentro de lo que se ofrece actualmente en la ciudad, el cual puede ser gestionado por la Empresa Pública Municipal de Turismo de Guayaquil.

La Casona Universitaria, propiedad de la Universidad de Guayaquil, se encuentra en proceso de ejecutar una consultoría. Tras el terremoto ocurrido en el año 2016 la edificación presentó algunos daños, los resultados del estado actual de la propiedad permitirán que se establezca el uso del inmueble y así empezar la restauración del mismo; que tendría una duración aproximada de dos años. El costo aproximado de la consultoría y la restauración del inmueble es de 2'500.000. Cuando se cumplan estos aspectos se podrá realizar la promoción del lugar. Al proponer incluirlo en el *city tour* tradicional, la difusión se prevé realizarla a través de redes sociales, en el caso de la empresa antes mencionada, Guayaquil Visión, se debe hacer por medio de *Facebook*. Además se debe implementar **un letrero turístico de**

aproximación de paleta tipo A, una cuadra antes, que permitirá conocer la aproximación a la Casona Universitaria, fuera del mismo no se puede colocar ningún tipo de señalética, por ser considerado patrimonio. La seguridad en las instalaciones será por medio de la gestión de la Universidad de Guayaquil y la capacitación del personal será dada por el Ministerio de Turismo.

La Antigua Cárcel Municipal de Guayaquil primero debe ser rehabilitada para poder ser visitada por los turistas. Cuando se inicie el proceso de rehabilitación este tendrá una duración de 18 meses. La promoción del lugar puede ser a través de la página *web* de la Empresa Pública Municipal de Turismo de Guayaquil. Se necesita implementar **un letrero turístico de aproximación de paleta tipo A**, una cuadra antes de llegar al lugar, por gestión del Municipio de Guayaquil. La seguridad en el establecimiento será brindada por el Ministerio de Cultura y Patrimonio. Las capacitaciones al personal dictadas por medio del Ministerio de Turismo.

El Museo Naval BAE “Abdón Calderón” necesita **dos paletas tipo A como letreros turísticos**: un pictograma en la calle pública, lo único que se permite en instalaciones militares, que indique la presencia de museo en esa zona y un letrero de aproximación que se podría ubicar por la parada de la metrovía Centenario, éstas pueden ser instaladas por el Municipio de Guayaquil. De igual forma la promoción del museo puede realizarse a través de la página *web* de la Empresa Pública Municipal, *Guayaqui.travel*, dentro de la sección del Tour de Museos. La seguridad será dada por la Primera Zona Naval Norte. El personal podrá recibir capacitaciones por el Ministerio de Turismo.

En el Sector Nigeria – Isla Trinitaria (Recorrido Turístico) se necesita implementar **un letrero turístico de aproximación de paleta tipo A** por la entrada del mercado, por ser un lugar céntrico y concurrido del sector y así poder llegar con facilidad hasta el punto donde inicia el recorrido; la cual puede ser llevada a cabo por el Municipio de Guayaquil; la comunidad del Sector Nigeria deberán promover la seguridad durante el recorrido con los turistas, también la comunidad podrá recibir capacitaciones de guianza a través del Ministerio de Turismo. De igual manera, ellos

deben incrementar la promoción en las redes sociales, por medio de *Facebook*, que es la red que se usa actualmente para que sea de conocimiento por los turistas interesados.

El Cementerio Patrimonial de Guayaquil requiere **cuatro flechas de señalética interna turística de paleta tipo A** que indique el recorrido por las rutas dentro del cementerio, lo cual puede ser implementado por el Municipio de Guayaquil y la promoción de dichas rutas existentes pueden ser a través de la página *web* de la Empresa Pública Municipal de Turismo de Guayaquil. La seguridad es dada por la Junta de Beneficencia de Guayaquil y las capacitaciones al personal pueden ser brindadas por el Ministerio de Turismo.

El Muy Ilustre Concejo Cantonal de Guayaquil (2003), señala en la “Ordenanza para la instalación de rótulos publicitarios en el cantón de Guayaquil”, su artículo 5.1 que las **paletas A**, pueden ser colocadas en aceras con dos metros de ancho o más. Tendrá un soporte de dos metros de altura y un letrero rectangular de 1.20 m. de base por 1.8 m. de altura, el área específica fija de 3.16 m².

El precio de estas paletas está en alrededor de \$780. En el caso de la Plaza de la Victoria, la propaganda donde se prevé colocar el nombre oscila en los \$1000, además en el Fortín de la Planchada se desea agregar la paleta de señalética en una base ya colocada en el sector de Malecón, cuyo costo aproximado sería de \$500. Estos precios han sido tomados en referencia a la información brindada por entidades públicas.

Modelos de señalética a implementar en los atractivos



Figura 23. Modelo de paleta tipo A como señalética para el Fortín de la Planchada



Figura 24. Modelo de paleta tipo A como señalética de aproximación para los atractivos



Figura 25. Modelo de propaganda para Plaza de la Victoria

A continuación se detalla mediante un diagrama de Gantt, el tiempo que se emplearía en la adecuación y rehabilitación de estos atractivos para su futuro uso.

El proyecto de implementación de mejoras para uso de atractivos, trata de la adecuación de los siete atractivos escogidos para realizar turismo donde tenemos

Fortín de la Planchada, Plaza de la Victoria, Casona Universitaria, Museo BAE “Abdón Calderón”, Sector Nigeria-Isla Trinitaria (Recorrido Turístico), Cementerio Patrimonial de Guayaquil, Antigua Cárcel Municipal de Guayaquil, el cual tendría un costo total de \$5.265.703,67, para el cumplimiento de todas las tareas destinadas para dicho proyecto tendría una duración de 835 días.

Dicho proyecto se encuentra estructurado en dos etapas con distintas fases, donde se incluye la implementación de señalética turística, capacitación al personal de guianza y seguridad en los diferentes atractivos, la promoción de estos lugares, un *tour* de familiarización y la rehabilitación de dos sitios patrimoniales.

La etapa I, inicia con la fase de implementación de señalética turística que tiene un costo aproximado de \$6.960,00. Seguido de la capacitación y socialización con el personal de seguridad y vigilancia, esta fase representa \$1.668,70 que se dará en cada atractivo, los cuales son: Fortín de la Planchada, Plaza de la Victoria, Museo BAE “Abdón Calderón”, Sector Nigeria – Isla Trinitaria (Recorrido Turístico) y Cementerio Patrimonial de Guayaquil. Se continúa con la promoción valorada en \$725 y finaliza con un *tour* de familiarización en \$1.428,55. La finalización de esta etapa está valorizada en un aproximado de \$10.782,25

La etapa II, consta de la restauración de dos sitios patrimoniales como es la Casona Universitaria y la Antigua Cárcel Municipal de Guayaquil; cuando se termine este proceso de \$5'250.927,70, se puede continuar con la implementación de señalética necesaria, valorado en \$1.560,00. Junto a la capacitación de guianza y socialización con el personal de seguridad y vigilancia que representan \$1.572,30. Además de la promoción que tiene un costo de \$290. Finalizando con un *tour* de familiarización de \$571,42. La finalización de la etapa II tiene un valor aproximado de \$5'254.921,42.

Análisis General

Según todas las mejoras que se deben aplicar a los distintos atractivos, debemos mencionar que cinco atractivos estarían listos para ser operados bajo esta nueva temática de turismo en un tiempo aproximado de 105 días después de iniciar el proyecto, puesto que los elementos que necesitan son mínimos, en comparación a la Casona Universitaria y la Antigua Cárcel Municipal cuyos trabajos de consultoría, restauración y promoción tomarían un tiempo de 835 días para ser operados.

Una vez se encuentren todos los atractivos listos se puede dar inicio a la operación completa de los *tours*, lo cual enriquecerá la oferta turística de la ciudad

	Nombre de tarea	Duración	Comienzo	Fin	Costo	Pr	Responsable	1er trimestre			2º trimestre			3er trimestre		
								ene	feb	mar	abr	may	jun	jul	ago	
1	▣ Proyecto Implementación de mejoras para uso de atractivos	835 días	lun 04/02/19	vie 15/04/22	\$ 5.265.703,67											
2	▣ Etapa I	105 días	lun 04/02/19	vie 28/06/19	\$ 10.782,25											
3	▣ Fase I. Implementación de señalética turística	60 días	lun 04/02/19	vie 26/04/19	\$ 6.960,00											
4	nueve letreros colocadas en los lugares	60 días	lun 04/02/19	vie 26/04/19	\$ 6.960,00		Municipio de Guayaquil (Departamento de Justicia y Vigilancia)									
5	▣ Fase II. Capacitaciones al personal operativo y de seguridad	50 días	lun 11/02/19	vie 19/04/19	\$ 1.668,70											
6	Capacitación de guianza turística	30 días	lun 11/02/19	vie 22/03/19	\$ 1.500,00		Ministerio de Turismo									
7	Socialización con el personal de seguridad y vigilancia en el Fortín de la Planchada	10 días	lun 25/03/19	vie 05/04/19	\$ 24,10	6	Fundación Siglo XXI									
8	Socialización con el personal de seguridad y vigilancia en la Plaza de la Victoria	20 días	lun 25/03/19	vie 19/04/19	\$ 48,20	6	Dirección de Áreas Verdes, Parques y Movilización Cívica									
9	Socialización con el personal de seguridad y vigilancia en el Museo BAE "Abdón Calderón"	10 días	lun 25/03/19	vie 05/04/19	\$ 24,10	6	Primera Zona Naval Norte									
10	Socialización con el personal de seguridad y vigilancia en el Sector Nigeria-Isla Trinitaria (Recorrido Turístico)	20 días	lun 25/03/19	vie 19/04/19	\$ 48,20	6	Asociación de Servicio de catering, Hospedaje, Restaurante África Mía									
11	Socialización con el personal de seguridad y vigilancia en el Cementerio Patrimonial de Guayaquil	10 días	lun 25/03/19	vie 05/04/19	\$ 24,10	6	Junta de Beneficencia de Guayaquil									

	Nombre de tarea	Duración	Comienzo	Fin	Costo	Pr	Responsable	1er trimestre			2º trimestre			3er trimestre		
								ene	feb	mar	abr	may	jun	jul	ago	
12	4 Fase III. Promoción	30 días	lun 29/04/19	vie 07/06/19	\$ 725,00											
13	Inserción de información turística del Fortín de la Planchada en Facebook	30 días	lun 29/04/19	vie 07/06/19	\$ 145,00	4	Operador Turístico Guayaquil Visión									
14	Inserción de información turística de Plaza de la Victoria en página web	30 días	lun 29/04/19	vie 07/06/19	\$ 145,00	4	Empresa Pública Municipal de Turismo de Guayaquil									
15	Inserción de información turística de Museo BAE "Abdón Calderón" en página web	30 días	lun 29/04/19	vie 07/06/19	\$ 145,00	4	Empresa Pública Municipal de Turismo de Guayaquil									
16	Inserción de información turística de Sector Nigeria-Isla Trinitaria (Recorrido Turístico) en Facebook	30 días	lun 29/04/19	vie 07/06/19	\$ 145,00	4	Asociación de Servicio de catering, Hospedaje, Restaurante África Mía									
17	Inserción de Información turística del Cementerio Patrimonial de Guayaquil en página web	30 días	lun 29/04/19	vie 07/06/19	\$ 145,00	4	Empresa Pública Municipal de Turismo de Guayaquil									
18	4 Fase IV. Tour de Familiarización	15 días	lun 10/06/19	vie 28/06/19	\$ 1.428,55											
19	Ruta donde se encuentra Fortín de la Planchada	15 días	lun 10/06/19	vie 28/06/19	\$ 285,71	13	Ministerio de Turismo									
20	Ruta donde se encuentra la Plaza de la Victoria	15 días	lun 10/06/19	vie 28/06/19	\$ 285,71	14	Ministerio de Turismo									
21	Ruta donde se encuentra Museo BAE "Abdón Calderón"	15 días	lun 10/06/19	vie 28/06/19	\$ 285,71	15	Ministerio de Turismo									
22	Ruta Sector Nigeria-Isla Trinitaria (Recorrido Turístico)	15 días	lun 10/06/19	vie 28/06/19	\$ 285,71	16	Ministerio de Turismo									
23	Ruta donde se encuentra el Cementerio Patrimonial de Guayaquil	15 días	lun 10/06/19	vie 28/06/19	\$ 285,71	17	Ministerio de Turismo									

	Nombre de tarea	Duración	Comienzo	Fin	Costo	Pr	Responsable	2019		2020				2021				2022	
								tri 1	tri 2	tri 3	tri 4	tri 1	tri 2	tri 3	tri 4	tri 1	tri 2	tri 3	tri 4
24	◄ Etapa II	835 días	lun 04/02/19	vie 15/04/22	\$ 5.254.921,42														
25	◄ Fase V. Rehabilitación de sitios patrimoniales	730 días	lun 04/02/19	vie 19/11/21	\$ 5.250.927,70														
26	Consultoría y restauración de casona universitaria	730 días	lun 04/02/19	vie 19/11/21	\$ 2.500.000,00		Universidad de Guayaquil												
27	Restauración de Antigua Cárcel Municipal	540 días	lun 04/02/19	vie 26/02/21	\$ 2.750.927,70		Ministerio de Cultura y Patrimonio												
28	◄ Fase VI. Implementación de señalética turística	60 días	lun 22/11/21	vie 11/02/22	\$ 1.560,00														
29	dos letreros colocados en el lugar	60 días	lun 22/11/21	vie 11/02/22	\$ 1.560,00	26	Municipio de Guayaquil (Departamento de Justicia y Vigilancia)												
30	◄ Fase VII. Capacitaciones del personal operativo y de seguridad	50 días	lun 22/11/21	vie 28/01/22	\$ 1.572,30														
31	Capacitación de guianza turística	30 días	lun 22/11/21	vie 31/12/21	\$ 1.500,00	26	Ministerio de Turismo												
32	Socialización con el personal de seguridad y vigilancia de la Casona Universitaria	10 días	lun 03/01/22	vie 14/01/22	\$ 24,10	31	Universidad de Guayaquil												
33	Socialización con el personal de seguridad y vigilancia de la Antigua Cárcel Municipal	20 días	lun 03/01/22	vie 28/01/22	\$ 48,20	31	Ministerio de Cultura y Patrimonio												

	Nombre de tarea	Duración	Comienzo	Fin	Costo	Pr	Responsable	2019		2020				2021				2022	
								tri 1	tri 2	tri 3	tri 4	tri 1	tri 2	tri 3	tri 4	tri 1	tri 2	tri 3	tri 4
34	▲ Fase VIII. Promoción	30 días	lun 14/02/22	vie 25/03/22	\$ 290,00														
35	Inserción de información turística de la Casona Universitaria en Facebook	30 días	lun 14/02/22	vie 25/03/22	\$ 145,00	29	Operador Turístico Guayaquil Visión												
36	Inserción de información turística de la Antigua Cárcel Municipal en página web	30 días	lun 14/02/22	vie 25/03/22	\$ 145,00	29	Empresa Pública Municipal de Turismo de Guayaquil												
37	▲ Fase IX. Tour de Familiarización	15 días	lun 28/03/22	vie 15/04/22	\$ 571,42														
38	Ruta donde se encuentra la Casona Universitaria	15 días	lun 28/03/22	vie 15/04/22	\$ 285,71	35	Ministerio de Turismo												
39	Ruta donde se encuentra la Antigua Cárcel Municipal	15 días	lun 28/03/22	vie 15/04/22	\$ 285,71	36	Ministerio de Turismo												

Figura 26. Diagrama de Gaant del Proyecto Implementación de mejoras para uso de atractivos

Conclusiones

De los siete atractivos que se presentan, uno tiene jerarquía 1, tres tienen jerarquía 2 y tres tienen jerarquía 3; con este nivel de jerarquía cumplen parámetros para que sean considerados como puntos de visita para los turistas.

Por medio de la investigación desarrollada se confirma el interés de los turistas en tener nuevas opciones para visitar en Guayaquil, dentro de la clasificación presentada por medio de esta nueva tendencia de turismo, que incluye sitios como museos memoriales, zonas-urbano masivas, cementerios con riqueza cultural, penales, sitios donde existieron conflictos; que han sido identificados en la ciudad.

El mercado potencial considera que su motivo principal es conocer sitios distintos a los tradicionales y en la visita a estos lugares en gran porcentaje están dispuestos a adquirir un paquete turístico.

Los operadores turísticos mencionan que estos atractivos pueden ser operados cuando se cumpla con requerimientos necesarios como seguridad y ciertas facilidades, dependiendo del atractivo.

Recomendaciones

Al ser una tendencia innovadora de turismo, ahora se ha desarrollado la investigación de diferentes atractivos de la ciudad de Guayaquil. Sin embargo, esta exploración se puede ampliar y realizarse a nivel Ecuador.

El Ministerio de Turismo podría incluir dentro de la ficha para inventariar atractivos un parámetro que indique que el atractivo también es considerado dentro de la tendencia *dark*.

Realizar un plan de promoción turística a los atractivos presentados bajo el enfoque de esta nueva tipología de turismo, el mismo puede ser promocionado por redes sociales y por la página *web* de la Empresa Pública Municipal de Turismo de Guayaquil.

Referencias Bibliográficas

- Aguilar, S. (2005). Fórmula para el cálculo de la muestra en investigaciones de salud. *Salud en Tabasco*. 11(1-2), pp. 33-338.
- Alonso, A.M., Barcos, L., Martín, C.J. (2006). *Gestión de la calidad de los procesos turísticos*. Madrid, España: Editorial Síntesis, S.A.
- Alvira, F. (2011). *La encuesta: una perspectiva general metodológica* (Vol. 35). CIS.
- Arias, F. G. (2012). *El Proyecto de Investigación. Introducción a la metodología científica. 5ta.* Fidas G. Arias Odón.
- Asociación de Servicio de Catering, Hospedaje, Restaurante África Mía. (2018). *Agenda de Recorrido*
- Doré, E. (2008). La marginalidad urbana en su contexto: modernización truncada y conductas de los marginales. *Sociológica*, año 23, número 67, pp. 81-105
Recuperado de: <http://www.scielo.org.mx/pdf/soc/v23n67/v23n67a5.pdf>
- El Telégrafo (2012). Las cruces sobre el agua flotaon sobre el Guayas un día como hoy, hace 90 años. *Cultura*. Obtenido de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/cultura/7/las-cruces-sobre-el-agua-flotaron-sobre-el-guayas-un-dia-como-hoy-hace-90-anos>
- El Universo (2011). Las cruces sobre el agua, parte de la memoria guayaquileña. *Cultura*. Recuperado de <https://www.eluniverso.com/2011/11/14/1/1380/cruces-sobre-agua-parte-memoria-guayaquilena.html>
- Empresa Pública Municipal de Turismo, Promoción Cívica y Relaciones Internacionales de Guayaquil, EP (2015). *Guía de la Eternidad Cementerio Patrimonial de Guayaquil*. Ecuador: Empresa Pública Municipal de Turismo, Promoción Cívica y Relaciones Internacionales de Guayaquil, EP. Recuperado de: <http://www.guayaquilesmidestino.com/sites/default/files/guias/Guia-de-la-eternidad.pdf>
- Empresa Pública Municipal de Turismo, Promoción Cívica y Relaciones Internacionales de Guayaquil, EP (2017). *Guayaquil es mi destino*. Ecuador: Empresa Pública Municipal de Turismo, Promoción Cívica y Relaciones Internacionales de Guayaquil, EP. Recuperado de: <http://guayaquil.gob.ec/noticias-actuales/2055>
- Foley, M. & Lennon, J. (1996). JFK and Dark Tourism: A fascination with assassination. *International Journal of Heritage Studies*. Vol.2-4 , pp. 198-211.
- GeoEnciclopedia. (2016). GeoEnciclopedia. Obtenido de Desastres Naturales: <http://www.geoenciclopedia.com/desastres-naturales/>
- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Guayaquil. (2018). *Lo mejor de Guayaquil eres tú. Alcaldía de Guayaquil*. Ecuador: GAD de Guayaquil. Recuperado de: <http://guayaquil.gob.ec/negocios>

- Gómez, M. (2006). *Introducción a la metodología de la investigación científica*. Córdoba, Argentina: Editorial Brujas.
- Graham, G. (2012). *El análisis de datos cualitativos en Investigación Cualitativa*. Madrid, España: Ediciones Morata.
- Guayaquil es mi destino. (2016). *Observatorio turístico de Guayaquil año 2015*. Ecuador: Guayaquil es mi destino. Recuperado de: <http://www.guayaquilesmidestino.com/sites/default/files/observatorio-turistico-guayaquil-es-mi-destino.pdf>
- Guayaquil es mi destino. (2018). *Guayaquil lidera el turismo en el país con el mayor número de turistas nacionales y extranjeros*. Ecuador: Guayaquil es mi destino. Recuperado de: <http://www.guayaquilesmidestino.com/es/content/guayaquil-lidera-el-turismo-en-el-país-con-el-mayor-número-de-turistas-nacionales-y>
- Guevara H. & Marcillo A. (2016). Propuesta metodológica para la inclusión de atractivos “dark” en la oferta turística del Ecuador. Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Guayaquil.
- Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, P. (1991). *Metodología de la Investigación*. México: MCGRAW-HILL.
- Icart, M., Fuentelsaz, C. & Pulpón, A. (2006). *Elaboración y presentación de un proyecto de investigación y una tesina*. Barcelona, España: Ediciones de la Universitat de Barcelona.
- Jewish Museum Berlin. (2018). The History of the Jewish Museum Berlin. Mayo 2018, de About Museum Sitio web: <https://www.ushmm.org/information/about-the-museum>
- Korstanje, M. E. (2017). Hooper G. & Lebbon J., Turismo Oscuro: práctica e interpretación. Dark Tourism, practice and interpretation. Abingdon: Routledge, 2017. ISBN 978-1472452436.
- Lennon, J. and Foley, M. (2000). *Dark Tourism: The attraction of Death and Disasters*. London, Thomson Learning.
- Lewis, W. A. (1957). Teoría del desarrollo económico. *El Trimestre Económico*, 24(96 (4), 454-467.
- Ministerio de Turismo (2017) *Guía Metodológica para la jerarquización de atractivos y generación de espacios turísticos del Ecuador 2017*. Ecuador: Ministerio de Turismo. Recuperado de: http://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/Parte_1_GuiaMetodologicaInventarioGeneracionEspacioTuristico2017_2daEd.pdf
- Morales, F. (2012). Conozca 3 tipos de investigación: Descriptiva, Exploratoria y Explicativa.
- Morales, J. M., Hernández, R. D., & Millán, M. G. D. (2017). Turismo oscuro: estudio de la oferta y potencial en Córdoba y provincia. *International journal of scientific management and tourism*, 3(1), 177-190.

- Moufakkir, O., & Burns, P. (2012). *Controversies in Tourism*. CABI.
- Muy Ilustre Concejo Cantonal de Guayaquil (2003). *Ordenanza para la instalación de rótulos publicitarios en el cantón de Guayaquil*. Guayaquil: Ordenanzas, Uso de Espacio y Vía Pública. Recuperado de: <http://guayaquil.gob.ec/Ordenanzas/UsodelEspacioyV%C3%ADaP%C3%BAblica/16-06-2003%20Ordenanza%20para%20la%20instalaci%C3%B3n%20de%20r%C3%B3tulos%20publicitarios%20en%20el%20cant%C3%B3n%20Guayaquil.pdf>
- Noticias Universia México. (2017). Teoría de las Necesidades de Abraham Maslow. Mayo 2018, de Universia México Recuperado de: <http://noticias.universia.net.mx/educacion/noticia/2017/09/07/1155577/teoria-necesidades-humanas-abraham-maslow.html>
- Ogmias. (2013). Visitar Chernobyl para vivir el invierno nuclear. Mayo 2018, de Vero 4 travel Recuperado de: <https://www.vero4travel.com/2013/05/visitar-chernobyl-seguro-viajar-ver-pripyat.html>
- Organización Mundial del Turismo. (2007). Entender el Turismo: Glosario Básico. Recuperado de: <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>
- Pearce, P. L. (1982). Perceived changes in holiday destinations. *Annals of tourism research*, 9(2), 145-164.
- Piacente, T. (2009). *Instrumentos de evaluación psicológica no tipificados. Observación, entrevista y encuesta*. Consideraciones generales año 2009.
- Pino, G. (1930). El Hada del Santa Ana. *Leyendas, tradiciones y páginas de historia de Guayaquil* (págs. 98-104). Guayaquil: Jouvin.
- Real Academia Española. (2018). Diccionario de la lengua española (23.ed.). Consultado en <http://dle.rae.es/?id=DgIqVCc>
- Revista Española de Neuropsicología. (2004). Capítulo 2. La estructura de teorías cerebrocéntricas de la emoción. *Revista Española de Neuropsicología* 6, 48-50.
- Santamaría. (2017). El turismo vuelve a la zona prohibida de Chernóbil. Mayo 2018, de ABC Viajar Recuperado de: http://www.abc.es/viajar/alojamientos/abci-turismo-vuelve-zona-prohibida-chernobil-201708132224_noticia.html
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (2017). *Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021. Toda una Vida*. Ecuador: Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo Recuperado de: http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL_0K.compressed1.pdf

- Sharpley, R., Stone, P. (2014). *Contemporary tourist experience: Concepts and consequences*. Routledge
- Soro, D.E. (2017). *Turismo oscuro: perfiles, nichos, motivaciones y experiencias a nivel mundial*. Obtenido de The Ostelea School of Tourism & Hospitality: https://static.hosteltur.com/web/uploads/2017/11/Informe_Turismo_Oscuro.pdf.
- Stone, P. R. (2006). "A dark tourism spectrum: Towards a typology of death and macabre related sites, attractions and exhibitions." *Tourism: An Interdisciplinary International Journal* 54(2): 145 - 160.
- Tarlow, P. (2005). "Dark Tourism: The appealing dark side of tourism and more". *Niche Tourism, Contemporary Issues Trends and Cases*. Oxford, Elsevier pp. 47-58
- Torres, M., Paz, K., & Salazar, F. (2006). Tamaño de una muestra para una investigación de mercado. *Universidad Rafael Landívar: Boletín electrónico [en línea]* Recuperado de: http://www.tec.url.edu.gt/boletin/URL_02_BAS02.pdf.
- United States Holocaust Memorial Museum. (2018). About Museum. Mayo 2018, de A living memorial to the Holocaust Recuperado de: <https://www.ushmm.org/information/about-the-museum>

Apéndices

Apéndice A. Modelo de entrevista a entidades públicas y privadas a cargo de los atractivos seleccionados



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

Facultad de Especialidades Empresariales

Carrera de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras Bilingüe

Modelo de Entrevista

Entrevista para Fundación Municipal Siglo XXI- Fortín de la Planchada

Tema: Propuesta de segmentación y uso de atractivos dark para la diversificación de la oferta turística de Guayaquil

Entrevistadores: Antonella Cevallos- Franklin Pineda

Entrevistado: Arq. Edgar Sánchez **Fecha de la Entrevista:** 12 Julio del 2018

- 1) El Fortín de la Planchada reconocido lugar que fue uno de los baluartes coloniales para la defensa de la ciudad en contra de los ataques piratas. ¿Se tiene un presupuesto para el mantenimiento de este lugar? ¿Existe algún convenio para financiar dicho proyecto?**

Si se realiza un mantenimiento preventivo y correctivo cada seis meses, esto consiste en pintar la fachada y los postes del alrededor donde se encuentran los cañones, también se retira las piedras de la calzada en mal estado y se coloca unas nuevas, esto se realiza gracias a una asignación anual financiada por el Municipio de Guayaquil para el mantenimiento de los atractivos a cargo de la Fundación Siglo XXI

- 2) La accesibilidad es muy importante debido a la visita de personas con discapacidades físicas a los atractivos turísticos, ¿se tiene propuesto implementar rampas para las personas con movilidad reducida en este lugar? ¿se cuenta con un presupuesto para el mismo?**

Si se deseara implementar este proyecto debe realizarlo la Dirección de Proyectos del Municipio de Guayaquil, pero creemos que no se debería realizar ninguna construcción de rampas debido a que es un lugar muy empinado, lo cual complicaría la subida de las sillas de ruedas.

No se tiene pensado por parte de la Fundación Siglo XXI construir rampas, además el Municipio maneja el financiamiento

3) Si la empresa pública de turismo quisiera intervenir en estos lugares, ¿de qué forma los podría ayudar?

La Empresa Pública Municipal de Turismo si ha intervenido en este lugar, ha realizado promociones mediante su página web y su guía de turismo virtual, esto ha incentivado la visita de personas en mayor número en fiestas de fundación e independencia en los meses de julio y octubre.

4) ¿Se tiene pensado un plan promocional para atraer visitantes a estos lugares? ¿Se cuenta con un presupuesto para realizar el mismo?

Esta pregunta podría responderse con la anterior..., la Empresa Pública es la que realiza las promociones de estos atractivos que se encuentran en el Sector de las Peñas,... Fundación Siglo XXI se encarga del mantenimiento del atractivo.



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

Facultad de Especialidades Empresariales

Carrera de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras Bilingüe

Modelo de Entrevista

**Entrevista para Dirección de Áreas Verdes, Parques y Movilización Cívica-
Plaza de la Victoria**

Tema: Propuesta de segmentación y uso de atractivos dark para la diversificación de la oferta turística de Guayaquil

Entrevistadores: Antonella Cevallos- Franklin Pineda

Entrevistado: Arq. Abel Pesantes

Fecha de la Entrevista: 21 Junio 2018

- 1) La Plaza de la Victoria lugar donde se celebró la Batalla de Guayaquil ¿Tiene un presupuesto para mejoras del lugar? ¿Existe algún convenio para financiar dicho proyecto?**

La Dirección de Infraestructura Comunitaria de esta Corporación Municipal, está encargada de coordinar y ejecutar las reparaciones del monumento de Gabriel García Moreno, la Pérgola, la Pileta y demás áreas exteriores del Parque de la Victoria,; proyecto que está incluido dentro del presupuesto de la citada Dirección.

- 2) La accesibilidad es muy importante debido a la visita de personas con discapacidades físicas ¿Se tiene pensado implementar, sistema braille y rampas en este lugar?**

El diseño de camineras del Parque La Victoria permite libre acceso a personas con movilidad reducida, así también cuenta con rampas en las aceras externas. Actualmente estamos recopilando información referente a parques inclusivos en coordinación con la Arq. Sandra Sparza, autora del libro “Parques para todos sin barreras, sin fronteras”.



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

Facultad de Especialidades Empresariales

Carrera de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras Bilingüe

Modelo de Entrevista

Entrevista para Universidad de Guayaquil- Casona Universitaria

Tema: Propuesta de segmentación y uso de atractivos dark para la diversificación de la oferta turística de Guayaquil

Entrevistadores: Antonella Cevallos- Franklin Pineda

Entrevistado: Lcda. Sandra Armijos **Fecha de la Entrevista:** 05 de Julio 2018

1) ¿Se tiene un presupuesto para mejorar este lugar? ¿Existe algún convenio para financiar dicho proyecto?

La universidad de Guayaquil cuenta con un presupuesto inicial para levantar la consultoría, y así determinar cuál ha sido la afectación de casona universitaria tras el terremoto del año 2016. En la actualidad se cuenta con un financiamiento, que proviene de un seguro, ya que la casona al ser un bien patrimonial está asegurado, con el mismo se piensa realizar la restauración de la casona. No existe ningún convenio, el financiamiento es estrictamente de la prima del seguro y de la universidad de Guayaquil.

2) La accesibilidad es muy importante debido a la visita de personas con discapacidades físicas, auditivas y visuales a los atractivos turísticos, ¿se tiene propuesto implementar rampas para las personas con movilidad reducida en este lugar? ¿se cuenta con un presupuesto para el mismo?

Este lugar por ser alrededor de los años 1900, no cuenta con rampas para recibir a este tipo de personas, en conversaciones con el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural, le hemos indicado que se va a restaurar la casona; se pensó en un inicio darle un uso

como centro cultural, pero el Instituto de Patrimonio recomiendan que si se realiza la restauración sea de forma íntegra, que no se modifique o cambie nada dentro de este bien. En el caso de accesibilidad se podría implementar rampas por las entradas que colindan con las calles Chile y Chimborazo, sin que esto afecte la infraestructura de la casona

3) Si la empresa pública de turismo quisiera intervenir en estos lugares, ¿de qué forma los ayudarían?

Si la empresa pública desea intervenir sería muy bueno, pero dependerá que tipo de uso se desea dar a la casona como tal para que reciba turistas, pero si ellos desean intervenir en este sitio patrimonial, la universidad está dispuesta a escuchar sus propuestas.

4) ¿Se tiene pensado un plan promocional para atraer visitantes a estos lugares? ¿Se cuenta con un presupuesto para realizar el mismo?

No se ha pensado todavía y no se puede determinar un plan promocional como tal, como dije anteriormente se debe definir el uso que le piensa dar a la casona universitaria. Se está manteniendo conversaciones con las autoridades de la Universidad y el Instituto de Patrimonio para definir el uso de este bien patrimonial.



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

Facultad de Especialidades Empresariales

Carrera de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras Bilingüe

Modelo de Entrevista

Entrevista para Ministerio de Cultura y Patrimonio- Antigua Cárcel Municipal

Tema: Propuesta de segmentación y uso de atractivos dark para la diversificación de la oferta turística de Guayaquil

Entrevistadores: Antonella Cevallos- Franklin Pineda

Entrevistado: Arq. Santiago Camacho **Fecha de la Entrevista:** 14 de Junio 2018

- 1) Debido a la falta de mantenimiento y abandono de este lugar, su infraestructura interna se encuentra deteriorada y eso ha implicado su cierre ¿se ha iniciado algún proyecto para recuperar y mejorar este edificio patrimonial?**

Existe ya un proyecto denominado “Diseño y estudios de intervención y rehabilitación patrimonial” realizado en una consultoría para el Ministerio de Cultura y Patrimonio.

- 2) ¿Se tiene un presupuesto para realizar dicho proyecto? ¿Existe algún convenio para financiarlo?**

Los estudios que se realizaron incluyen el desarrollo del presupuesto. El financiamiento del mismo es de fondos directos del estado.

- 3) La accesibilidad es muy importante debido a la visita de personas con discapacidades físicas, auditivas y visuales a los atractivos turísticos, ¿se tiene propuesto implementar rampas para las personas con movilidad reducida en este lugar? ¿se cuenta con un presupuesto para el mismo?**

Los estudios realizados cumplen con todas las normas de accesibilidad universal a través de rampas y elevadores para llegar a todos los niveles del proyecto. Estos elementos están contemplados ya en el presupuesto general.

4) Si la empresa pública de turismo quisiera intervenir en estos lugares, ¿de qué forma los ayudarían?

El edificio es propiedad del estado y el proyecto es propiedad del ministerio de cultura.

El modelo de gestión tiene previsto que el edificio sea de fines culturales y educativos, tipologías compatibles con el turismo. La Empresa Pública Municipal de Turismo podría ser parte del modelo de gestión de una manera transversal

5) De llegar a la reapertura de este lugar, ¿se tiene pensado un plan promocional para atraer visitantes a estos lugares? ¿Se cuenta con un presupuesto para realizar el mismo?

El proyecto está propuesto con espacios para el personal de administración, gestión y promoción. Se realizó, como parte de la consultoría, una propuesta de modelo de gestión y mantenimiento del sitio como un ente que funcione cofinanciado con las actividades propuestas.



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

Facultad de Especialidades Empresariales

Carrera de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras Bilingüe

Modelo de Entrevista

Entrevista para Museo Naval BAE “Abdón Calderón”

Tema: Propuesta de segmentación y uso de atractivos dark para la diversificación de la oferta turística de Guayaquil

Entrevistadores: Antonella Cevallos- Franklin Pineda

Entrevistado: Lcda. María José Arrieta **Fecha de la Entrevista:** 19/06/2018

- 1) ¿Se tiene un presupuesto para el mantenimiento de este lugar? ¿Existe algún convenio para financiar dicho proyecto?**

...En junio finalizó la obra de Asti naves que consistía en cambiar el planchaje de algunas partes del buque, ... si es necesario darle mantenimiento. Se cuenta con el presupuesto, ... se piensa modificar todo lo que es planchaje y otros puntos de la unidad. ... Rediseño museístico. ... Cada año se lo pinta, se pule los cañones, sobretodo cada 25 que es la fecha de la Armada.

- 2) La accesibilidad es muy importante debido a la visita de personas con discapacidades físicas, ¿Se tiene pensado implementar sistema braille? ¿Se cuenta con un presupuesto para el mismo?**

No he escuchado nada para el sistema de braille... Se han pedido guías interactivas con algunos idiomas, pero todavía no esta

- 3) Si la empresa pública de turismo quisiera intervenir en estos lugares, ¿de qué forma los podría ayudar?**

...Lograr que hagan algunos letreros sobre dirección, horarios de atención, que se diga que hay museos, Letreros informativos en lugares donde exista bastante afluencia.

4) ¿Se tiene pensado un plan promocional para atraer visitantes a este lugar?

¿Se cuenta con un presupuesto para realizar el mismo?

...Tratando de hacer gestiones institucionales para que haya difusión, promoción de los museos navales en si...Hay operadores turísticas que si toman el punto como un lugar donde si pueden traer a los turistas, porque es una historia que envuelve a las personas, ya se dé aquí o extranjeras.. Vienen con guías, ellos realizan la traducción. También llegan turistas sin operadores turísticos.



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

Facultad de Especialidades Empresariales

Carrera de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras Bilingüe

Modelo de Entrevista

Entrevista para Sector Nigeria – Isla Trinitaria (Recorrido Turístico)

Tema: Propuesta de segmentación y uso de atractivos dark para la diversificación de la oferta turística de Guayaquil

Entrevistadores: Antonella Cevallos- Franklin Pineda

Entrevistado: Sra. Sonia España

Fecha de la Entrevista: 10 Junio 2018

1) ¿Existe un proyecto a futuro en el Sector Nigeria – Isla Trinitaria (Recorrido Turístico)?

Existe el proyecto de abrir la Hostería Comunitaria. Actualmente se busca realizar un préstamo, antes de la aprobación del mismo; se requiere un estudio de factibilidad de la hostería.

2) Dentro de los recorridos programados que ofrecen ¿Reciben turistas nacionales y extranjeros?

Se han recibido estudiantes de siete universidades que vienen a realizar investigaciones. Han venido turistas de Argentina, Colombia, Brasil.

3) ¿Qué actividades se realizan dentro del recorrido?

Se enseña acerca de la gastronomía típica, degustación de platos típicos, elaboración de artesanías, uso y métodos para realizar instrumentos musicales, música, creación de trajes, visita al monumento de Cristo del Consuelo, explicación de la danza, vista panorámica del Estero desde un recorrido por canoa, relato de la llegada de personas a vivir en la Isla Trinitaria.

4) ¿Cuál es el precio por persona del recorrido que se ofrece?

El precio por persona es de \$35, no incluido el baile. Siempre los recorridos se realizan con un mínimo de 15 personas.



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

Facultad de Especialidades Empresariales

Carrera de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras Bilingüe

Modelo de Entrevista

Entrevista para Junta de Beneficencia- Cementerio Patrimonial

Tema: Propuesta de segmentación y uso de atractivos dark para la diversificación de la oferta turística de Guayaquil

Entrevistadores: Antonella Cevallos- Franklin Pineda

Entrevistados: Arq. Roberto Wong y Lcda. Jacqueline Bowen

Fecha de la Entrevista: 19 de Junio 2018

- 1) Debido al mantenimiento que requiere el cementerio ¿Se tiene un presupuesto para mejorar este lugar? ¿Existe algún convenio para financiar dicho proyecto?**

Se cuenta con un presupuesto para la limpieza y arreglos de las bóvedas, pero no se cuenta con dinero para el rescate de las estatuas y mausoleos que se hallan dentro del cementerio, nosotros creemos que el Instituto Nacional de Patrimonio y Cultura nos debería ayudar con el financiamiento para el rescate de dichas obras debido a que se encuentran en un sitio patrimonial.

- 2) Si la empresa pública de turismo quisiera intervenir en estos lugares, ¿de qué forma los ayudarían?**

La Empresa Pública Municipal nos ayuda en la difusión del cementerio Patrimonial, en Julio del año 2017 sacaron unas fotografías para la promoción mediante su sitio web.

Sin embargo, se desea que la Empresa nos apoye con un proyecto que ayude al rescate del patrimonio debido a que algunos de ellos se encuentran actualmente abandonado por sus propietarios

Además se ha mantenido conversaciones con el Municipio para implementar rutas los días sábados pero aún no ha quedado establecido, pero si se llegara a dar, se desea que se nos ayude con el presupuesto para el pago del guía

3) ¿Se tiene pensado un plan promocional para atraer visitantes a estos lugares? ¿Se cuenta con un presupuesto para realizar el mismo?

No se cuenta con un presupuesto para la realización de un plan promocional y tampoco se tiene pensado en uno, las actividades que se realizan son por autogestión, se coordina y se da apoyo logístico en los recorridos programados que se realizan dentro del cementerio, gestionados por el Municipio de Guayaquil.

Apéndice B. Modelo de Encuesta



Encuesta dirigida al público para conocer el nivel de aceptación y uso de atractivos dark para la diversificación de la oferta turística de Guayaquil

Favor llenar la siguiente encuesta, con la mayor sinceridad posible

País y/o Ciudad de Procedencia: _____

Género: Masculino Femenino **Edad:** _____

1. **¿Tiene Ud. Interés por conocer sitios relacionados con hechos que han marcado la historia de la ciudad, donde han tenido lugar situaciones poco convencionales: museos memoriales, antiguas prisiones, cementerios con riqueza cultural y zonas urbana - masivas?**

Sí No

2. **Si su respuesta es afirmativa, mencione el motivo principal por el cual visitaría estos lugares**

3. **Alguna vez ha visitado algún destino de este tipo de turismo. De ser afirmativa su respuesta, mencione dicho lugar**

Sí No

¿Cuál? _____

4. **Usualmente con quien realiza sus viajes**

Individual En Pareja En Familia
Entre Amigos Grupos de Viajes

5. ¿Le gustaría que se ofrezca un paquete turístico dentro de la ciudad de Guayaquil, es decir un servicio con un itinerario establecido que incluye transporte seguro, alimentación y visitas guiadas a estos sitios?

Sí

No

6. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por persona por el paquete turístico mencionado anteriormente?

Apéndice C. Modelo de entrevista a operadores turísticos



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

Facultad de Especialidades Empresariales

Carrera de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras Bilingüe

Modelo de Entrevista

Entrevista para Operadores Turísticos – Guayaquil Visión

Tema: Propuesta de segmentación y uso de atractivos dark para la diversificación de la oferta turística de Guayaquil

Entrevistadores: Antonella Cevallos- Franklin Pineda

Entrevistado: Alberto Pesantes

Fecha de la Entrevista: 20 Junio 2018

1. ¿Cuál es el producto/atractivo más vendido en Guayaquil y su área de influencia?

...*city tour*, recorrido que el bus hace por diferentes puntos turísticos de la ciudad... aproximadamente son 50 puntos turísticos, duración aproximadamente de 1 h 45... siempre se va acompañada de un guía bilingüe. A parte tienen personal de staff para la atención de las personas... dado el tiempo... Han llegado a descubrir que cuando los extranjeros o nacionales vienen a la ciudad y no la conocen en absoluto, necesitan saber para dónde dirigirse... Han hecho a parte del servicio de *city tour*, se ha colocado una persona para que los encamine a los lugares que ellos deseen...

2. ¿Tiene Ud. interés en ofrecer y promocionar sitios relacionados con hechos que han marcado la historia de la ciudad, donde han tenido lugar situaciones poco convencionales: museos memoriales, antiguas prisiones, cementerios con riqueza cultural y zonas urbana - masivas?

¿Por qué?

Eso se ha conversado al interno a la empresa... Se dificulta a través del bus esos city tour fuera de lo normal.. Porque somos regularizados por el municipio. , se tiene una ruta ya establecida por el Municipio... para salir de la ruta hay que pedir una autorización... se complica porque hay ciertas calles que es...difícil el acceso del bus.. Dejar el bus en un lugar y el personal ir a pie...Podemos organizar algo, pero ir caminando...

3. ¿Considera usted que los turistas que visitan Guayaquil estarían interesados en incluir este tipo de atractivos en su recorrido?

Claro...por conclusiones que sacamos...el extranjero cuando viene, ya está decidido visitar Guayaquil, viene muy informado...revisa toda la historia a través de página *web*, *YouTube*, uno cuando va a un punto ellos hacen preguntas...tienen curiosidad de saber algo más... y uno debe estar preparado para responder...El extranjero ya viene preparado para saber dónde van y que quieren saber.

4. ¿Qué facilidades o servicios necesitaría su empresa para empezar a operar turismo en este tipo de atractivos?

..Permiso del Municipio para el bus... lo hacemos y un guía lo lleva al pie, si nosotros tenemos acceso hasta cierta parte y de ahí el guía se encarga de dirigirlos...me gustaría que el bus llegue al punto determinado y de ahí poder seguir.



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

Facultad de Especialidades Empresariales

Carrera de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras Bilingüe

Modelo de Entrevista

Entrevista para Operadores Turísticos-Destino Libre

Tema: Propuesta de segmentación y uso de atractivos dark para la diversificación de la oferta turística de Guayaquil

Entrevistadores: Antonella Cevallos- Franklin Pineda

Entrevistado: Félix Ponce

Fecha de la Entrevista: 21 de Junio 2018

1. ¿Cuál es el producto/atractivo más vendido en Guayaquil y su área de influencia?

Nuestra operadora es enfocada a turismo rural pero tenemos la oferta local dentro del entorno urbano, el denominado *city tour* que lo realizan los turistas nacionales y extranjeros en la ciudad de Guayaquil; aparte tenemos la ruta de los museos y la visita al cementerio que también forma parte de la oferta turística pero se está presentando problemas con los permisos para operar este lugar.

2. ¿Tiene Ud. interés en ofrecer y promocionar sitios relacionados con hechos que han marcado la historia de la ciudad, donde han tenido lugar situaciones poco convencionales: museos memoriales, antiguas prisiones, cementerios con riqueza cultural y zonas urbana - masivas?

¿Por qué?

Nosotros creemos que existe una riqueza cultural en Guayaquil, por lo cual se realiza estos denominados *city tour* donde narran la historia de la ciudad, pero no hay una oferta variada aparte del mismo, si nos interesamos en ofrecer este nuevo tipo de turismo pero combinándolo con otras actividades para que el turista se sienta satisfecho.

3. ¿Considera usted que los turistas que visitan Guayaquil estarían interesados en incluir este tipo de atractivos en su recorrido?

Si estaríamos gustosos de incluir este tipo de turismo en nuestros catálogos, debido a que nosotros contamos con un catálogo de atractivos turísticos donde incluso tenemos al cementerio y la ruta de las iglesias.

4. ¿Qué facilidades o servicios necesitaría su empresa para empezar a operar turismo en este tipo de atractivos?

La principal facilidad que necesitaríamos es el permiso para poder operar dentro del cementerio, ya que se necesita tramitarlo con 48 horas de anticipación y se corre el riesgo que lo nieguen y uno quedaría mal con el turista, como operadora no nos conviene este tipo de mala publicidad por incumplimiento.



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

Facultad de Especialidades Empresariales

Carrera de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras Bilingüe

Modelo de Entrevista

Entrevista para Operadores Turísticos – Guani Tours

Tema: Propuesta de segmentación y uso de atractivos dark para la diversificación de la oferta turística de Guayaquil

Entrevistadores: Antonella Cevallos- Franklin Pineda

Entrevistado: Aylin Medrano

Fecha de la Entrevista: 05 Julio 2018

1. ¿Cuál es el producto/atractivo más vendido en Guayaquil y su área de influencia?

... Lo que más vendemos son *city tour*,... también se ofrece lo típico *city tour* y Parque Histórico o Isla Santay, Hacienda de Chocolate “El Castillo”, Manglar de Churute. ... Para los nacionales, los colegios ... lo combinan con Salinas...

2. ¿Tiene Ud. interés en ofrecer y promocionar sitios relacionados con hechos que han marcado la historia de la ciudad, donde han tenido lugar situaciones poco convencionales: museos memoriales, antiguas prisiones, cementerios con riqueza cultural y zonas urbana - masivas?

¿Por qué?

...Si, yo creo que es lo que más hace falta en Guayaquil. No hay producto, ese es el problema...No se crean productos porque no hay demanda, no hay demanda porque no hay oferta. Va todo en cadena...Puede funcionar, porque aquí no hay nada que hacer...Si tengo interés de que se cree un producto...

3. ¿Considera usted que los turistas que visitan Guayaquil estarían interesados en incluir este tipo de atractivos en su recorrido?

...Si, aquí no hay nada que hacer...algo que pueda entrar en la cartera de productos y se pueda ofrecer, créeme que alguien caerá..., si tú tienes el *city tour* más otra actividad, se haría, porque no hay nada más. ..Sí se puede.

4. ¿Qué facilidades o servicios necesitaría su empresa para empezar a operar turismo en este tipo de atractivos?

...Buena aquí las operadores llamamos al guía, son servicios prestados, el transporte turístico...Para esto que se puso más difícil porque ya las agencias no pueden tener su propio transporte...Seguridad para los pasajeros...



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

Facultad de Especialidades Empresariales

Carrera de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras Bilingüe

Modelo de Entrevista

Entrevista para Operadores Turísticos – Traveltips

Tema: Propuesta de segmentación y uso de atractivos dark para la diversificación de la oferta turística de Guayaquil

Entrevistadores: Antonella Cevallos- Franklin Pineda

Entrevistado: Ilse Tugendhat

Fecha de la Entrevista: 13/07/2018

1. ¿Cuál es el producto/atractivo más vendido en Guayaquil y su área de influencia?

Recorrido por la ciudad, Parques Históricos, Museos, Cerros, Jardines, Fincas y Plantaciones, Manglares, Playa.

2. ¿Tiene Ud. interés en ofrecer y promocionar sitios relacionados con hechos que han marcado la historia de la ciudad, donde han tenido lugar situaciones poco convencionales: museos memoriales, antiguas prisiones, cementerios con riqueza cultural y zonas urbana - masivas?

¿Por qué?

Todo se ofrece, pero con otra perspectiva. Se lleva a los turistas a los lugares de interés para ellos.

3. ¿Considera usted que los turistas que visitan Guayaquil estarían interesados en incluir este tipo de atractivos en su recorrido?

En el enfoque con turismo emisor, hasta ahora ningún turista lo ha solicitado. No hay lo suficiente. No es un turismo masivo, no es de gran interés.

4. ¿Qué facilidades o servicios necesitaría su empresa para empezar a operar turismo en este tipo de atractivos?

La empresa ya opera estos sitios pero con otra perspectiva, más cultural, más de historia. Todo depende del enfoque que se presenta el producto o hacia donde se quiere llevar. Depende de cómo la persona encargada de mostrarlos dirija a sus guiados.

Apéndice D. Ficha para el levantamiento y jerarquización de atractivos turísticos

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																	
Código del atractivo:	0	9	0	1	1	2	M	C	0	1	0	4	0	3	0	0	0
	Provincia		Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo		
1. DATOS GENERALES																	
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																	
FORTÍN DE LA PLANCHADA																	
1.2 Categoría					1.3 Tipo					1.4 Subtipo							
MANIFESTACIONES_CULTURALES					ARQUITECTURA					ÁREA HISTÓRICA							
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO TURÍSTICO																	
2.1 Provincia					2.2 Cantón					2.3 Parroquia							
GUAYAS					GUAYAQUIL					TARQUI (GUAYAQUIL)							
2.4 Calle Principal					2.5 Número					2.6 Transversal							
CALLE NUMO POMPILLO LLONA					S/I					S/I							
2.7 Barrio, Sector o Comuna					2.8 Sitio poblado más cercano												
CENTRO					GUAYAQUIL												
2.9 Latitud (grados decimales)					2.10 Longitud (grados decimales) Click					2.11 Altura (msnm)							
- 02.110065					-79.9565321					11 msnm							
2.12 Inmerso en Espacio Turístico					SI <input checked="" type="checkbox"/>		NO <input type="checkbox"/>		S/I <input type="checkbox"/>								
2.12.1 Nombre del Espacio Turístico:					LAS PEÑAS												
Observaciones:																	
3. CARACTERÍSTICAS CLIMATOLÓGICAS					SI <input checked="" type="checkbox"/>		NO <input type="checkbox"/>		S/I <input type="checkbox"/>								
3.1. Clima HÚMEDO TROPICAL			3.2 Temperatura(°C) 29°C			3.3 Precipitación Pluviométrica (mm) 500/1000											
4. ACCESIBILIDAD AL ATRACTIVO TURÍSTICO					SI <input checked="" type="checkbox"/>		NO <input type="checkbox"/>		S/I <input type="checkbox"/>								
4.1 Tipo de Ingreso (U)					SI <input checked="" type="checkbox"/>		NO <input type="checkbox"/>		S/I <input type="checkbox"/>								
4.1.1 Libre (Continuar 4.1.4) 3			4.1.2 Restringido (Continuar observaciones) 0			4.1.3 Pagado (Continuar siguiente) 0											
4.1.3.1 Precio (Tarifa mínima y máxima):					a. Desde \$ 0		b. Hasta \$ 0										
4.1.3.2 Forma de Pago (M):					a. Efectivo <input type="checkbox"/>		b. Dinero Electrónico <input type="checkbox"/>										
					c. Tarjeta de Débito <input type="checkbox"/>		d. Tarjeta de Crédito <input type="checkbox"/>										
					e. Transferencia Bancaria <input type="checkbox"/>		f. Cheque <input type="checkbox"/>										
4.1.4 Horario:			a. Hora de Ingreso: 0:00		b. Hora de Salida: 0:00												

4.1.5 Atención (U):		a. Todos los días	3	c. Fines de Semana y Feriados	0
		b. Sólo días hábiles	0	d. Otro.	0 Especifique:
Observaciones: EL ATRACTIVO ESTÁ ABIERTO LAS 24 HORAS DEL DÍA					
4.2 Temporalidad (M)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>
a. Alta (meses)	<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique: JULIO Y OCTUBRE. ADEMÁS DE FINES DE SEMANA			
b. Baja (meses)	<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique: DÍAS ORDINARIOS			
Observaciones:					
4.3 Facilidades para personas con discapacidad (M).		SI	3	NO	<input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>
a. Rampas	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Baterías Sanitarias adecuadas	<input type="checkbox"/>	c. Personal Calificado	<input type="checkbox"/>
d. Sistema Braille	<input type="checkbox"/>	e. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:	
Observaciones: SE CUENTA CON UNA RAMPA POR LAS ESCALINATAS					
5. CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO TURÍSTICO		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>
5.1 Acceso (M)		SI	1	NO	<input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>
5.1.1 Terrestre (U)	a. Primer Orden	1	Estado (U)	Bueno	<input checked="" type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Malo <input type="checkbox"/>
	b. Segundo Orden	0		Bueno	<input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Malo <input type="checkbox"/>
	c. Tercer Orden	0		Bueno	<input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Malo <input type="checkbox"/>
5.1.2 Acuático (U)	a. Marítimo	0	Describir:		
	b. Lacustre	0	Describir:		
	c. Fluvial	0	Describir:		
5.1.3 Aéreo	0	Describir:			
Observaciones:					
5.2 Comunicación (M)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>
5.2.1 Telefonía (M)	0	a. Fija	<input type="checkbox"/>	b. Móvil	<input checked="" type="checkbox"/> c. Satelital <input type="checkbox"/>
5.2.2 Conexión a Internet (M)	0	a. Línea Telefónica	<input type="checkbox"/>	b. Cable	<input type="checkbox"/> c. Satélite <input type="checkbox"/>
		d. Redes inalámbricas	<input type="checkbox"/>	e. LMDS	<input type="checkbox"/> f. Telefonía Móvil <input checked="" type="checkbox"/>
5.2.3 Radio Portátil (U)	0	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>
Observaciones:					
5.3 Señalización (M)		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>
a. Señalización de aproximación al sitio	0	Estado (U)	Bueno	<input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Malo <input type="checkbox"/>	
b. Señalética en el sitio	0		Bueno	<input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Malo <input type="checkbox"/>	
Observaciones:					

5.4. Poblado Urbano Cercano más importante		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
5.4.1 Nombre del Poblado Urbano más importante: GUAYAQUIL							
a. Distancia del atractivo al Poblado urbano más cercano:		1,5	Km	b. Tiempo de viaje al poblado urbano más cercano:		0:04	horas/ minutos
Observaciones: SE HA TOMADO COMO REFERENCIA EL HEMICICLO DE LA ROTONDA EN EL MALECÓN 2000, POR SER UN LUGAR MUY CONCURRIDO							
5.5. Tipo de Transporte y Frecuencia (M)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
5.5.1 Tipo		5.5.2 Frecuencia					
		a. Diaria	b. Semanal	c. Mensual	d. Eventual		
a. Bus	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
b. Busetas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
c. Automóvil	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
d. 4x4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
e. Tren	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
f. Barco	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
g. Lancha / Canoa/ Bote	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
h. Avión	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
i. Avioneta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
j. Helicóptero	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
k. Otro	<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique: METROVÍA					
Observaciones: METROVIA-PARADA LAS PEÑAS (FRECUENCIA DIARIA)							
6. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
6.1 Planta Turística (M)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Alojamiento	2	Establecimientos registrados:	1	Habitaciones:	8	Plazas:	15
b. Alimentos y Bebidas	2	Establecimientos registrados:	32	Mesas:	367	Plazas:	1.435
c. Agencias de viaje/Operadoras	2	Establecimientos Registrados:	0				
d. Intermediación	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
e. Transporte o movilización interno	0	Especifique:					
f. Guianza	0	Especifique:					
g. Otros	0	Especifique:					
Observaciones: SE HA TOMADO COMO REFERENCIA 500 M ALREDEDOR DEL ATRACTIVO. CALLE NUMO POMPILLO LLONA, CENTRO COMERCIAL MALECÓN 2000 (FRENTE A LAS PEÑAS), CERRO SANTA ANA							

6.2 Facilidades en el entorno al atractivo (M)		SI	2	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
6.2.1 Categoría	6.2.2. Tipo (M)	6.2.3 Cant.	6.2.4 Administrador	6.2.5 Coordenadas		6.2.6 Estado (U)			
				a. Lat.	b. Long.	B	R	M	
a. De apoyo a la gestión turística <input type="checkbox"/>	Punto de Información abierto <input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Punto de información cerrado <input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	I-Tur <input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de interpretación <input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de facilitación turística <input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de recepción - equipamiento de visitantes <input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. De observación y vigilancia <input type="checkbox"/>	Miradores <input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Torres de avistamiento de aves <input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Torres de observación de salvavidas <input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. De recorrido y descanso <input type="checkbox"/>	Senderos <input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Estaciones de sombra y descanso <input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Áreas de Acampar <input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Puentes de acceso a senderos <input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Refugio de alta montaña <input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Muelle <input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. De servicio <input checked="" type="checkbox"/>	Área de servicio de alimentación <input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Garitas de guardiana <input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Baterías sanitarias <input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Estacionamientos <input checked="" type="checkbox"/>	1,00			- 02.110065	-79.9565321	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. Otros <input type="checkbox"/> Especifique:									
Observaciones:									
6.3 Complementarios (M)		SI	3	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
a. Casa de cambio <input type="checkbox"/>	b. Alquiler y venta de equipo especializado <input type="checkbox"/>						<input checked="" type="checkbox"/>		
c. Venta de Artesanías y merchandising <input checked="" type="checkbox"/>									
f. Cajero automático <input checked="" type="checkbox"/>	e. Taxis <input type="checkbox"/>								
h. Otro <input type="checkbox"/>	Especifique:								
Observaciones:									
7. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
7.1 Atractivo (U)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
a. Conservado 7	b. Alterado 0	c. En proceso de deterioro 0	d. Deteriorado 0						
Observaciones:									
7.1.1 Factores de deterioro (M)		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
7.1.1.1 Naturales (M)		7.1.1.2 Antrópicos (M)							

a. Erosión	<input type="checkbox"/>	a. Actividades Agrícolas	<input type="checkbox"/>	b. Actividades Ganaderas	<input type="checkbox"/>	c. Actividades Forestales	<input type="checkbox"/>
b. Humedad	<input type="checkbox"/>	d. Actividades Extractivas / Minería	<input type="checkbox"/>	e. Actividades Industriales	<input type="checkbox"/>	f. Negligencia / Abandono	<input type="checkbox"/>
c. Desastres Naturales	<input type="checkbox"/>	g. Huaquearías	<input type="checkbox"/>	h. Conflicto de tenencia	<input type="checkbox"/>	i. Condiciones de uso y exposición	<input type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna	<input type="checkbox"/>	j. Escaso o nulo mantenimiento	<input type="checkbox"/>	k. Contaminación del Ambiente	<input type="checkbox"/>	l. Generación de residuos	<input type="checkbox"/>
e. Clima	<input type="checkbox"/>	m. Expansión urbana	<input type="checkbox"/>	n. Conflicto Político / Social	<input type="checkbox"/>	o. Desarrollo Industrial /	<input type="checkbox"/>
Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones:							
7.2 Entorno (500 m) (u)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Conservado	4	b. Alterado	0	c. En proceso de deterioro	0	d. Deteriorado	0
Observaciones:							
7.2.1 Factores de deterioro (M)		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
7.2.1.1 Naturales (M)		7.2.1.2 Antrópicos (M)					
a. Erosión	<input type="checkbox"/>	a. Actividades Agrícolas	<input type="checkbox"/>	b. Actividades Ganaderas	<input type="checkbox"/>	c. Actividades Forestales	<input type="checkbox"/>
b. Humedad	<input type="checkbox"/>	d. Actividades Extractivas /	<input type="checkbox"/>	e. Actividades Industriales	<input type="checkbox"/>	f. Negligencia / Abandono	<input type="checkbox"/>
c. Desastres Naturales	<input type="checkbox"/>	g. Huaquearías	<input type="checkbox"/>	h. Conflicto de tenencia	<input type="checkbox"/>	i. Condiciones de uso y exposición	<input type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna	<input type="checkbox"/>	j. Falta de mantenimiento	<input type="checkbox"/>	k. Contaminación del Ambiente	<input type="checkbox"/>	l. Generación de residuos	<input type="checkbox"/>
e. Clima	<input type="checkbox"/>	m. Expansión urbana	<input type="checkbox"/>	n. Conflicto Político / Social	<input type="checkbox"/>	o. Desarrollo Industrial /	<input type="checkbox"/>
Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones:							
7.3 Armonía con el paisaje natural o cultural que lo rodea		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. El atractivo guarda armonía con el entorno (U)	SI	2	NO	<input type="checkbox"/>			
Observaciones: SE ENCUENTRA EN UN LUGAR MUY CONCURRIDO POR TURISTAS POR EL BARRIO LAS PEÑAS							
7.4. Declaratoria del Atractivo /Espacio/Destino		SI	1	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Denominación:	SITIO PATRIMONIAL	b. Fecha de declaración:	1996	c. Alcance:	NACIONAL		
Observaciones:							
7.5 Amenazas Naturales (M)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
7.5.1 Geológicas (M)		7.5.2 Meteorológicas (M)					
a. Sismos	<input checked="" type="checkbox"/>	a. Huracanes					
b. Erupciones volcánicas	<input type="checkbox"/>	b. Deslizamientos					
c. Movimientos en masa-deslizamientos	<input type="checkbox"/>	c. Marejadas					
d. Fallas Geológicas	<input type="checkbox"/>	d. Inundaciones					
Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones:							

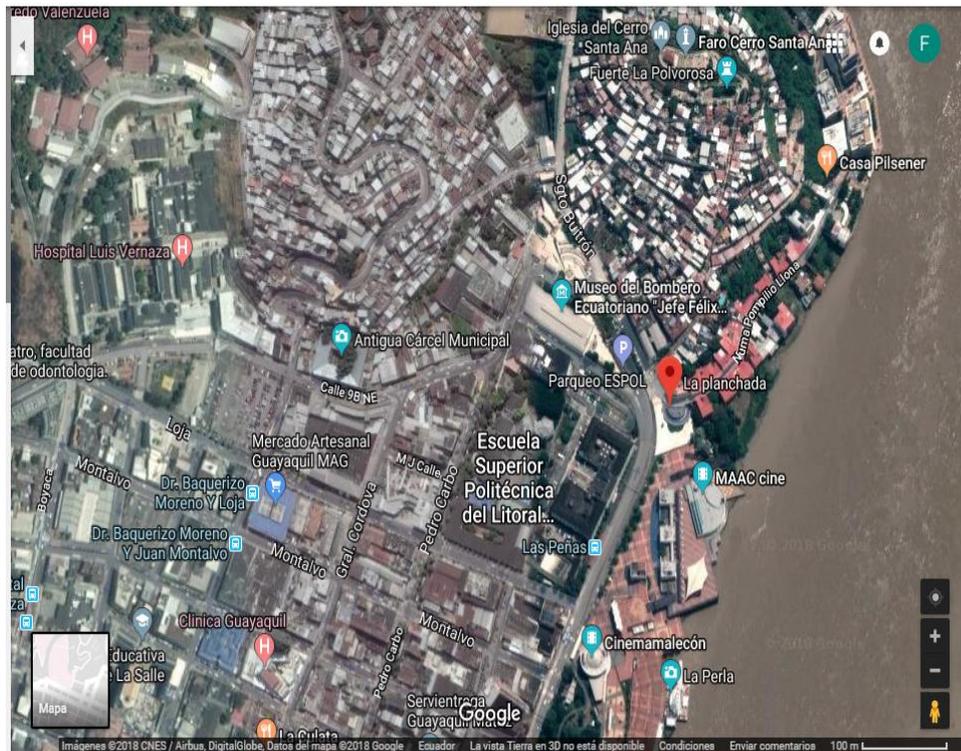
8. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
8.1 Agua (M)		SI	0	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Potable	<input type="checkbox"/>	b. Pozo	<input type="checkbox"/>	c. Tanquero	<input type="checkbox"/>		
d. Entubada	<input type="checkbox"/>	e. Río, vertiente, acequia o canal	<input type="checkbox"/>	f. Lluvia	<input type="checkbox"/>		
g. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones:							
8.2 Energía Eléctrica (M)		SI	0	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Red de empresa eléctrica de Servicio Público:	<input type="checkbox"/>	b. Panel Solar	<input type="checkbox"/>	c. Generador de corriente eléctrica	<input type="checkbox"/>		
d. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones:							
8.3 Servicio de Alcantarillado (M)		SI	0	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Red Pública	<input type="checkbox"/>	b. Pozo Ciego	<input type="checkbox"/>	c. Pozo Séptico	<input type="checkbox"/>	d. Con descarga directa al mar, río o quebrada	<input type="checkbox"/>
e. Letrina	<input type="checkbox"/>	f. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:			
Observaciones:							
8.4 Gestión de residuos generados por la actividad turística (M)		SI	0	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Manejo de desechos (SR)	<input type="checkbox"/>	b. Carro Recolector	<input type="checkbox"/>	c. Terreno baldío o quebrada	<input type="checkbox"/>	d. Quema de basura	<input type="checkbox"/>
e. Basura arrojada al río, acequia o canal	<input type="checkbox"/>	f. Basura enterrada	<input type="checkbox"/>	g. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:	
Observaciones:							
8.5 Salud (más cercano) (M)		SI	3	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Hospital o Clínica	3	b. Puesto / Centro de salud	0	c. Dispensario Médico	0	d. Personal Capacitado en primeros auxilios y	0
Observaciones:							
8.6 Seguridad (M)		SI	2	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Privada	<input type="checkbox"/>	b. Policía Nacional	<input type="checkbox"/>	c. Policía Metropolitana / Municipal	<input checked="" type="checkbox"/>		
d. Otra	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones:							
9. POLÍTICAS Y REGULACIONES		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
9.1. El atractivo se halla dentro de la planificación turística territorial (GAD'S) (U):		SI	0	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique: NO EXISTE ACTUALMENTE LA PLANIFICACIÓN TURÍSTICA TERRITORIAL	
9.2. Se cumple con la normativa para actividades que se practican en el atractivo (U):		SI	0	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique: NO EXISTE LA NORMATIVA	

9.3. Nombre del Administrador:		FUNDACIÓN GUAYAQUIL MUNICIPAL SIGLO XXI			
9.4. Tipo de Administrador (u)					
a. Público	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Privado	<input type="checkbox"/>	c. Comunitario	<input type="checkbox"/>
d. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:			
9.5. Contacto					
a. Nombre:	ING. WILFRIDO MATAMOROS			b. Teléfono/Celular:	2400719
c. Correo Electrónico:	fundación@guayaquilsgloxxi.com			d. Página WEB:	S/I
Observaciones:					
10. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (u)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>
				S/I	<input type="checkbox"/>
10.1 ATRACTIVOS NATURALES (M)		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>
				S/I	<input type="checkbox"/>
10.1.1 En el Agua (M)		SI	0	NO	<input checked="" type="checkbox"/>
				S/I	<input type="checkbox"/>
a. Buceo	<input type="checkbox"/>	b. Kayak de mar / lacustre	<input type="checkbox"/>	c. Kayak de Río	<input type="checkbox"/>
d. Kite Surf	<input type="checkbox"/>	e. Rafting	<input type="checkbox"/>	f. Snorkel	<input type="checkbox"/>
g. Surf	<input type="checkbox"/>	h. Tubing	<input type="checkbox"/>	i. Regata	<input type="checkbox"/>
j. Paseo en Panga / Bote / Lancha	<input type="checkbox"/>	k. Paseo en Moto Acuática / Parasailing / Esquí	<input type="checkbox"/>	l. Banana / Inflables	<input type="checkbox"/>
m. Pesca Deportiva	<input type="checkbox"/>	n. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:	
Observaciones:					
10.1.2 En el Aire (M)		SI	0	NO	<input checked="" type="checkbox"/>
				S/I	<input type="checkbox"/>
a. Alas Delta	<input type="checkbox"/>	b. Canopy	<input type="checkbox"/>	c. Parapente	<input type="checkbox"/>
d Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:			
Observaciones:					
10.1.3 En Superficie Terrestre (M)		SI	0	NO	<input checked="" type="checkbox"/>
				S/I	<input type="checkbox"/>
a. Montañismo	<input type="checkbox"/>	b. Escalada	<input type="checkbox"/>	c. Senderismo	<input type="checkbox"/>
d. Cicloturismo	<input type="checkbox"/>	e. Canyoning	<input type="checkbox"/>	f. Exploración de cuevas	<input type="checkbox"/>
g. Actividades Recreativas	<input type="checkbox"/>	h. Cabalgata	<input type="checkbox"/>	i. Caminata	<input type="checkbox"/>
j. Camping	<input type="checkbox"/>	k. Pícnic	<input type="checkbox"/>	l. Observación de flora y fauna	<input type="checkbox"/>
m. Fotografía	<input type="checkbox"/>	n. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:	
Observaciones:					
10.2 ATRACTIVOS CULTURALES (u)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>
				S/I	<input type="checkbox"/>
10.2.1 Tangibles (M)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>
				S/I	<input type="checkbox"/>
a. Recorridos Guiados / Autoguiados	1	b. Exposiciones Temáticas Permanentes, Temporales y	0	c. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc.,	1
d. Presentaciones Representaciones en vivo	1	e. Muestras Audiovisuales	0	f. Actividades Vivenciales y/o Lúdicas	1
g. Fotografía	0,5	h. Información del lugar	0	i. Visita a Talleres	0
j. Otro	0	Especifique:			
Observaciones:					

10.2.2 Intangibles (M)		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>				
10.2.2.1. Origen:	a. Ancestral <input type="checkbox"/>			b. Histórico <input type="checkbox"/>		c. Contemporáneo <input type="checkbox"/>					
10.2.2.2. Simbolism	10.2.2.3. Fecha de celebración:										
10.2.2.4. Periodicidad:	a. Anual <input type="checkbox"/>			b. Ocasional <input type="checkbox"/>		c. Otro <input type="checkbox"/>					
10.2.2.5. Portadores:	a. Individuos <input type="checkbox"/>			b. Colectivos <input type="checkbox"/>		c. Instituciones <input type="checkbox"/>					
10.2.2.6. Mantiene Costumbres y tradiciones:	SI		0	NO		<input type="checkbox"/>					
10.2.2.7. Características Específicas distintivas:											
10.2.2.8. Existe Información al respecto del Evento:	SI		0	NO		<input type="checkbox"/>					
10.2.2.9. Nivel de Organización:	a. Bueno		0	b. Regular		0	c. Malo		0		
Observaciones:											
11. DIFUSIÓN Y MEDIOS DE PROMOCIÓN DEL ATRACTIVO		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>				
11.1. Nivel de difusión del atractivo (U)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>				
a. Local	1	b. Regional	0	c. Nacional	4	d. Internacional	6				
Observaciones:											
11.2. Medios de Promoción del Atractivo (M)		SI	1	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>				
a. Página WEB	<input checked="" type="checkbox"/>	URL:	www.guayaquilesmidestino.com								
b. Red Social	<input type="checkbox"/>	Nombre:									
c. Revistas Especializadas	<input type="checkbox"/>	Nombre:									
d. Material POP	<input type="checkbox"/>	Nombre:									
e. Oficina de Información Turística	<input type="checkbox"/>	Nombre:									
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa)	<input type="checkbox"/>	Especifique:									
g. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:									
Observaciones:											
11.3. Asociación con otros Atractivos (mínimo 4)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>				
a. Nombre del atractivo	b. Distancia (km)	c. Tiempo (h/m aprox.)	d. Coordenadas Geográficas								
			1. Latitud (grados decimales)	2. Longitud (grados decimales)							
MALECÓN 2000	1,05 KM	0:04:00	-02.1925943	-79.8793547							
CERRO SANTA ANA	0,68 KM	0:01:00	- 02.1709979	-79.9223592							
PUERTO SANTA ANA	2,9 KM	0:08:00	- 02.1790913	-79.8762335							
CALLE NUMO POMPILLO LLONA	0,68 KM	0:01:00	- 02.1795854	-79.8759759							
Observaciones:											
12. TIPO DE VISITANTE Y AFLUENCIA (M)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input checked="" type="checkbox"/>				
12.1 Afluencia (M)		12.2 Tipo (U)			12.3 Frecuencia (U)						
a. Local	0,3	a. Turista	0	b. Excursionista	0	a. Alta	0	b. Media	0,3	c. Baja	0
b. Nacional	0,6	a. Turista	0	b. Excursionista	0	a. Alta	0	b. Media	0,6	c. Baja	0
c. Extranjera	0,2	a. Turista	0	b. Excursionista	0	a. Alta	0	b. Media	0	c. Baja	0,2

Observaciones:				
13. RECURSO HUMANO	SI	<input type="checkbox"/>	NO <input checked="" type="checkbox"/>	S/I <input type="checkbox"/>
13.1. Personal especializado en turismo (u):	SI	0	No <input checked="" type="checkbox"/>	Especifique:
13.2. Nivel de instrucción (u)				
Primaria	0	Secundaria	0	Tercer Nivel 0
Cuarto Nivel	0	Otro	0	Especifique:
13.3 Manejo de Idiomas (m)				
a. Inglés	<input type="checkbox"/>	b. Alemán	<input type="checkbox"/>	c. Francés <input type="checkbox"/>
d. Italiano	<input type="checkbox"/>	e. Chino	<input type="checkbox"/>	f. Otro <input type="checkbox"/>
Observaciones:				
14. DESCRIPCION DEL ATRACTIVO	SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	S/I <input type="checkbox"/>
<p>SEGÚN LA HISTORIA, LOS ANTECEDENTES DEL FORTÍN ORIGINAL, DATAN DEL SIGLO XVII, CUANDO EN 1624, DESDE ESE LUGAR, LOS GUAYAQUILEÑOS REALIZARON LA DEFENSA DE LA CIUDAD CONTRA EL ATAQUE DE LOS PIRATAS HOLANDESES LIDERADOS POR EL CAPITÁN GUBERNANT QUE TRATARON DE SAQUEAR DOS VECES A LA URBE. EN LA REFRIEGA PERDIERON LA VIDA MÁS DE UN CENTENAR DE SOLDADOS, QUE AUNQUE LOGRARON GANAR LA BATALLA, NO PUDIERON EVITAR LA DESTRUCCIÓN DE LA CIUDAD.EL FORTÍN DE LA PLANCHADA, TIENE UN ALTO VALOR HISTÓRICO PUES FUE UNO DE LOS ESCENARIOS DE LA GESTA DE LA INDEPENDENCIA DE GUAYAQUIL. ALLÍ EN LA MADRUGADA DEL 9 DE OCTUBRE DE 1920, EL SARGENTO HILARIO VARGAS Y SU TROPA SE TOMARON EL FUERTE MILITAR DE LA PLANCHADA, CON EL APOYO DE LOS HABITANTES DEL SECTOR DE LAS PEÑAS QUE SE ADHIRIERON A LA CAUSA DE LA LIBERTAD. LOS DOS CAÑONES UBICADOS EN UN REDONDEL QUE PARECERÍAN ESTAR LISTOS PARA DEFENDER A GUAYAQUIL, COMO SUCEDÍA EN LA ÉPOCA COLONIAL Y REPUBLICANA.</p> <p>HOY EL LUGAR SIRVE PARA CELEBRAR DIVERSOS ACTOS CULTURALES, PRESENTACIONES ARTÍSTICAS Y EXHIBICIONES ARTESANALES(Guayaquil es mi destino, 2018).</p>				
15. ANEXOS	SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	S/I <input type="checkbox"/>
a. Archivo Fotográfico (dos)				
				
Fuente: GUAYAQUIL ES MI DESTINO 2018				

c. Ubicación gráfica del Atractivo



Fuente: [GOOGLE EARTH](#)

FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)

ELABORADO POR:	VALIDADO POR:	APROBADO POR:
Apellido y Nombre FRANKLIN PINEDA	Apellido y Nombre	Apellido y Nombre
Institución UCSG	Institución	Institución
Cargo ESTUDIANTE	Cargo	Cargo
Correo Electrónico franklin_p1596@hotmail.com	Correo Electrónico	Correo Electrónico
Teléfono 221292	Teléfono	Teléfono
Firma	Firma	Firma
Fecha 31/05/2018	Fecha	Fecha

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																	
Código del atractivo:	0	9	0	1	1	0	M	C	0	1	0	7	0	2	0	0	0
	Provincia		Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo		
1. DATOS GENERALES																	
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																	
PLAZA LA VICTORIA																	
1.2 Categoría				1.3 Tipo				1.4 Subtipo									
MANIFESTACIONES CULTURALES				ARQUITECTURA				ESPACIO PÚBLICO									
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO TURÍSTICO																	
2.1 Provincia				2.2 Cantón				2.3 Parroquia									
GUAYAS				GUAYAQUIL				ROCAFUERTE (GUAYAQUIL)									
2.4 Calle Principal				2.5 Número				2.6 Transversal									
AV. QUITO				N/I				10 AGOSTO Y CLEMENTE BALLEEN									
2.7 Barrio, Sector o Comuna				2.8 Sitio poblado más cercano													
CENTRO				GUAYAQUIL													
2.9 Latitud (grados decimales)				2.10 Longitud (grados decimales) Click				2.11 Altura (msnm)									
2°11'3.6"S				79°53'24.4"W				4									
2.12 Inmerso en Espacio Turístico				SI <input type="checkbox"/>		NO <input checked="" type="checkbox"/>		S/I <input type="checkbox"/>									
2.12.1 Nombre del Espacio Turístico:																	
Observaciones:																	
3. CARACTERÍSTICAS CLIMATOLÓGICAS																	
SI <input checked="" type="checkbox"/>				NO <input type="checkbox"/>				S/I <input type="checkbox"/>									
3.1 Clima HÚMEDO TROPICAL				3.2 Temperatura(°C) 29°C				3.3 Precipitación Pluviométrica (mm) 500/1000									
4. ACCESIBILIDAD AL ATRACTIVO TURÍSTICO																	
SI <input checked="" type="checkbox"/>				NO <input type="checkbox"/>				S/I <input type="checkbox"/>									
4.1 Tipo de Ingreso (u)																	
4.1.1 Libre (Continuar 4.1.4) 3				4.1.2 Restringido (Continúa observaciones) 0				4.1.3 Pagado (Continuar siguiente) 0									
4.1.3.1 Precio (Tarifa mínima y máxima):				a. Desde \$ 0				b. Hasta \$ 0									
4.1.3.2 Forma de Pago (M):				a. Efectivo <input type="checkbox"/>		b. Dinero Electrónico <input type="checkbox"/>		c. Tarjeta de Débito <input type="checkbox"/>		d. Tarjeta de Crédito <input type="checkbox"/>		e. Transferencia Bancaria <input type="checkbox"/>		f. Cheque <input type="checkbox"/>			
4.1.4 Horario:				a. Hora de Ingreso: 6:00				b. Hora de Salida: 22:00									
4.1.5 Atención (U):				a. Todos los días 3				c. Fines de Semana y Feriados 0									
				b. Sólo días hábiles 0				d. Otro. 0 Especifique:									
Observaciones:																	
4.2 Temporalidad (M)				SI <input type="checkbox"/>		NO <input checked="" type="checkbox"/>		S/I <input type="checkbox"/>									
a. Alta (meses) <input type="checkbox"/>				Especifique:													
b. Baja (meses) <input type="checkbox"/>				Especifique:													
Observaciones:																	

4.3 Facilidades para personas con discapacidad (M).		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	3	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>	
a. Rampas	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Baterías Sanitarias adecuadas	<input type="checkbox"/>	c. Personal Calificado	<input type="checkbox"/>				
d. Sistema Braille	<input type="checkbox"/>	e. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones:									
5. CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO TURÍSTICO		SI	<input checked="" type="checkbox"/>		NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>	
5.1 Acceso (M)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	1	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>	
5.1.1 Terrestre (u)	a. Primer Orden	1	Estado (u)	Bueno	<input checked="" type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	Malo	<input type="checkbox"/>
	b. Segundo Orden	0		Bueno	<input type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	Malo	<input type="checkbox"/>
	c. Tercer Orden	0		Bueno	<input type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	Malo	<input type="checkbox"/>
5.1.2 Acuático (u)	a. Marítimo	0	Describir:						
	b. Lacustre	0	Describir:						
	c. Fluvial	0	Describir:						
5.1.3 Aéreo	0	Describir:							
Observaciones:									
5.2 Comunicación (M)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>		NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>	
5.2.1 Telefonía (M)	1	a. Fija	<input type="checkbox"/>	b. Móvil	<input type="checkbox"/>	c. Satelital	<input type="checkbox"/>		
5.2.2 Conexión a Internet (M)	1	a. Línea Telefónica	<input type="checkbox"/>	b. Cable	<input type="checkbox"/>	c. Satélite	<input type="checkbox"/>		
		d. Redes inalámbricas	<input type="checkbox"/>	e. LMDS	<input type="checkbox"/>	f. Telefonía Móvil	<input type="checkbox"/>		
5.2.3 Radio Portátil (u)	0	SI	<input checked="" type="checkbox"/>		NO	<input type="checkbox"/>			
Observaciones:									
5.3 Señalización (M)		SI	<input type="checkbox"/>		NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>	
a. Señalización de aproximación al sitio	0	Estado (u)	Bueno	<input type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	Malo	<input type="checkbox"/>	
b. Señalética en el sitio	0		Bueno	<input type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	Malo	<input type="checkbox"/>	
Observaciones:									
5.4. Poblado Urbano Cercano más importante		SI	<input checked="" type="checkbox"/>		NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>	
5.4.1 Nombre del Poblado Urbano más importante: GUAYAQUIL									
a. Distancia del atractivo al Poblado urbano más cercano:		3,8	Km	b. Tiempo de viaje al poblado urbano más cercano:		10 min	horas/ minutos		
Observaciones: SE HA TOMADO DE REFERENCIA EL HEMICLO DE LA ROTONDA POR SER UN PUNTO DE REFERENCIA PARA LOS TURISTAS									
5.5. Tipo de Transporte y Frecuencia (M)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>		NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>	
5.5.1 Tipo	5.5.2 Frecuencia								
		a. Diaria	b. Semanal	c. Mensual	d. Eventual				
a. Bus	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
b. Busetas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
c. Automóvil	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
d. 4x4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
e. Tren	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
f. Barco	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
g. Lancha / Canoa/ Bote	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
h. Avión	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				

i. Avioneta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
j. Helicóptero	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
k. Otro	<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique: METROVÍA							
Observaciones:									
6. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
6.1 Planta Turística (M)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
a. Alojamiento	2	Establecimientos registrados:	2	Habitaciones:	130	Plazas:	248		
b. Alimentos y Bebidas	2	Establecimientos registrados:	2	Mesas:	17	Plazas:	68		
c. Agencias de viaje/Operadoras	0	Establecimientos Registrados:	0						
d. Intermediación	<input type="checkbox"/>	Especifique:							
e. Transporte o movilización interno	0	Especifique:							
f. Guianza	0	Especifique:							
g. Otros	0	Especifique:							
Observaciones:									
6.2 Facilidades en el entorno al atractivo (M)		SI	2	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
6.2.1 Categoría	6.2.2. Tipo (M)	6.2.3 Cant.	6.2.4 Administrador	6.2.5 Coordenadas		6.2.6 Estado (U)			
				a. Lat.	b. Long.	B	R	M	
a. De apoyo a la gestión turística <input type="checkbox"/>	Punto de Información abierto	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Punto de información cerrado	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	I-Tur	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de interpretación	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de facilitación turística	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de recepción - equipamiento de visitantes	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. De observación y vigilancia <input type="checkbox"/>	Miradores	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Torres de avistamiento de aves	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Torres de observación de salvavidas	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. De recorrido y descanso <input checked="" type="checkbox"/>	Senderos	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Estaciones de sombra y descanso	<input checked="" type="checkbox"/>	10,00	MUNICIPIO GUAYAQUIL DE	2°11'3.6''S	79°53'24.4''W	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Áreas de Acampar	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Puentes de acceso a senderos	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Refugio de alta montaña	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Muelle	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. De servicio <input type="checkbox"/>	Área de servicio de alimentación	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Garitas de guardianía	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Baterías sanitarias	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Estacionamientos	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. Otros	<input type="checkbox"/>	Especifique:							
Observaciones:									

6.3 Complementarios (M)		SI	3	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Casa de cambio	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Alquiler y venta de equipo especializado	<input type="checkbox"/>	c. Venta de Artesanías y merchandising	<input checked="" type="checkbox"/>		
f. Cajero automático	<input checked="" type="checkbox"/>	e. Taxis	<input checked="" type="checkbox"/>	h. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:	
Observaciones:							
7. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
7.1 Atractivo (U)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Conservado	0	b. Alterado	0	c. En proceso de deterioro	3	d. Deteriorado	0
Observaciones: TRABAJOS DE RECONSTRUCCION EN EL PARQUE							
7.1.1 Factores de deterioro (M)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
7.1.1.1 Naturales (M)		7.1.1.2 Antrópicos (M)					
a. Erosión	<input type="checkbox"/>	a. Actividades Agrícolas	<input type="checkbox"/>	b. Actividades Ganaderas	<input type="checkbox"/>	c. Actividades Forestales	<input type="checkbox"/>
b. Humedad	<input checked="" type="checkbox"/>	d. Actividades Extractivas / Minería	<input type="checkbox"/>	e. Actividades Industriales	<input type="checkbox"/>	f. Negligencia / Abandono	<input type="checkbox"/>
c. Desastres Naturales	<input checked="" type="checkbox"/>	g. Huaquearía	<input type="checkbox"/>	h. Conflicto de tenencia	<input type="checkbox"/>	i. Condiciones de uso y exposición	<input type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna	<input type="checkbox"/>	j. Escaso o nulo mantenimiento	<input type="checkbox"/>	k. Contaminación del Ambiente	<input checked="" type="checkbox"/>	l. Generación de residuos	<input checked="" type="checkbox"/>
e. Clima	<input checked="" type="checkbox"/>	m. Expansión urbana	<input checked="" type="checkbox"/>	n. Conflicto Político / Social	<input type="checkbox"/>	o. Desarrollo Industrial /	<input type="checkbox"/>
Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones:							
7.2 Entorno (500 m) (U)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Conservado	0	b. Alterado	0	c. En proceso de deterioro	2	d. Deteriorado	0
Observaciones:							
7.2.1 Factores de deterioro (M)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
7.2.1.1 Naturales (M)		7.2.1.2 Antrópicos (M)					
a. Erosión	<input type="checkbox"/>	a. Actividades Agrícolas	<input type="checkbox"/>	b. Actividades Ganaderas	<input type="checkbox"/>	c. Actividades Forestales	<input type="checkbox"/>
b. Humedad	<input checked="" type="checkbox"/>	d. Actividades Extractivas /	<input type="checkbox"/>	e. Actividades Industriales	<input type="checkbox"/>	f. Negligencia / Abandono	<input type="checkbox"/>
c. Desastres Naturales	<input type="checkbox"/>	g. Huaquearía	<input type="checkbox"/>	h. Conflicto de tenencia	<input type="checkbox"/>	i. Condiciones de uso y exposición	<input type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna	<input type="checkbox"/>	j. Falta de mantenimiento	<input type="checkbox"/>	k. Contaminación del Ambiente	<input checked="" type="checkbox"/>	l. Generación de residuos	<input checked="" type="checkbox"/>
e. Clima	<input checked="" type="checkbox"/>	m. Expansión urbana	<input checked="" type="checkbox"/>	n. Conflicto Político / Social	<input type="checkbox"/>	o. Desarrollo Industrial /	<input type="checkbox"/>
Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones:							
7.3 Armonía con el paisaje natural o cultural que lo rodea		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. El atractivo guarda armonía con el entorno (U)	SI	2	NO	<input type="checkbox"/>			
Observaciones:							
7.4 Declaratoria del Atractivo /Espacio/Destino		SI	0	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Denominación:	b. Fecha de declaración:	c. Alcance:					
Observaciones:							
7.5 Amenazas Naturales (M)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
7.5.1 Geológicas (M)				7.5.2 Meteorológicas (M)			

a. Sismos	<input checked="" type="checkbox"/>	a. Huracanes	<input type="checkbox"/>
b. Erupciones volcánicas	<input type="checkbox"/>	b. Deslizamientos	<input type="checkbox"/>
c. Movimientos en masa-deslizamientos	<input type="checkbox"/>	c. Marejadas	<input type="checkbox"/>
d. Fallas Geológicas	<input type="checkbox"/>	d. Inundaciones	<input type="checkbox"/>
Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:	
Observaciones:			
8. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA	SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>
8.1 Agua (M)	SI	2	NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>
a. Potable	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Pozo	<input type="checkbox"/>
d. Entubada	<input checked="" type="checkbox"/>	e. Río, vertiente, acequia o canal	<input type="checkbox"/>
g. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:	
Observaciones: PARA REGADO DE PLANTAS			
8.2 Energía Eléctrica (M)	SI	2	NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>
a. Red de empresa eléctrica de Servicio Público:	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Panel Solar	<input type="checkbox"/>
d. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:	
Observaciones: PARA LÁMPARAS DEL PARQUE			
8.3 Servicio de Alcantarillado (M)	SI	2	NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>
a. Red Pública	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Pozo Ciego	<input type="checkbox"/>
e. Letrina	<input type="checkbox"/>	f. Otro	<input type="checkbox"/>
Observaciones:			
8.4 Gestión de residuos generados por la actividad turística (M)	SI	2	NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>
a. Manejo de desechos (SR)	<input type="checkbox"/>	b. Carro Recolector	<input checked="" type="checkbox"/>
e. Basura arrojada al río, acequia o canal	<input type="checkbox"/>	f. Basura enterrada	<input type="checkbox"/>
Observaciones:			
8.5 Salud (más cercano) (M)	SI	2	NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>
a. Hospital o Clínica	0	b. Puesto / Centro de salud	0
Observaciones:			
8.6 Seguridad (M)	SI	2	NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>
a. Privada	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Policía Nacional	<input type="checkbox"/>
d. Otra	<input type="checkbox"/>	Especifique:	
Observaciones:			
9. POLÍTICAS Y REGULACIONES	SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>
9.1. El atractivo se halla dentro de la planificación turística territorial (GAD'S) (U):	SI	0	NO <input checked="" type="checkbox"/>
9.2. Se cumple con la normativa para actividades que se practican en el atractivo (U):	SI	0	NO <input checked="" type="checkbox"/>
9.3. Nombre del Administrador:	DIRECCIÓN DE ÁREAS VERDES, PARQUES Y MOVILIZACIÓN CÍVICA		
9.4. Tipo de Administrador (U)			
a. Público	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Privado	<input type="checkbox"/>
c. Comunitario	<input type="checkbox"/>	d. Otro	<input type="checkbox"/>
Especifique:			

9.5. Contacto						
a. Nombre:	ARQ. ABEL PESANTES/DIRECTOR		b. Teléfono/Celular:	2594800		
c. Correo Electrónico:	info@guayaquil.gob.ec		d. Página WEB:			
Observaciones:						
10. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (u)						
	SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
10.1 ATRACTIVOS NATURALES (M)						
	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
10.1.1 En el Agua (M)						
	SI	0	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Buceo	<input type="checkbox"/>		b. Kayak de mar / lacustre	<input type="checkbox"/>	c. Kayak de Río	<input type="checkbox"/>
d. Kite Surf	<input type="checkbox"/>		e. Rafting	<input type="checkbox"/>	f. Snorkel	<input type="checkbox"/>
g. Surf	<input type="checkbox"/>		h. Tubing	<input type="checkbox"/>	i. Regata	<input type="checkbox"/>
j. Paseo en Panga / Bote / Lancha	<input type="checkbox"/>		k. Paseo en Moto Acuática / Parasailing / Esquí	<input type="checkbox"/>	l. Banana / Inflables	<input type="checkbox"/>
m. Pesca Deportiva	<input type="checkbox"/>		n. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:	
Observaciones:						
10.1.2 En el Aire (M)						
	SI	0	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Alas Delta	<input type="checkbox"/>		b. Canopy	<input type="checkbox"/>	c. Parapente	<input type="checkbox"/>
d Otro	<input type="checkbox"/>		Especifique:			
Observaciones:						
10.1.3 En Superficie Terrestre (M)						
	SI	0	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Montañismo	<input type="checkbox"/>		b. Escalada	<input type="checkbox"/>	c. Senderismo	<input type="checkbox"/>
d. Cicloturismo	<input type="checkbox"/>		e. Canyoning	<input type="checkbox"/>	f. Exploración de cuevas	<input type="checkbox"/>
g. Actividades Recreativas	<input type="checkbox"/>		h. Cabalgata	<input type="checkbox"/>	i. Caminata	<input type="checkbox"/>
j. Camping	<input type="checkbox"/>		k. Picnic	<input type="checkbox"/>	l. Observación de flora y fauna	<input type="checkbox"/>
m. Fotografía	<input type="checkbox"/>		n. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:	
Observaciones:						
10.2 ATRACTIVOS CULTURALES (u)						
	SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
10.2.1 Tangibles (M)						
	SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Recorridos Guiados / Autoguiados	0		b. Exposiciones Temáticas Permanentes, Temporales y	0	c. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc.,	0
d. Presentaciones Representaciones en vivo	0		e. Muestras Audiovisuales	0	f. Actividades Vivenciales y/o Lúdicas	0
g. Fotografía	0,5		h. Información del lugar	0	i. Visita a Talleres	0
j. Otro	0		Especifique:			
Observaciones:						
10.2.2 Intangibles (M)						
	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
10.2.2.1. Origen:	a. Ancestral	<input type="checkbox"/>	b. Histórico	<input type="checkbox"/>	c. Contemporáneo	<input type="checkbox"/>
10.2.2.2. Simbolisr	10.2.2.3. Fecha de celebración:					
10.2.2.4. Periodicidad:	a. Anual	<input type="checkbox"/>	b. Ocasional	<input type="checkbox"/>	c. Otro	<input type="checkbox"/>
10.2.2.5. Portadores:	a. Individuos	<input type="checkbox"/>	b. Colectivos	<input type="checkbox"/>	c. Instituciones	<input type="checkbox"/>
10.2.2.6. Mantiene Costumbres y tradiciones:	SI	0	NO	<input type="checkbox"/>		
10.2.2.7. Características Específicas distintivas:						

10.2.2.8. Existe Información al respecto del Evento:		SI	0	NO	<input type="checkbox"/>						
10.2.2.9. Nivel de Organización:		a. Bueno	0	b. Regular	0	c. Malo	0				
Observaciones:											
11. DIFUSIÓN Y MEDIOS DE PROMOCIÓN DEL ATRACTIVO		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>				
11.1. Nivel de difusión del atractivo (u)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>				
a. Local	1	b. Regional	0	c. Nacional	0	d. Internacional	0				
Observaciones:											
11.2. Medios de Promoción del Atractivo (M)		SI	1	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>				
a. Página WEB	<input checked="" type="checkbox"/>	URL:	www.guayaquilesmidestino.com								
b. Red Social	<input type="checkbox"/>	Nombre:									
c. Revistas Especializadas	<input type="checkbox"/>	Nombre:									
d. Material POP	<input type="checkbox"/>	Nombre:									
e. Oficina de Información Turística	<input type="checkbox"/>	Nombre:									
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa)	<input type="checkbox"/>	Especifique:									
g. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:									
Observaciones:											
11.3. Asociación con otros Atractivos (mínimo 4)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>				
a. Nombre del atractivo	b. Distancia (km)	c. Tiempo (h/m aprox.)	d. Coordenadas Geográficas								
			1. Latitud (grados decimales)		2. Longitud (grados decimales)						
IGLESIA LA VICTORIA	16 m	1 min	2°11'35.5" S		79°53'26.7" W						
Observaciones:											
12. TIPO DE VISITANTE Y AFLUENCIA (M)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>				
12.1 Afluencia (M)		12.2 Tipo (U)		12.3 Frecuencia (U)							
a. Local	0,6	a. Turista	0	b. Excursionista	0,3	a. Alta	0	b. Media	0,3	c. Baja	0
b. Nacional	0	a. Turista	0	b. Excursionista	0	a. Alta	0	b. Media	0	c. Baja	0
c. Extranjera	0	a. Turista	0	b. Excursionista	0	a. Alta	0	b. Media	0	c. Baja	0
Observaciones:											
13. RECURSO HUMANO		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>				
13.1. Personal especializado en turismo (u):		SI	0	No	<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique:					
13.2. Nivel de instrucción (u)											
Primaria	0	Secundaria	0	Tercer Nivel	0	Cuarto Nivel	4	Otro	0	Especifique:	
13.3 Manejo de Idiomas (M)											
a. Inglés	<input type="checkbox"/>	b. Alemán	<input type="checkbox"/>	c. Francés	<input type="checkbox"/>	d. Italiano	<input type="checkbox"/>	e. Chino	<input type="checkbox"/>	f. Otro	<input type="checkbox"/>
Observaciones:											

14. DESCRIPCION DEL ATRACTIVO SI NO S/I

EL NOMBRE DE LA PLAZA SE DEBE A LA CÉLEBRE BATALLA DE GUAYAQUIL, REALIZADA EN EL LUGAR, EN EL SIGLO XIX, EL 24 DE SEPTIEMBRE DE 1860, EN LA QUE LAS TROPAS DE LOS EXPRESIDENTES DE ECUADOR, GABRIEL GARCÍA MORENO Y GENERAL JUAN JOSÉ FLORES VENCIERON A LAS DEL GENERAL GUILLERMO FRANCO, QUIEN CON EL RESPALDO DEL MARISCAL RAMÓN CASTILLA, PRESIDENTE DEL PERÚ, SE HABÍA PROCLAMADO JEFE SUPREMO DE GUAYAQUIL. POR ESA HISTÓRICA VICTORIA, DICHO SECTOR GUAYAQUILEÑO, EMPEZÓ A LLAMARSE ASÍ, VICTORIA. (Guayaquil es Mi Destino, 2018)

15. ANEXOS SI NO S/I

a. Archivo Fotográfico (dos)



Fuente: www.guayaquilesmidestino.com

c. Ubicación gráfica del Atractivo



Fuente: www.guayaquilesmidestino.com

FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)

ELABORADO POR:		VALIDADO POR:		APROBADO POR:	
Apellido y Nombre	CEVALLOS ROSA	Apellido y Nombre		Apellido y Nombre	
Institución	UCSG	Institución		Institución	
Cargo	ESTUDIANTE	Cargo		Cargo	
Correo Electrónico	antonellacevallosm@hotmail.com	Correo Electrónico		Correo Electrónico	
Teléfono	4546587	Teléfono		Teléfono	
Firma		Firma		Firma	
Fecha	29/05/2018	Fecha		Fecha	

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																	
Código del atractivo:	0	9	0	1	0	8	M	C	0	1	0	1	0	3	0	0	0
	Provincia		Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo		
1. DATOS GENERALES																	
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																	
CASONA UNIVERSITARIA																	
1.2 Categoría					1.3 Tipo					1.4 Subtipo							
MANIFESTACIONES_CULTURALES					ARQUITECTURA					HSITÓRICA (CIVIL, RELIGIOSA, MILITAR, VERNÁCULA)							
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO TURÍSTICO																	
2.1 Provincia					2.2 Cantón					2.3 Parroquia							
GUAYAS					GUAYAQUIL					OLMEDO (SAN ALEJO)							
2.4 Calle Principal					2.5 Número					2.6 Transversal							
CHILE Y AV. OLMEDO					S/I					S/I							
2.7 Barrio, Sector o Comuna					2.8 Sitio poblado más cercano												
CENTRO					GUAYAQUIL												
2.9 Latitud (grados decimales)					2.10 Longitud (grados decimales) Click					2.11 Altura (msnm)							
- 02.1978931					- 79.8839199					12 msnm							
2.12 Inmerso en Espacio Turístico					SI <input type="checkbox"/>		NO <input checked="" type="checkbox"/>		S/I <input type="checkbox"/>								
2.12.1 Nombre del Espacio Turístico:																	
Observaciones:																	
3. CARACTERÍSTICAS CLIMATOLÓGICAS																	
SI <input checked="" type="checkbox"/>					NO <input type="checkbox"/>					S/I <input type="checkbox"/>							
3.1. Clima HÚMEDO TROPICAL			3.2 Temperatura(°C) 29°C			3.3 Precipitación Pluviométrica (mm) 500/1000											
4. ACCESIBILIDAD AL ATRACTIVO TURÍSTICO																	
SI <input checked="" type="checkbox"/>					NO <input type="checkbox"/>					S/I <input type="checkbox"/>							
4.1 Tipo de Ingreso (u)																	
SI <input checked="" type="checkbox"/>					NO <input type="checkbox"/>					S/I <input type="checkbox"/>							
4.1.1 Libre (Continuar 4.1.4) 3			4.1.2 Restringido (Continúa observaciones) 0			4.1.3 Pagado (Continuar siguiente) 0											
4.1.3.1 Precio (Tarifa mínima y máxima):					a. Desde \$ 0		b. Hasta \$ 0										
4.1.3.2 Forma de Pago (M):					a. Efectivo <input type="checkbox"/>		b. Dinero Electrónico <input type="checkbox"/>										
					c. Tarjeta de Débito <input type="checkbox"/>		d. Tarjeta de Crédito <input type="checkbox"/>										
					e. Transferencia Bancaria <input type="checkbox"/>		f. Cheque <input type="checkbox"/>										
4.1.4 Horario:			a. Hora de Ingreso: 8:00			b. Hora de Salida: 17:00											
4.1.5 Atención (u):			a. Todos los días 0			c. Fines de Semana y Feriados 0											
			b. Sólo días hábiles 2			d. Otro. 0 Especifique:											
Observaciones:																	
4.2 Temporalidad (M)																	
SI <input checked="" type="checkbox"/>					NO <input type="checkbox"/>					S/I <input type="checkbox"/>							
a. Alta (meses) <input checked="" type="checkbox"/>			Especifique: DE MAYO A NOVIEMBRE														
b. Baja (meses) <input checked="" type="checkbox"/>			Especifique: DE DICIEMBRE A ABRIL														
Observaciones:																	

4.3 Facilidades para personas con discapacidad (M).		SI	0	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
a. Rampas	<input type="checkbox"/>	b. Baterías Sanitarias adecuadas	<input type="checkbox"/>	c. Personal Calificado	<input type="checkbox"/>				
d. Sistema Braille	<input type="checkbox"/>	e. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones:									
5. CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO TURÍSTICO		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
5.1 Acceso (M)		SI	1	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
5.1.1 Terrestre (U)	a. Primer Orden	1	Estado (U)	Bueno	<input checked="" type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	Malo	<input type="checkbox"/>
	b. Segundo Orden	0		Bueno	<input type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	Malo	<input type="checkbox"/>
	c. Tercer Orden	0		Bueno	<input type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	Malo	<input type="checkbox"/>
5.1.2 Acuático (U)	a. Marítimo	0	Describir:						
	b. Lacustre	0	Describir:						
	c. Fluvial	0	Describir:						
5.1.3 Aéreo	0	Describir:							
Observaciones:									
5.2 Comunicación (M)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
5.2.1 Telefonía (M)	1	a. Fija	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Móvil	<input checked="" type="checkbox"/>	c. Satelital	<input type="checkbox"/>		
5.2.2 Conexión a Internet (M)	1	a. Línea Telefónica	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Cable	<input type="checkbox"/>	c. Satélite	<input type="checkbox"/>		
		d. Redes inalámbricas	<input type="checkbox"/>	e. LMDS	<input type="checkbox"/>	f. Telefonía Móvil	<input checked="" type="checkbox"/>		
5.2.3 Radio Portátil (U)	0	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>				
Observaciones:									
5.3 Señalización (M)		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
a. Señalización de aproximación al sitio	0	Estado (U)	Bueno	<input type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	Malo	<input type="checkbox"/>	
b. Señalética en el sitio	0		Bueno	<input type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	Malo	<input type="checkbox"/>	
Observaciones: EL NOMBRE DEL ATRACTIVO NO ES MUY VISIBLE									
5.4. Poblado Urbano Cercano más importante		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
5.4.1 Nombre del Poblado Urbano más importante: GUAYAQUIL									
a. Distancia del atractivo al Poblado urbano más cercano:		1,4	Km	b. Tiempo de viaje al poblado urbano más cercano:		0:07	horas/ minutos		
Observaciones: SE HA TOMADO EN CUENTA EL HEMICICLO DE LA ROTONDA EN EL MALECÓN 2000 COMO PUNTO DE REFERENCIA PARA LA VISITA DE LOS ATRACTIVOS									
5.5. Tipo de Transporte y Frecuencia (M)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
5.5.1 Tipo	5.5.2 Frecuencia								
	a. Diaria	b. Semanal	c. Mensual	d. Eventual					
a. Bus	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
b. Busetas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
c. Automóvil	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
d. 4x4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
e. Tren	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
f. Barco	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
g. Lancha / Canoa/ Bote	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
h. Avión	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			

i. Avioneta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
j. Helicóptero	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
k. Otro	<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique: METROVIA Y TAXI							
Observaciones: METROVIA- PARADA DE INTEGRACIÓN-IESS (FRECUENCIA DIARIA)									
6. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
6.1 Planta Turística (M)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
a. Alojamiento	0	Establecimientos registrados:	0	Habitaciones:	0	Plazas:	0		
b. Alimentos y Bebidas	2	Establecimientos registrados:	19	Mesas:	241	Plazas:	655		
c. Agencias de viaje/Operadoras	2	Establecimientos Registrados:	4						
d. Intermediación	<input type="checkbox"/>	Especifique:							
e. Transporte o movilización interno	0	Especifique:							
f. Guianza	0	Especifique:							
g. Otros	0	Especifique:							
Observaciones: SE HA TOMADO EN CUENTA 500 M ALREDEDOR DEL ATRACTIVO. CALLES CHILE, ELOYALFARO, VILLAMIL, CHIMBORAZO, SUCRE Y COLÓN									
6.2 Facilidades en el entorno al atractivo (M)		SI	2	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
6.2.1 Categoría	6.2.2. Tipo (M)	6.2.3 Cant.	6.2.4 Administrador	6.2.5 Coordenadas		6.2.6 Estado (U)			
				a. Lat.	b. Long.	B	R	M	
a. De apoyo a la gestión turística <input type="checkbox"/>	Punto de Información abierto	<input checked="" type="checkbox"/>	1,00		-02.1978931	-79.8839199	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Punto de información cerrado	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	I-Tur	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de interpretación	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de facilitación turística	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de recepción - equipamiento de visitantes	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. De observación y vigilancia <input type="checkbox"/>	Miradores	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Torres de avistamiento de aves	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Torres de observación de salvavidas	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. De recorrido y descanso <input type="checkbox"/>	Senderos	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Estaciones de sombra y descanso	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Áreas de Acampar	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Puentes de acceso a senderos	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Refugio de alta montaña	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Muelle	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. De servicio <input checked="" type="checkbox"/>	Área de servicio de alimentación	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Garitas de guardianía	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Baterías sanitarias	<input checked="" type="checkbox"/>	1,00		-02.1978931	-79.8839199	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Estacionamientos	<input checked="" type="checkbox"/>	1,00		-02.1978931	-79.8839199	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. Otros	<input type="checkbox"/>	Especifique:							
Observaciones:									

6.3 Complementarios (M)		SI	3	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>	
a. Casa de cambio	<input type="checkbox"/>	b. Alquiler y venta de equipo especializado		<input type="checkbox"/>	c. Venta de Artesanías y merchandising			<input type="checkbox"/>
f. Cajero automático	<input checked="" type="checkbox"/>	e. Taxis	<input checked="" type="checkbox"/>	h. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:		
Observaciones:								
7. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>	
7.1 Atractivo (u)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>	
a. Conservado	7	b. Alterado	0	c. En proceso de deterioro	0	d. Deteriorado	1	
Observaciones:								
7.1.1 Factores de deterioro (M)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>	
7.1.1.1 Naturales (M)		7.1.1.2 Antrópicos (M)						
a. Erosión	<input type="checkbox"/>	a. Actividades Agrícolas	<input type="checkbox"/>	b. Actividades Ganaderas	<input type="checkbox"/>	c. Actividades Forestales	<input type="checkbox"/>	
b. Humedad	<input type="checkbox"/>	d. Actividades Extractivas / Minería	<input type="checkbox"/>	e. Actividades Industriales	<input type="checkbox"/>	f. Negligencia / Abandono	<input type="checkbox"/>	
c. Desastres Naturales	<input checked="" type="checkbox"/>	g. Huaquearía	<input type="checkbox"/>	h. Conflicto de tenencia	<input type="checkbox"/>	i. Condiciones de uso y exposición	<input type="checkbox"/>	
d. Flora/Fauna	<input type="checkbox"/>	j. Escaso o nulo mantenimiento	<input checked="" type="checkbox"/>	k. Contaminación del Ambiente	<input checked="" type="checkbox"/>	l. Generación de residuos	<input checked="" type="checkbox"/>	
e. Clima	<input checked="" type="checkbox"/>	m. Expansión urbana	<input checked="" type="checkbox"/>	n. Conflicto Político / Social	<input type="checkbox"/>	o. Desarrollo Industrial /	<input type="checkbox"/>	
Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:						
Observaciones:								
7.2 Entorno (500 m) (u)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>	
a. Conservado	0	b. Alterado	3	c. En proceso de deterioro	0	d. Deteriorado	0	
Observaciones:								
7.2.1 Factores de deterioro (M)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>	
7.2.1.1 Naturales (M)		7.2.1.2 Antrópicos (M)						
a. Erosión	<input type="checkbox"/>	a. Actividades Agrícolas	<input type="checkbox"/>	b. Actividades Ganaderas	<input type="checkbox"/>	c. Actividades Forestales	<input type="checkbox"/>	
b. Humedad	<input type="checkbox"/>	d. Actividades Extractivas /	<input type="checkbox"/>	e. Actividades Industriales	<input type="checkbox"/>	f. Negligencia / Abandono	<input type="checkbox"/>	
c. Desastres Naturales	<input type="checkbox"/>	g. Huaquearía	<input type="checkbox"/>	h. Conflicto de tenencia	<input type="checkbox"/>	i. Condiciones de uso y exposición	<input type="checkbox"/>	
d. Flora/Fauna	<input type="checkbox"/>	j. Falta de mantenimiento	<input checked="" type="checkbox"/>	k. Contaminación del Ambiente	<input checked="" type="checkbox"/>	l. Generación de residuos	<input checked="" type="checkbox"/>	
e. Clima	<input checked="" type="checkbox"/>	m. Expansión urbana	<input checked="" type="checkbox"/>	n. Conflicto Político / Social	<input type="checkbox"/>	o. Desarrollo Industrial /	<input checked="" type="checkbox"/>	
Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:						
Observaciones:								
7.3 Armonía con el paisaje natural o cultural que lo rodea		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>	
a. El atractivo guarda armonía con el entorno (U)	SI	0	NO	<input checked="" type="checkbox"/>				
Observaciones: SE ENCUENTRA EN LA ZONA CÉNTRICA DE LA URBE								
7.4. Declaratoria del Atractivo /Espacio/Destino		SI	1	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>	
a. Denominación:	PATRIMONIO CULTURAL NACIONAL	b. Fecha de declaración:	26 FEBRERO 1988	c. Alcance:	NACIONAL			
Observaciones: FUE RATIFICADO COMO PATRIMONIO CULTURAL NACIONAL EL 7 DE JUNIO 1990								
7.5 Amenazas Naturales (M)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>	
7.5.1 Geológicas (M)				7.5.2 Meteorológicas (M)				

a. Sismos	<input checked="" type="checkbox"/>	a. Huracanes	<input type="checkbox"/>
b. Erupciones volcánicas	<input type="checkbox"/>	b. Deslizamientos	<input type="checkbox"/>
c. Movimientos en masa-deslizamientos	<input type="checkbox"/>	c. Marejadas	<input type="checkbox"/>
d. Fallas Geológicas	<input type="checkbox"/>	d. Inundaciones	<input type="checkbox"/>
Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:	
Observaciones:			
8. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA	SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>
8.1 Agua (M)	SI	2	NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>
a. Potable	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Pozo	<input type="checkbox"/>
d. Entubada	<input type="checkbox"/>	e. Río, vertiente, acequia o canal	<input type="checkbox"/>
g. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:	
Observaciones:			
8.2 Energía Eléctrica (M)	SI	2	NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>
a. Red de empresa eléctrica de Servicio Público:	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Panel Solar	<input type="checkbox"/>
d. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:	
Observaciones:			
8.3 Servicio de Alcantarillado (M)	SI	2	NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>
a. Red Pública	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Pozo Ciego	<input type="checkbox"/>
e. Letrina	<input type="checkbox"/>	f. Otro	<input type="checkbox"/>
Observaciones:			
8.4 Gestión de residuos generados por la actividad turística (M)	SI	2	NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>
a. Manejo de desechos (5R)	<input type="checkbox"/>	b. Carro Recolector	<input checked="" type="checkbox"/>
e. Basura arrojada al río, acequia o canal	<input type="checkbox"/>	f. Basura enterrada	<input type="checkbox"/>
Observaciones:			
8.5 Salud (más cercano) (M)	SI	4	NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>
a. Hospital o Clínica	3	b. Puesto / Centro de salud	0
Observaciones: SE CUENTA CON UNA CLINICA CERCANA Y EL ATRACTIVO CUENTA CON 1 BOTIQUIN DE PRIMEROS AUXILIOS			
8.6 Seguridad (M)	SI	2	NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>
a. Privada	<input type="checkbox"/>	b. Policía Nacional	<input type="checkbox"/>
d. Otra	<input type="checkbox"/>	Especifique:	
Observaciones:			
9. POLÍTICAS Y REGULACIONES	SI	<input type="checkbox"/>	NO <input checked="" type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>
9.1. El atractivo se halla dentro de la planificación turística territorial (GAD'S) (U):	SI	0	NO <input checked="" type="checkbox"/>
Observaciones: NO EXISTE ACTUALMENTE LA PLANIFICACIÓN TURÍSTICA TERRITORIAL			
9.2. Se cumple con la normativa para actividades que se practican en el atractivo (U):	SI	0	NO <input checked="" type="checkbox"/>
Observaciones: NO EXISTE LA NORMATIVA			
9.3. Nombre del Administrador:	ARQ. MIGUEL MENDOZA - CASONA DE LA UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL		
9.4. Tipo de Administrador (U)			

a. Público	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Privado	<input type="checkbox"/>	c. Comunitario	<input type="checkbox"/>	d. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:
9.5. Contacto								
a. Nombre:	MIGUEL MENDOZA			b. Teléfono/Celular:	0984006056			
c. Correo Electrónico:				d. Página WEB:	N/A			
Observaciones:								
10. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (u)			SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
10.1 ATRACTIVOS NATURALES (M)			SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
10.1.1 En el Agua (M)			SI	<input type="radio"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Buceo	<input type="checkbox"/>	b. Kayak de mar / lacustre	<input type="checkbox"/>	c. Kayak de Río	<input type="checkbox"/>			
d. Kite Surf	<input type="checkbox"/>	e. Rafting	<input type="checkbox"/>	f. Snorkel	<input type="checkbox"/>			
g. Surf	<input type="checkbox"/>	h. Tubing	<input type="checkbox"/>	i. Regata	<input type="checkbox"/>			
j. Paseo en Panga / Bote / Lancha	<input type="checkbox"/>	k. Paseo en Moto Acuática / Parasailing / Esquí	<input type="checkbox"/>	l. Banana / Inflables	<input type="checkbox"/>			
m. Pesca Deportiva	<input type="checkbox"/>	n. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:				
Observaciones:								
10.1.2 En el Aire (M)			SI	<input type="radio"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Alas Delta	<input type="checkbox"/>	b. Canopy	<input type="checkbox"/>	c. Parapente	<input type="checkbox"/>	d Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:
Observaciones:								
10.1.3 En Superficie Terrestre (M)			SI	<input type="radio"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Montañismo	<input type="checkbox"/>	b. Escalada	<input type="checkbox"/>	c. Senderismo	<input type="checkbox"/>			
d. Cicloturismo	<input type="checkbox"/>	e. Canyoning	<input type="checkbox"/>	f. Exploración de cuevas	<input type="checkbox"/>			
g. Actividades Recreativas	<input type="checkbox"/>	h. Cabalgata	<input type="checkbox"/>	i. Caminata	<input type="checkbox"/>			
j. Camping	<input type="checkbox"/>	k. Pícnic	<input type="checkbox"/>	l. Observación de flora y fauna	<input type="checkbox"/>			
m. Fotografía	<input type="checkbox"/>	n. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:				
Observaciones:								
10.2 ATRACTIVOS CULTURALES (u)			SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
10.2.1 Tangibles (M)			SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Recorridos Guiados / Autoguiados	1	b. Exposiciones Temáticas Permanentes, Temporales y	1	c. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc.,	0			
d. Presentaciones Representaciones en vivo	0	e. Muestras Audiovisuales	0	f. Actividades Vivenciales y/o Lúdicas	0			
g. Fotografía	0	h. Información del lugar	0	i. Visita a Talleres	1			
j. Otro	0	Especifique:						
Observaciones:								
10.2.2 Intangibles (M)			SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
10.2.2.1. Origen:	a. Ancestral	<input type="checkbox"/>	b. Histórico	<input type="checkbox"/>	c. Contemporáneo	<input type="checkbox"/>		
10.2.2.2. Simbolism	10.2.2.3. Fecha de celebración:							
10.2.2.4. Periodicidad:	a. Anual	<input type="checkbox"/>	b. Ocasional	<input type="checkbox"/>	c. Otro	<input type="checkbox"/>		
10.2.2.5. Portadores:	a. Individuos	<input type="checkbox"/>	b. Colectivos	<input type="checkbox"/>	c. Instituciones	<input type="checkbox"/>		
10.2.2.6. Mantiene Costumbres y tradiciones:	SI	<input type="radio"/>	NO	<input type="checkbox"/>				
10.2.2.7. Características Específicas distintivas:								

10.2.2.8. Existe Información al respecto del Evento:		SI	0	NO	<input type="checkbox"/>						
10.2.2.9. Nivel de Organización:		a. Bueno	0	b. Regular	0	c. Malo	0				
Observaciones:											
11. DIFUSIÓN Y MEDIOS DE PROMOCIÓN DEL ATRACTIVO		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>				
11.1. Nivel de difusión del atractivo (u)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>				
a. Local	1	b. Regional	0	c. Nacional	0	d. Internacional	0				
Observaciones:											
11.2. Medios de Promoción del Atractivo (M)		SI	1	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>				
a. Página WEB	<input checked="" type="checkbox"/>	URL:	www.guayaquilesmi destino.com								
b. Red Social	<input checked="" type="checkbox"/>	Nombre:	Fb: Casona Universitaria Pedro Carbo								
c. Revistas Especializadas	<input type="checkbox"/>	Nombre:									
d. Material POP	<input type="checkbox"/>	Nombre:									
e. Oficina de Información Turística	<input type="checkbox"/>	Nombre:									
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa)	<input type="checkbox"/>	Especifique:									
g. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:									
Observaciones:											
11.3. Asociación con otros Atractivos (mínimo 4)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>				
a. Nombre del atractivo	b. Distancia (km)	c. Tiempo (h/m aprox.)	d. Coordenadas Geográficas								
			1. Latitud (grados decimales)	2. Longitud (grados decimales)							
PALACIO DE CRISTAL	1,0 KM	0:04:00	- 02.2020659	- 79.8827953							
MALECÓN 2000	1,4 KM	0:07:00	- 02.1709979	-79.9223592							
MERCADO ARTESANAL	1,0 KM	0:04:00	- 02.1709979	-79.9223592							
Observaciones:											
12. TIPO DE VISITANTE Y AFLUENCIA (M)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>				
12.1 Afluencia (M)		12.2 Tipo (U)		12.3 Frecuencia (U)							
a. Local	0,5	a. Turista	0	b. Excursionista	0	a. Alta	0,5	b. Media	0	c. Baja	0
b. Nacional	0,6	a. Turista	0	b. Excursionista	0	a. Alta	0	b. Media	0,6	c. Baja	0
c. Extranjera	0,2	a. Turista	0	b. Excursionista	0	a. Alta	0	b. Media	0	c. Baja	0,2
Observaciones:											
13. RECURSO HUMANO		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>				
13.1. Personal especializado en turismo (u):		SI	1	No	<input type="checkbox"/>	Especifique:	2 personas dedicadas a turismo				
13.2. Nivel de instrucción (u)											
Primaria	0	Secundaria	0	Tercer Nivel	3	Cuarto Nivel	4	Otro	0	Especifique:	
13.3 Manejo de Idiomas (M)											
a. Inglés	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Alemán	<input type="checkbox"/>	c. Francés	<input type="checkbox"/>	d. Italiano	<input type="checkbox"/>	e. Chino	<input type="checkbox"/>	f. Otro	<input checked="" type="checkbox"/>
Observaciones: EXISTE UNA PERSONA QUE HABLA EL IDIOMA RUSO											

14. DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO SI NO S/I

LA CASONA UNIVERSITARIA PRESENTA UN DISEÑO ARQUITECTÓNICO DE INFLUENCIA NEOCLÁSICA Y RENACENTISTA. SU PUERTA PRINCIPAL ESTÁ ENMARCADA POR DOS COLUMNAS, ADEMÁS DE ESTAR DECORADA CON VENTANALES RECTANGULARES CON ARCOS DE MEDIO PUNTO EN SU FACHADA. LA REJA PRINCIPAL ESTÁ HECHA DE HIERRO FORJADO CON DISEÑOS DECORATIVOS QUE ASEMEJAN ROSETONES Y FLORES (Guayaquil es mi destino, 2018). UN EPISODIO TRÁGICO OCURRIDO EN LA CASONA, POSIBLEMENTE EL MÁS RECORDADO, FUE LA MASACRE DE 30 ESTUDIANTES EN LA NOCHE DEL 29 DE MAYO DE 1969, CUANDO LAS FUERZAS GUBERNAMENTALES INGRESARON AL EDIFICIO PARA DESALOJAR A LOS JÓVENES QUE RECLAMABAN CAMBIOS EN LA DIRECCIÓN DE LA UNIVERSIDAD Y DEL PAÍS (Viteri, 2002).

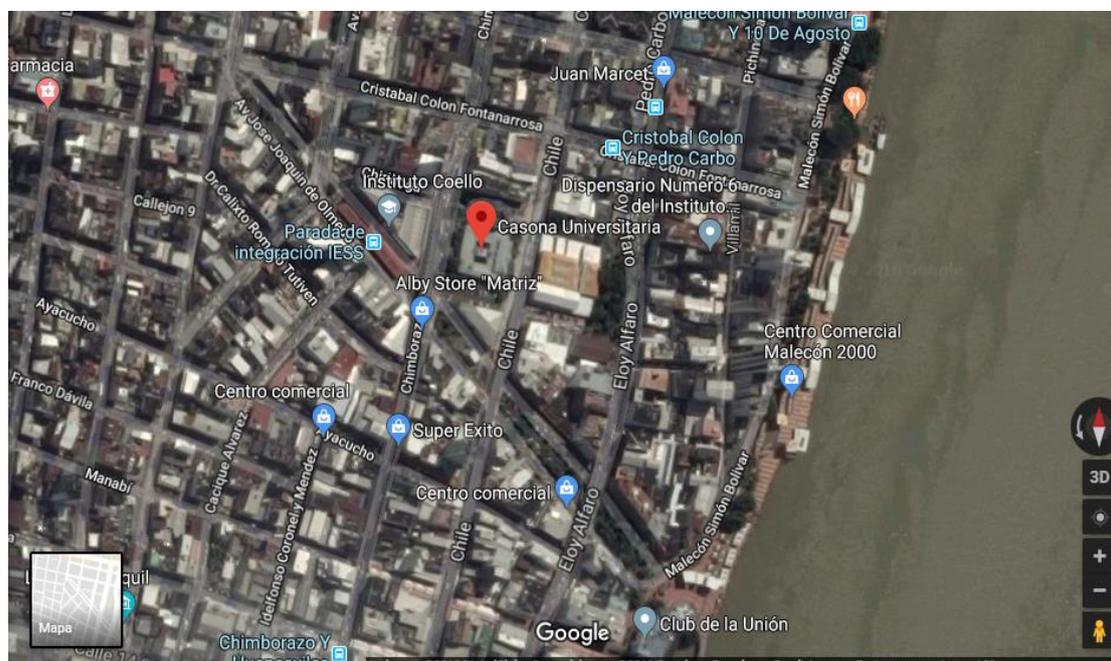
15. ANEXOS SI NO S/I

a. Archivo Fotográfico (dos)



Fuente: [GUAYAQUIL ES MI DESTINO 2018](#)

c. Ubicación gráfica del Atractivo



Fuente: [GOOGLE EARTH](#)

FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)		
ELABORADO POR:	VALIDADO POR:	APROBADO POR:
Apellido y Nombre FRANKLIN PINEDA	Apellido y Nombre	Apellido y Nombre
Institución UCSG	Institución	Institución
Cargo ESTUDIANTE	Cargo	Cargo
Correo Electrónico franklin_p1596@hotmail.com	Correo Electrónico	Correo Electrónico
Teléfono 221292	Teléfono	Teléfono
Firma	Firma	Firma
Fecha 31/05/2018	Fecha	Fecha

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																	
Código del atractivo:	0	9	0	1	0	3	M	C	0	1	0	1	0	1	0	0	0
	Provincia		Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo		
1. DATOS GENERALES																	
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																	
ANTIGUA CÁRCEL MUNICIPAL DE GUAYAQUIL																	
1.2 Categoría				1.3 Tipo				1.4 Subtipo									
MANIFESTACIONES_CULTURALES				ARQUITECTURA				HSITÓRICA (CIVIL, RELIGIOSA, MILITAR, VERNÁCULA)									
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO TURÍSTICO																	
2.1 Provincia				2.2 Cantón				2.3 Parroquia									
GUAYAS				GUAYAQUIL				CARBO (CONCEPCIÓN)									
2.4 Calle Principal				2.5 Número				2.6 Transversal									
CALLE JULIÁN CORONEL Y BAQUERIZO MORENO				S/N				S/N									
2.7 Barrio, Sector o Comuna				2.8 Sitio poblado más cercano													
CENTRO				GUAYAQUIL													
2.9 Latitud (grados decimales)				2.10 Longitud (grados decimales)				2.11 Altura (msnm)									
- 02.1835284				-79.8794353				17 msnm									
2.12 Inmerso en Espacio Turístico				SI <input type="checkbox"/>		NO <input checked="" type="checkbox"/>		S/I <input type="checkbox"/>									
2.12.1 Nombre del Espacio Turístico:																	
Observaciones:																	
3. CARACTERÍSTICAS CLIMATOLÓGICAS																	
SI <input checked="" type="checkbox"/>				NO <input type="checkbox"/>				S/I <input type="checkbox"/>									
3.1. Clima		HÚMEDO TROPICAL		3.2 Temperatura(°C)		29°C		3.3 Precipitación Pluviométrica (mm)		500/1000							
4. ACCESIBILIDAD AL ATRACTIVO TURÍSTICO																	
SI <input type="checkbox"/>				NO <input checked="" type="checkbox"/>				S/I <input type="checkbox"/>									
4.1 Tipo de Ingreso (U)				SI <input type="checkbox"/>		NO <input checked="" type="checkbox"/>		S/I <input type="checkbox"/>									
4.1.1 Libre (Continuar 4.1.4)		0		4.1.2 Restringido (Continuar observaciones)		2		4.1.3 Pagado (Continuar siguiente)		0							
4.1.3.1 Precio (Tarifa mínima y máxima):				a. Desde \$		0		b. Hasta \$		0							
4.1.3.2 Forma de Pago (M):				a. Efectivo		<input type="checkbox"/>		b. Dinero Electrónico		<input type="checkbox"/>							
				c. Tarjeta de Débito		<input type="checkbox"/>		d. Tarjeta de Crédito		<input type="checkbox"/>							
				e. Transferencia Bancaria		<input type="checkbox"/>		f. Cheque		<input type="checkbox"/>							
4.1.4 Horario:				a. Hora de Ingreso:		0:00		b. Hora de Salida:		0:00							
4.1.5 Atención (U):				a. Todos los días		0		c. Fines de Semana y Feriados		0							
				b. Sólo días hábiles		0		d. Otro.		0		Especifique:					
Observaciones: ACTUALMENTE SE ENCUENTRA CERRADO AL PÚBLICO																	
4.2 Temporalidad (M)				SI <input type="checkbox"/>		NO <input type="checkbox"/>		S/I <input checked="" type="checkbox"/>									
a. Alta (meses)		<input type="checkbox"/>		Especifique:													
b. Baja (meses)		<input type="checkbox"/>		Especifique:													
Observaciones:																	

4.3 Facilidades para personas con discapacidad (M).		SI	0	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input checked="" type="checkbox"/>		
a. Rampas	<input type="checkbox"/>	b. Baterías Sanitarias adecuadas	<input type="checkbox"/>	c. Personal Calificado	<input type="checkbox"/>				
d. Sistema Braille	<input type="checkbox"/>	e. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones:									
5. CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO TURÍSTICO		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
5.1 Acceso (M)		SI	1	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
5.1.1 Terrestre (U)	a. Primer Orden	1	Estado(U)	Bueno	<input checked="" type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	Malo	<input type="checkbox"/>
	b. Segundo Orden	0		Bueno	<input type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	Malo	<input type="checkbox"/>
	c. Tercer Orden	0		Bueno	<input type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	Malo	<input type="checkbox"/>
5.1.2 Acuático (U)	a. Marítimo	0	Describir:						
	b. Lacustre	0	Describir:						
	c. Fluvial	0	Describir:						
5.1.3 Aéreo	0	Describir:							
Observaciones:									
5.2 Comunicación (M)		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input checked="" type="checkbox"/>		
5.2.1 Telefonía (M)	0	a. Fija	<input type="checkbox"/>	b. Móvil	<input type="checkbox"/>	c. Satelital	<input type="checkbox"/>		
5.2.2 Conexión a Internet (M)	0	a. Línea Telefónica	<input type="checkbox"/>	b. Cable	<input type="checkbox"/>	c. Satélite	<input type="checkbox"/>		
		d. Redes inalámbricas	<input type="checkbox"/>	e. LMDS	<input type="checkbox"/>	f. Telefonía Móvil	<input type="checkbox"/>		
5.2.3 Radio Portátil (U)	0	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
Observaciones:									
5.3 Señalización (M)		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
a. Señalización de aproximación al sitio	0	Estado(U)	Bueno	<input type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	Malo	<input type="checkbox"/>	
b. Señalética en el sitio	0		Bueno	<input type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	Malo	<input type="checkbox"/>	
Observaciones:									
5.4. Poblado Urbano Cercano más importante		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
5.4.1 Nombre del Poblado Urbano más importante:	GUAYAQUIL								
a. Distancia del atractivo al Poblado urbano más cercano:	1,5	Km	b. Tiempo de viaje al poblado urbano más cercano:	0:05	horas/ minutos				
Observaciones:	SE HA TOMADO COMO REFERENCIA EL HEMICICLO DE LA ROTONDA EN EL MALECÓN 2000, POR SER UN LUGAR MUY CONCURRIDO								
5.5. Tipo de Transporte y Frecuencia (M)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
5.5.1 Tipo	5.5.2 Frecuencia								
		a. Diaria	b. Semanal	c. Mensual	d. Eventual				
a. Bus	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
b. Busetas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
c. Automóvil	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
d. 4x4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
e. Tren	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
f. Barco	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
g. Lancha / Canoa/ Bote	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
h. Avión	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				

i. Avioneta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
j. Helicóptero	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
k. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:							
Observaciones:									
6. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
6.1 Planta Turística (M)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
a. Alojamiento	0	Establecimientos registrados:	0	Habitaciones:	0	Plazas:	0		
b. Alimentos y Bebidas	2	Establecimientos registrados:	21	Mesas:	133	Plazas:	532		
c. Agencias de viaje/Operadoras	0	Establecimientos Registrados:	0						
d. Intermediación	<input type="checkbox"/>	Especifique:							
e. Transporte o movilización interno	0	Especifique:							
f. Guianza	0	Especifique:							
g. Otros	0	Especifique:							
Observaciones:		SE HA TOMADO EN CONSIDERACIÓN 500 M A LA REDONDA DEL ATRACTIVO. CALLES MONTALVO, LOJA, PEDRO CARBO, CORDOVA, BAQUERIZO MORENO Y JULIÁN CORONEL							
6.2 Facilidades en el entorno al atractivo (M)		SI	2	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
6.2.1 Categoría	6.2.2. Tipo (M)	6.2.3 Cant.	6.2.4 Administrador	6.2.5 Coordenadas		6.2.6 Estado (U)			
				a. Lat.	b. Long.	B	R	M	
a. De apoyo a la gestión turística <input type="checkbox"/>	Punto de Información abierto	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Punto de información cerrado	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	I-Tur	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de interpretación	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de facilitación turística	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de recepción equipamiento de visitantes	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. De observación y vigilancia <input type="checkbox"/>	Miradores	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Torres de avistamiento de aves	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Torres de observación de salvavidas	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. De recorrido y descanso <input type="checkbox"/>	Senderos	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Estaciones de sombra y descanso	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Áreas de Acampar	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Puentes de acceso a senderos	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Refugio de alta montaña	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Muelle	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. De servicio <input checked="" type="checkbox"/>	Área de servicio de alimentación	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Garitas de guardiana	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Baterías sanitarias	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Estacionamientos	<input checked="" type="checkbox"/>	1,00			- 02.1835284	-79.8794353	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. Otros	<input type="checkbox"/>	Especifique:							
Observaciones:									

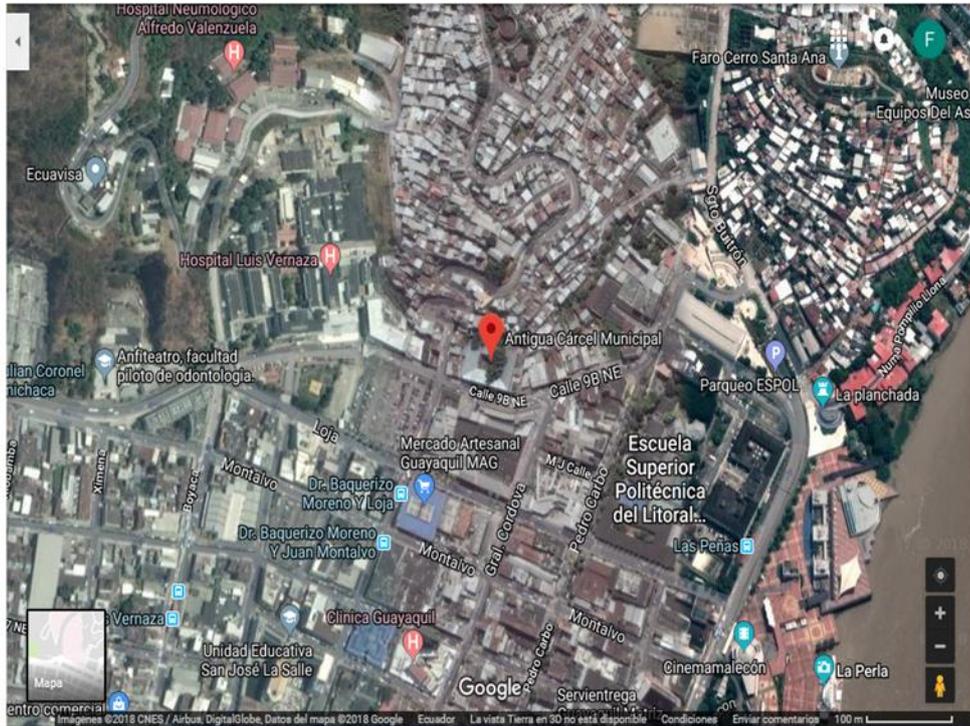
7.2.1 Factores de deterioro (M)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
7.2.1.1 Naturales (M)		7.2.1.2 Antrópicos (M)					
a. Erosión	<input type="checkbox"/>	a. Actividades Agrícolas	<input type="checkbox"/>	b. Actividades Ganaderas	<input type="checkbox"/>	c. Actividades Forestales	<input type="checkbox"/>
b. Humedad	<input type="checkbox"/>	d. Actividades Extractivas / Minería	<input type="checkbox"/>	e. Actividades Industriales	<input type="checkbox"/>	f. Negligencia / Abandono	<input type="checkbox"/>
c. Desastres Naturales	<input type="checkbox"/>	g. Huaquearías	<input type="checkbox"/>	h. Conflicto de tenencia	<input type="checkbox"/>	i. Condiciones de uso y exposición	<input type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna	<input type="checkbox"/>	j. Falta de mantenimiento	<input type="checkbox"/>	k. Contaminación del Ambiente	<input checked="" type="checkbox"/>	l. Generación de residuos	<input checked="" type="checkbox"/>
e. Clima	<input type="checkbox"/>	m. Expansión urbana	<input checked="" type="checkbox"/>	n. Conflicto Político / Social	<input type="checkbox"/>	o. Desarrollo Industrial / Comercial	<input checked="" type="checkbox"/>
Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones:							
7.3 Armonía con el paisaje natural o cultural que lo rodea		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. El atractivo guarda armonía con el entorno (U)		SI	0	NO	<input checked="" type="checkbox"/>		
Observaciones: ESTE LUGAR SE ENCUENTRA EN UN SITIO NO MUY VISITADO POR TURISTAS							
7.4. Declaratoria del Atractivo /Espacio/Destino		SI	1	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Denominación:	BIEN PATRIMONIAL	b. Fecha de declaración:	S/I	c. Alcance:	S/I		
Observaciones: DECLARADO BIEN PATRIMONIAL POR EL INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL MEDIANTE ACUERDO N° 2757							
7.5 Amenazas Naturales (M)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
7.5.1 Geológicas (M)		7.5.2 Meteorológicas (M)					
a. Sismos	<input checked="" type="checkbox"/>	a. Huracanes	<input type="checkbox"/>				
b. Erupciones volcánicas	<input type="checkbox"/>	b. Deslizamientos	<input type="checkbox"/>				
c. Movimientos en masa-deslizamientos	<input type="checkbox"/>	c. Marejadas	<input type="checkbox"/>				
d. Fallas Geológicas	<input type="checkbox"/>	d. Inundaciones	<input type="checkbox"/>				
Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones:							
8. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input checked="" type="checkbox"/>
8.1 Agua (M)		SI	0	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input checked="" type="checkbox"/>
a. Potable	<input type="checkbox"/>	b. Pozo	<input type="checkbox"/>	c. Tanquero	<input type="checkbox"/>		
d. Entubada	<input type="checkbox"/>	e. Río, vertiente, acequia o canal	<input type="checkbox"/>	f. Lluvia	<input type="checkbox"/>		
g. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones:							
8.2 Energía Eléctrica (M)		SI	0	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input checked="" type="checkbox"/>
a. Red de empresa eléctrica de Servicio Público:	<input type="checkbox"/>	b. Panel Solar	<input type="checkbox"/>	c. Generador de corriente eléctrica	<input type="checkbox"/>		
d. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones:							

8.3 Servicio de Alcantarillado (M)		SI	0	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input checked="" type="checkbox"/>
a. Red Pública	<input type="checkbox"/>	b. Pozo Ciego	<input type="checkbox"/>	c. Pozo Séptico	<input type="checkbox"/>	d. Con descarga directa al mar, río o quebrada	<input type="checkbox"/>
e. Letrina	<input type="checkbox"/>	f. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:			
Observaciones:							
8.4 Gestión de residuos generados por la actividad turística (M)		SI	0	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input checked="" type="checkbox"/>
a. Manejo de desechos (SR)	<input type="checkbox"/>	b. Carro Recolector	<input type="checkbox"/>	c. Terreno baldío o quebrada	<input type="checkbox"/>	d. Quema de basura	<input type="checkbox"/>
e. Basura arrojada al río, acequia o canal	<input type="checkbox"/>	f. Basura enterrada	<input type="checkbox"/>	g. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:	
Observaciones:							
8.5 Salud (más cercano) (M)		SI	5	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Hospital o Clínica	3	b. Puesto / Centro de salud	2	c. Dispensario Médico	0	d. Personal Capacitado en primeros auxilios y botiquín	0
Observaciones: SE ENCUENTRA EN EL PERIMETRO DE 5 CUADRAS EL CENTRO DE SALUD #1 Y EL HOSPITAL LUIS VERNAZA							
8.6 Seguridad (M)		SI	0	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input checked="" type="checkbox"/>
a. Privada	<input type="checkbox"/>	b. Policía Nacional	<input type="checkbox"/>	c. Policía Metropolitana / Municipal	<input type="checkbox"/>		
d. Otra	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones:							
9. POLÍTICAS Y REGULACIONES		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
9.1. El atractivo se halla dentro de la planificación turística territorial (GAD'S) (U):		SI	0	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique: NO EXISTE ACTUALMENTE LA PLANIFICACIÓN TERRITORIAL	LA TURÍSTICA
9.2. Se cumple con la normativa para actividades que se practican en el atractivo (U):		SI	0	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique: NO EXISTE LA NORMATIVA	
9.3. Nombre del Administrador:		S/I					
9.4. Tipo de Administrador (U)							
a. Público	<input type="checkbox"/>	b. Privado	<input type="checkbox"/>	c. Comunitario	<input type="checkbox"/>	d. Otro	<input type="checkbox"/>
Especifique:							
9.5. Contacto							
a. Nombre:	Arq. Santiago Camacho			b. Teléfono/Celular:	098447413		
c. Correo Electrónico:	camachoarquitectos@gmail.com			d. Página WEB:			
Observaciones:							
10. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U)		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
10.1 ATRACTIVOS NATURALES (M)		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
10.1.1 En el Agua (M)		SI	0	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Buceo	<input type="checkbox"/>	b. Kayak de mar / lacustre	<input type="checkbox"/>	c. Kayak de Río	<input type="checkbox"/>		
d. Kite Surf	<input type="checkbox"/>	e. Rafting	<input type="checkbox"/>	f. Snorkel	<input type="checkbox"/>		
g. Surf	<input type="checkbox"/>	h. Tubing	<input type="checkbox"/>	i. Regata	<input type="checkbox"/>		
j. Paseo en Panga / Bote / Lancha	<input type="checkbox"/>	k. Paseo en Moto Acuática / Parasailing / Esquí	<input type="checkbox"/>	l. Banana / Inflables	<input type="checkbox"/>		
m. Pesca Deportiva	<input type="checkbox"/>	n. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:			
Observaciones:							
10.1.2 En el Aire (M)		SI	0	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Alas Delta	<input type="checkbox"/>	b. Canopy	<input type="checkbox"/>	c. Parapente	<input type="checkbox"/>	d. Otro	<input type="checkbox"/>
Especifique:							
Observaciones:							

10.1.3 En Superficie Terrestre (M)		SI	0	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Montañismo	<input type="checkbox"/>	b. Escalada	<input type="checkbox"/>	c. Senderismo	<input type="checkbox"/>		
d. Cicloturismo	<input type="checkbox"/>	e. Canyoning	<input type="checkbox"/>	f. Exploración de cuevas	<input type="checkbox"/>		
g. Actividades Recreativas	<input type="checkbox"/>	h. Cabalgata	<input type="checkbox"/>	i. Caminata	<input type="checkbox"/>		
j. Camping	<input type="checkbox"/>	k. Pínic	<input type="checkbox"/>	l. Observación de flora y fauna	<input type="checkbox"/>		
m. Fotografía	<input type="checkbox"/>	n. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:			
Observaciones:							
10.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U)		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
10.2.1 Tangibles (M)		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Recorridos Guiados / Autoguiados	0	b. Exposiciones Temáticas Permanentes, Temporales y Eventuales	0	c. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales.	0		
d. Presentaciones o Representaciones en vivo	0	e. Muestras Audiovisuales	0	f. Actividades Vivenciales y/o Lúdicas	0		
g. Fotografía	0	h. Información del lugar	0	i. Visita a Talleres	0		
j. Otro	0	Especifique:					
Observaciones:							
10.2.2 Intangibles (M)		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
10.2.2.1. Origen:	a. Ancestral	<input type="checkbox"/>	b. Histórico	<input type="checkbox"/>	c. Contemporáneo	<input type="checkbox"/>	
10.2.2.2. Simbolismo:	10.2.2.3. Fecha de celebración:						
10.2.2.4. Periodicidad:	a. Anual	<input type="checkbox"/>	b. Ocasional	<input type="checkbox"/>	c. Otro	<input type="checkbox"/>	
10.2.2.5. Portadores:	a. Individuos	<input type="checkbox"/>	b. Colectivos	<input type="checkbox"/>	c. Instituciones	<input type="checkbox"/>	
10.2.2.6. Mantiene Costumbres y tradiciones:	SI	0	NO	<input type="checkbox"/>			
10.2.2.7. Características Específicas distintivas:							
10.2.2.8. Existe Información al respecto del Evento:	SI	0	NO	<input type="checkbox"/>			
10.2.2.9. Nivel de Organización:	a. Bueno	0	b. Regular	0	c. Malo	0	
Observaciones:							
11. DIFUSIÓN Y MEDIOS DE PROMOCIÓN DEL ATRACTIVO		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
11.1. Nivel de difusión del atractivo (U)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Local	1	b. Regional	0	c. Nacional	0	d. Internacional	0
Observaciones:							
11.2. Medios de Promoción del Atractivo (M)		SI	1	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Página WEB	<input checked="" type="checkbox"/>	URL:	www.guayaquilesmidestino.com				
b. Red Social	<input type="checkbox"/>	Nombre:					
c. Revistas Especializadas	<input type="checkbox"/>	Nombre:					
d. Material POP	<input type="checkbox"/>	Nombre:					
e. Oficina de Información Turística	<input type="checkbox"/>	Nombre:					
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa)	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
g. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones:							
11.3. Asociación con otros Atractivos (mínimo 4)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Nombre del atractivo	b. Distancia (km)	c. Tiempo (h/m aprox.)	d. Coordenadas Geográficas				
			1. Latitud (grados decimales)		2. Longitud (grados decimales)		
CEMENTERIO PATRIMONIAL	2,2 KM	0:07:00	- 02.1839079		-79.8912634		
Observaciones:							

12. TIPO DE VISITANTE Y AFLUENCIA		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>					
12.1 Afluencia (M)	12.2 Tipo (U)		12.3 Frecuencia (U)									
a. Local	<input type="radio"/>	a. Turista	<input type="radio"/>	b. Excursionista	<input type="radio"/>	a. Alta	<input type="radio"/>	b. Media	<input type="radio"/>	c. Baja	<input type="radio"/>	
b. Nacional	<input type="radio"/>	a. Turista	<input type="radio"/>	b. Excursionista	<input type="radio"/>	a. Alta	<input type="radio"/>	b. Media	<input type="radio"/>	c. Baja	<input type="radio"/>	
c. Extranjera	<input type="radio"/>	a. Turista	<input type="radio"/>	b. Excursionista	<input type="radio"/>	a. Alta	<input type="radio"/>	b. Media	<input type="radio"/>	c. Baja	<input type="radio"/>	
Observaciones:												
13. RECURSO HUMANO		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>					
13.1. Personal especializado en turismo (U):		SI	<input type="radio"/>	No	<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique:						
13.2. Nivel de instrucción (U)												
Primaria		<input type="radio"/>	Secundaria	<input type="radio"/>	Tercer Nivel	<input type="radio"/>	Cuarto Nivel	<input type="radio"/>	Otro	<input type="radio"/>	Especifique:	
13.3 Manejo de Idiomas (M)												
a. Inglés		<input type="checkbox"/>	b. Alemán	<input type="checkbox"/>	c. Francés	<input type="checkbox"/>	d. Italiano	<input type="checkbox"/>	e. Chino	<input type="checkbox"/>	f. Otro	<input type="checkbox"/>
Observaciones:												
14. DESCRIPCION DEL ATRACTIVO		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>					
<p>FUE UNA PRISION QUE FUNCIONÓ EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL DURANTE LA PRIMERA MITAD DEL SIGLO XX. ESTABA SITUADA EN LA CALLE DE LOS LAMENTOS COMO SE LLAMABA COMÚNMENTE A LA ACTUAL CALLE JULIÁN CORONEL EN EL SECTOR SUR DEL CERRO DEL CARMEN. EL RECLUSORIO FUNCIONÓ ENTRE 1907 Y 1950 ES UNA ESTRUCTURA TIPO CLAUSTRO, QUE CONTIENE UN PATIO CENTRAL, UNA GALERÍA PERIMETRAL Y A SU ALREDEDOR MÁS DE 40 CELDAS Y CALABOZOS (Guayaquil es mi destino, 2018)</p>												
15. ANEXOS		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>					
a. Archivo Fotográfico (dos)												
												
Fuente: GUAYAQUIL ES MI DESTINO, 2018												

c. Ubicación gráfica del Atractivo



Fuente: [GOOGLE EARTH](#)

FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)

ELABORADO POR:		VALIDADO POR:		APROBADO POR:	
Apellido y Nombre	FRANKLIN PINEDA	Apellido y Nombre		Apellido y Nombre	
Institución	UCSG	Institución		Institución	
Cargo	ESTUDIANTE	Cargo		Cargo	
Correo Electrónico	franklin_p1596@hotmail.com	Correo Electrónico		Correo Electrónico	
Teléfono	221292	Teléfono		Teléfono	
Firma		Firma		Firma	
Fecha	31/05/2018	Fecha		Fecha	

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																	
Código del atractivo:	0	9	0	1	0	6	M	C	0	1	0	2	0	3	0	0	0
	Provincia		Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo		
1. DATOS GENERALES																	
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																	
MUSEO NAVAL ADBDÓN CALDERÓN																	
1.2 Categoría				1.3 Tipo				1.4 Subtipo									
MANIFESTACIONES_CULTURALES				ARQUITECTURA				MUSEOS									
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO TURÍSTICO																	
2.1 Provincia				2.2 Cantón				2.3 Parroquia									
GUAYAS				GUAYAQUIL				LETAMENDI									
2.4 Calle Principal				2.5 Número				2.6 Transversal									
ELOY ALFARO				N/I				CAÑAR									
2.7 Barrio, Sector o Comuna				2.8 Sitio poblado más cercano													
SUR				GUAYAQUIL													
2.9 Latitud (grados decimales)				2.10 Longitud (grados decimales) Click				2.11 Altura (msnm)									
2°12'55.1"S				79°53'14.5"W				2									
2.12 Inmerso en Espacio Turístico				SI <input type="checkbox"/>		NO <input checked="" type="checkbox"/>		S/I <input type="checkbox"/>									
2.12.1 Nombre del Espacio Turístico:																	
Observaciones:																	
3. CARACTERÍSTICAS CLIMATOLÓGICAS																	
SI <input checked="" type="checkbox"/>				NO <input type="checkbox"/>				S/I <input type="checkbox"/>									
3.1 Clima HÚMEDO TROPICAL				3.2 Temperatura(°C) 29°C				3.3 Precipitación Pluviométrica (mm) 500/1000									
4. ACCESIBILIDAD AL ATRACTIVO TURÍSTICO																	
SI <input checked="" type="checkbox"/>				NO <input type="checkbox"/>				S/I <input type="checkbox"/>									
4.1 Tipo de Ingreso (u)				SI <input checked="" type="checkbox"/>				NO <input type="checkbox"/>				S/I <input type="checkbox"/>					
4.1.1 Libre (Continuar 4.1.4) 3				4.1.2 Restringido (Continúa observaciones) 0				4.1.3 Pagado (Continuar siguiente) 0									
4.1.3.1 Precio (Tarifa mínima y máxima):				a. Desde \$ 0				b. Hasta \$ 0									
4.1.3.2 Forma de Pago (M):				a. Efectivo <input type="checkbox"/>				b. Dinero Electrónico <input type="checkbox"/>									
				c. Tarjeta de Débito <input type="checkbox"/>				d. Tarjeta de Crédito <input type="checkbox"/>									
				e. Transferencia Bancaria <input type="checkbox"/>				f. Cheque <input type="checkbox"/>									
4.1.4 Horario:				a. Hora de Ingreso: 9:00				b. Hora de Salida: 17:00									
4.1.5 Atención (u):				a. Todos los días 0				c. Fines de Semana y Feriados 0									
				b. Sólo días hábiles 2				d. Otro. 0 Especifique:									
Observaciones: ATENCIÓN DE MARTES A VIERNES. SÁBADOS: 9AM-13PM																	
4.2 Temporalidad (M)				SI <input checked="" type="checkbox"/>				NO <input type="checkbox"/>				S/I <input type="checkbox"/>					
a. Alta (meses) <input checked="" type="checkbox"/>				Especifique: JULIO-AGOSTO-OCTUBRE													
b. Baja (meses) <input checked="" type="checkbox"/>				Especifique: MESES RESTANTES													
Observaciones:																	

4.3 Facilidades para personas con discapacidad (M).		SI	3	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
a. Rampas	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Baterías Sanitarias adecuadas	<input type="checkbox"/>	c. Personal Calificado	<input type="checkbox"/>				
d. Sistema Braille	<input type="checkbox"/>	e. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones:									
5. CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO TURÍSTICO		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
5.1 Acceso (M)		SI	1	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
5.1.1 Terrestre (U)	a. Primer Orden	1	Estado (U)	Bueno	<input checked="" type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	Malo	<input type="checkbox"/>
	b. Segundo Orden	0		Bueno	<input type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	Malo	<input type="checkbox"/>
	c. Tercer Orden	0		Bueno	<input type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	Malo	<input type="checkbox"/>
5.1.2 Acuático (U)	a. Marítimo	0	Describir:						
	b. Lacustre	0	Describir:						
	c. Fluvial	0	Describir:						
5.1.3 Aéreo	0	Describir:							
Observaciones:									
5.2 Comunicación (M)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
5.2.1 Telefonía (M)	1	a. Fija	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Móvil	<input type="checkbox"/>	c. Satelital	<input type="checkbox"/>		
5.2.2 Conexión a Internet (M)	0	a. Línea Telefónica	<input type="checkbox"/>	b. Cable	<input type="checkbox"/>	c. Satélite	<input type="checkbox"/>		
		d. Redes inalámbricas	<input type="checkbox"/>	e. LMDS	<input type="checkbox"/>	f. Telefonía Móvil	<input type="checkbox"/>		
5.2.3 Radio Portátil (U)	1	SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>				
Observaciones:									
5.3 Señalización (M)		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
a. Señalización de aproximación al sitio	0	Estado (U)	Bueno	<input type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	Malo	<input type="checkbox"/>	
b. Señalética en el sitio	0		Bueno	<input type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	Malo	<input type="checkbox"/>	
Observaciones:									
5.4. Poblado Urbano Cercano más importante		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
5.4.1 Nombre del Poblado Urbano más importante: GUAYAQUIL									
a. Distancia del atractivo al Poblado urbano más cercano:		3,8	Km	b. Tiempo de viaje al poblado urbano más cercano:		17 min	horas/ minutos		
Observaciones: SE HA TOMADO DE REFERENCIA EL HEMICICLO DE LA ROTONDA POR SER UN PUNTO REFERENCIAL DONDE ACUDEN TURISTAS									
5.5. Tipo de Transporte y Frecuencia (M)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
5.5.1 Tipo	5.5.2 Frecuencia								
		a. Diaria	b. Semanal	c. Mensual	d. Eventual				
a. Bus	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
b. Busetas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
c. Automóvil	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
d. 4x4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
e. Tren	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
f. Barco	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
g. Lancha / Canoa/ Bote	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
h. Avión	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				

i. Avioneta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
j. Helicóptero	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
k. Otro	<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique: METROVÍA							
Observaciones:									
6. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS									
		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
6.1 Planta Turística (M)									
		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
a. Alojamiento	0	Establecimientos registrados:	0	Habitaciones:	0	Plazas:	0		
b. Alimentos y Bebidas	2	Establecimientos registrados:	1	Mesas:	26	Plazas:	104		
c. Agencias de viaje/Operadoras	0	Establecimientos Registrados:	0						
d. Intermediación	<input type="checkbox"/>	Especifique:							
e. Transporte o movilización interno	0	Especifique:							
f. Guianza	0	Especifique:							
g. Otros	0	Especifique:							
Observaciones:									
6.2 Facilidades en el entorno al atractivo (M)									
		SI	2	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
6.2.1 Categoría	6.2.2. Tipo (M)	6.2.3 Cant.	6.2.4 Administrador	6.2.5 Coordenadas		6.2.6 Estado (U)			
				a. Lat.	b. Long.	B	R	M	
a. De apoyo a la gestión turística <input type="checkbox"/>	Punto de Información abierto <input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Punto de información cerrado <input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	I-Tur <input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de interpretación <input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de facilitación turística <input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de recepción - equipamiento de visitantes <input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. De observación y vigilancia <input type="checkbox"/>	Miradores <input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Torres de avistamiento de aves <input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Torres de observación de salvavidas <input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. De recorrido y descanso <input type="checkbox"/>	Senderos <input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Estaciones de sombra y descanso <input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Áreas de Acampar <input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Puentes de acceso a senderos <input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Refugio de alta montaña <input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Muelle <input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. De servicio <input checked="" type="checkbox"/>	Área de servicio de alimentación <input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Garitas de guardianía <input checked="" type="checkbox"/>				2°12'55.1"S	79°53'14.5"W	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Baterías sanitarias <input checked="" type="checkbox"/>				2°12'55.1"S	79°53'14.5"W	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Estacionamientos <input checked="" type="checkbox"/>				2°12'55.1"S	79°53'14.5"W	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. Otros	<input type="checkbox"/>	Especifique:							
Observaciones:									

6.3 Complementarios (M)		SI	3	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Casa de cambio	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Alquiler y venta de equipo especializado	<input type="checkbox"/>	c. Venta de Artesanías y merchandising	<input checked="" type="checkbox"/>		
f. Cajero automático	<input checked="" type="checkbox"/>	e. Taxis	<input checked="" type="checkbox"/>	h. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:	
Observaciones:							
7. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
7.1 Atractivo (u)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Conservado	7	b. Alterado	0	c. En proceso de deterioro	0	d. Deteriorado	0
Observaciones:							
7.1.1 Factores de deterioro (M)		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
7.1.1.1 Naturales (M)		7.1.1.2 Antrópicos (M)					
a. Erosión	<input type="checkbox"/>	a. Actividades Agrícolas	<input type="checkbox"/>	b. Actividades Ganaderas	<input type="checkbox"/>	c. Actividades Forestales	<input type="checkbox"/>
b. Humedad	<input type="checkbox"/>	d. Actividades Extractivas / Minería	<input type="checkbox"/>	e. Actividades Industriales	<input type="checkbox"/>	f. Negligencia / Abandono	<input type="checkbox"/>
c. Desastres Naturales	<input type="checkbox"/>	g. Huaquearía	<input type="checkbox"/>	h. Conflicto de tenencia	<input type="checkbox"/>	i. Condiciones de uso y exposición	<input type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna	<input type="checkbox"/>	j. Escaso o nulo mantenimiento	<input type="checkbox"/>	k. Contaminación del Ambiente	<input type="checkbox"/>	l. Generación de residuos	<input type="checkbox"/>
e. Clima	<input type="checkbox"/>	m. Expansión urbana	<input type="checkbox"/>	n. Conflicto Político / Social	<input type="checkbox"/>	o. Desarrollo Industrial /	<input type="checkbox"/>
Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones:							
7.2 Entorno (500 m) (u)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Conservado	4	b. Alterado	0	c. En proceso de deterioro	0	d. Deteriorado	0
Observaciones:							
7.2.1 Factores de deterioro (M)		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
7.2.1.1 Naturales (M)		7.2.1.2 Antrópicos (M)					
a. Erosión	<input type="checkbox"/>	a. Actividades Agrícolas	<input type="checkbox"/>	b. Actividades Ganaderas	<input type="checkbox"/>	c. Actividades Forestales	<input type="checkbox"/>
b. Humedad	<input type="checkbox"/>	d. Actividades Extractivas /	<input type="checkbox"/>	e. Actividades Industriales	<input type="checkbox"/>	f. Negligencia / Abandono	<input type="checkbox"/>
c. Desastres Naturales	<input type="checkbox"/>	g. Huaquearía	<input type="checkbox"/>	h. Conflicto de tenencia	<input type="checkbox"/>	i. Condiciones de uso y exposición	<input type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna	<input type="checkbox"/>	j. Falta de mantenimiento	<input type="checkbox"/>	k. Contaminación del Ambiente	<input type="checkbox"/>	l. Generación de residuos	<input type="checkbox"/>
e. Clima	<input type="checkbox"/>	m. Expansión urbana	<input type="checkbox"/>	n. Conflicto Político / Social	<input type="checkbox"/>	o. Desarrollo Industrial /	<input type="checkbox"/>
Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones:							
7.3 Armonía con el paisaje natural o cultural que lo rodea		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. El atractivo guarda armonía con el entorno (U)	SI	2	NO	<input type="checkbox"/>			
Observaciones:							
7.4. Declaratoria del Atractivo /Espacio/Destino		SI	0	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Denominación:	b. Fecha de declaración:	c. Alcance:					
Observaciones:							
7.5 Amenazas Naturales (M)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
7.5.1 Geológicas (M)				7.5.2 Meteorológicas (M)			

a. Sismos	<input checked="" type="checkbox"/>	a. Huracanes	<input type="checkbox"/>				
b. Erupciones volcánicas	<input type="checkbox"/>	b. Deslizamientos	<input type="checkbox"/>				
c. Movimientos en masa-deslizamientos	<input type="checkbox"/>	c. Marejadas	<input type="checkbox"/>				
d. Fallas Geológicas	<input type="checkbox"/>	d. Inundaciones	<input type="checkbox"/>				
Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones:							
8. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
8.1 Agua (M)		SI	2	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Potable	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Pozo	<input type="checkbox"/>	c. Tanquero	<input type="checkbox"/>		
d. Entubada	<input checked="" type="checkbox"/>	e. Río, vertiente, acequia o canal	<input type="checkbox"/>	f. Lluvia	<input type="checkbox"/>		
g. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones:							
8.2 Energía Eléctrica (M)		SI	2	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Red de empresa eléctrica de Servicio Público:	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Panel Solar	<input type="checkbox"/>	c. Generador de corriente eléctrica	<input type="checkbox"/>		
d. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones:							
8.3 Servicio de Alcantarillado (M)		SI	2	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Red Pública	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Pozo Ciego	<input type="checkbox"/>	c. Pozo Séptico	<input type="checkbox"/>	d. Con descarga directa al mar, río o quebrada	<input type="checkbox"/>
e. Letrina	<input type="checkbox"/>	f. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:			
Observaciones:							
8.4 Gestión de residuos generados por la actividad turística (M)		SI	2	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Manejo de desechos (SR)	<input type="checkbox"/>	b. Carro Recolector	<input checked="" type="checkbox"/>	c. Terreno baldío o quebrada	<input type="checkbox"/>	d. Quema de basura	<input type="checkbox"/>
e. Basura arrojada al río, acequia o canal	<input type="checkbox"/>	f. Basura enterrada	<input type="checkbox"/>	g. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:	
Observaciones:							
8.5 Salud (más cercano) (M)		SI	3	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Hospital o Clínica	3	b. Puesto / Centro de salud	0	c. Dispensario Médico	0	d. Personal Capacitado en primeros auxilios y	0
Observaciones:							
8.6 Seguridad (M)		SI	2	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Privada	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Policía Nacional	<input type="checkbox"/>	c. Policía Metropolitana / Municipal	<input type="checkbox"/>		
d. Otra	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones:							
9. POLÍTICAS Y REGULACIONES		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
9.1. El atractivo se halla dentro de la planificación turística territorial (GAD'S) (U):		SI	0	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique: NO EXISTE ACTUALMENTE LA PLANIFICACIÓN TURÍSTICA TERRITORIAL	
9.2. Se cumple con la normativa para actividades que se practican en el atractivo (U):		SI	0	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique: NO EXISTE LA NORMATIVA	
9.3. Nombre del Administrador:		PRIZON (PRIMERA ZONA NAVAL NORTE)					
9.4. Tipo de Administrador (U)							
a. Público	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Privado	<input type="checkbox"/>	c. Comunitario	<input type="checkbox"/>	d. Otro	<input type="checkbox"/>
Especifique:							

9.5. Contacto						
a. Nombre:	LCDA. MARÍA JOSÉ ARRIETA			b. Teléfono/Celular:	0996696166	
c. Correo Electrónico:				d. Página WEB:		
Observaciones:						
10. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (u)						
	SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
10.1 ATRACTIVOS NATURALES (M)						
	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
10.1.1 En el Agua (M)						
	SI	0	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Buceo	<input type="checkbox"/>		b. Kayak de mar / lacustre	<input type="checkbox"/>	c. Kayak de Río	<input type="checkbox"/>
d. Kite Surf	<input type="checkbox"/>		e. Rafting	<input type="checkbox"/>	f. Snorkel	<input type="checkbox"/>
g. Surf	<input type="checkbox"/>		h. Tubing	<input type="checkbox"/>	i. Regata	<input type="checkbox"/>
j. Paseo en Panga / Bote / Lancha	<input type="checkbox"/>		k. Paseo en Moto Acuática / Parasailing / Esquí	<input type="checkbox"/>	l. Banana / Inflables	<input type="checkbox"/>
m. Pesca Deportiva	<input type="checkbox"/>		n. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:	
Observaciones:						
10.1.2 En el Aire (M)						
	SI	0	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Alas Delta	<input type="checkbox"/>		b. Canopy	<input type="checkbox"/>	c. Parapente	<input type="checkbox"/>
d Otro	<input type="checkbox"/>		Especifique:			
Observaciones:						
10.1.3 En Superficie Terrestre (M)						
	SI	0	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Montañismo	<input type="checkbox"/>		b. Escalada	<input type="checkbox"/>	c. Senderismo	<input type="checkbox"/>
d. Cicloturismo	<input type="checkbox"/>		e. Canyoning	<input type="checkbox"/>	f. Exploración de cuevas	<input type="checkbox"/>
g. Actividades Recreativas	<input type="checkbox"/>		h. Cabalgata	<input type="checkbox"/>	i. Caminata	<input type="checkbox"/>
j. Camping	<input type="checkbox"/>		k. Pícnic	<input type="checkbox"/>	l. Observación de flora y fauna	<input type="checkbox"/>
m. Fotografía	<input type="checkbox"/>		n. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:	
Observaciones:						
10.2 ATRACTIVOS CULTURALES (u)						
	SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
10.2.1 Tangibles (M)						
	SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Recorridos Guiados / Autoguiados		1	b. Exposiciones Temáticas Permanentes, Temporales y	0	c. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc.,	1
d. Presentaciones Representaciones en vivo	0	0	e. Muestras Audiovisuales	0	f. Actividades Vivenciales y/o Lúdicas	0
g. Fotografía		0,5	h. Información del lugar	1	i. Visita a Talleres	0
j. Otro		0	Especifique:			
Observaciones:						
10.2.2 Intangibles (M)						
	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
10.2.2.1. Origen:	a. Ancestral	<input type="checkbox"/>	b. Histórico	<input type="checkbox"/>	c. Contemporáneo	<input type="checkbox"/>
10.2.2.2. Simbolism	10.2.2.3. Fecha de celebración:					
10.2.2.4. Periodicidad:	a. Anual	<input type="checkbox"/>	b. Ocasional	<input type="checkbox"/>	c. Otro	<input type="checkbox"/>
10.2.2.5. Portadores:	a. Individuos	<input type="checkbox"/>	b. Colectivos	<input type="checkbox"/>	c. Instituciones	<input type="checkbox"/>
10.2.2.6. Mantiene Costumbres y tradiciones:	SI	0	NO	<input type="checkbox"/>		
10.2.2.7. Características Específicas distintivas:						

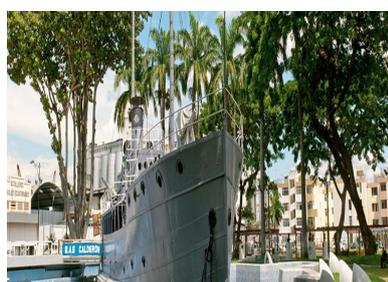
10.2.2.8. Existe Información al respecto del Evento:		SI	0	NO	<input type="checkbox"/>						
10.2.2.9. Nivel de Organización:		a. Bueno	0	b. Regular	0	c. Malo	0				
Observaciones:											
11. DIFUSIÓN Y MEDIOS DE PROMOCIÓN DEL ATRACTIVO		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>				
11.1. Nivel de difusión del atractivo (u)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>				
a. Local		1	b. Regional	0	c. Nacional	0	d. Internacional	0			
Observaciones:											
11.2. Medios de Promoción del Atractivo (M)		SI	1	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>				
a. Página WEB		<input checked="" type="checkbox"/>	URL: www.guayaquilesmidestino.com								
b. Red Social		<input type="checkbox"/>	Nombre:								
c. Revistas Especializadas		<input type="checkbox"/>	Nombre:								
d. Material POP		<input type="checkbox"/>	Nombre:								
e. Oficina de Información Turística		<input type="checkbox"/>	Nombre:								
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa)		<input type="checkbox"/>	Especifique:								
g. Otro		<input type="checkbox"/>	Especifique:								
Observaciones:											
11.3. Asociación con otros Atractivos (mínimo 4)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>				
a. Nombre del atractivo		b. Distancia (km)	c. Tiempo (h/m aprox.)	d. Coordenadas Geográficas							
				1. Latitud (grados decimales)		2. Longitud (grados decimales)					
MALECON 2000		3,8	17 min	2°11'32.5"S		79°52'44.1"W					
Observaciones:											
12. TIPO DE VISITANTE Y AFLUENCIA (M)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>				
12.1 Afluencia (M)		12.2 Tipo (U)		12.3 Frecuencia (U)							
a. Local	0,8	a. Turista	0	b. Excursionista	0,3	a. Alta	0,5	b. Media	0	c. Baja	0
b. Nacional	1,6	a. Turista	1	b. Excursionista	0	a. Alta	0	b. Media	0,6	c. Baja	0
c. Extranjera	1,6	a. Turista	1	b. Excursionista	0	a. Alta	0	b. Media	0,6	c. Baja	0
Observaciones:											
13. RECURSO HUMANO		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>				
13.1. Personal especializado en turismo (u):		SI	0	No	<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique:					
13.2. Nivel de instrucción (U)											
Primaria	0	Secundaria	0	Tercer Nivel	3	Cuarto Nivel	0	Otro	0	Especifique:	
13.3 Manejo de Idiomas (M)											
a. Inglés	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Alemán	<input type="checkbox"/>	c. Francés	<input type="checkbox"/>	d. Italiano	<input type="checkbox"/>	e. Chino	<input type="checkbox"/>	f. Otro	<input type="checkbox"/>
Observaciones:											

14. DESCRIPCION DEL ATRACTIVO SI NO S/I

ESTE MUSEO ESTÁ DEDICADO EN HONOR A LA GESTA HISTÓRICA LIBRADA EN 1941, FECHA EN QUE ESTE BUQUE SE CUBRIÓ DE GLORIA EN AGUAS DE JAMBELÍ DEJANDO FLAMEAR EL TRICOLOR ECUATORIANO EN EL COMBATE NAVAL. AQUÍ SE GUARDAN TESTIMONIOS DE VALOR, CORAJE Y VOLUNTAD INQUEBRANTABLES QUE SE REVIVEN EN CADA SALA DE ESTE MUSEO. COMO CENTRO DE CIVISMO GUARDA LAS IMÁGENES DE HOMBRES CON VALENTÍA FÉRREA QUE HICIERON POSIBLE UNA VICTORIA, Y QUE LEVANTARON LA MORAL DE UNA NACIÓN. (Guayaquil es Mi Destino, 2018)

15. ANEXOS SI NO S/I

a. Archivo Fotográfico (dos)



Fuente: www.armada.mil.ec, www.guayaquilesmidestino.com

c. Ubicación gráfica del Atractivo



Fuente: www.guayaquilesmidestino.com

FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)

ELABORADO POR:		VALIDADO POR:		APROBADO POR:	
Apellido y Nombre	CEVALLOS ROSA	Apellido y Nombre		Apellido y Nombre	
Institución	UCSG	Institución		Institución	
Cargo	ESTUDIANTE	Cargo		Cargo	
Correo Electrónico	antonellacevallosm@hotmail.com	Correo Electrónico		Correo Electrónico	
Teléfono	4546587	Teléfono		Teléfono	
Firma		Firma		Firma	
Fecha	31/05/2018	Fecha		Fecha	

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																				
Código del atractivo:	0	9	0	1	1	4	M	C	0	4	0	1	0	2	0	0	0			
	Provincia		Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo					
1. DATOS GENERALES																				
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																				
SECTOR NIGERIA - ISLA TRINITARIA (RECORRIDO TURÍSTICO)																				
1.2 Categoría					1.3 Tipo					1.4 Subtipo										
MANIFESTACIONES_CULTURALES					ACONTECIMIENTOS_PROGRAMADOS					EVENTOS ARTÍSTICOS										
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO TURÍSTICO																				
2.1 Provincia				2.2 Cantón				2.3 Parroquia												
GUAYAS				GUAYAQUIL				XIMENA												
2.4 Calle Principal				2.5 Número				2.6 Transversal												
COOPERATIVA INDEPENDENCIA 2				MZ 1027 V 14				SECTOR NIGERIA												
2.7 Barrio, Sector o Comuna				2.8 Sitio poblado más cercano																
SUR				GUAYAQUIL																
2.9 Latitud (grados decimales)				2.10 Longitud (grados decimales) Click					2.11 Altura (msnm)											
-2.227646				-79.917555					4											
2.12 Inmerso en Espacio Turístico				SI <input type="checkbox"/>		NO <input checked="" type="checkbox"/>		S/I <input type="checkbox"/>												
2.12.1 Nombre del Espacio Turístico:																				
Observaciones:																				
3. CARACTERÍSTICAS CLIMATOLÓGICAS																				
3.1 Clima				3.2 Temperatura(°C)		3.3 Precipitación Pluviométrica (mm)														
HÚMEDO TROPICAL				29°C		500/1000														
4. ACCESIBILIDAD AL ATRACTIVO TURÍSTICO																				
4.1 Tipo de Ingreso (u)				SI <input checked="" type="checkbox"/>		NO <input type="checkbox"/>		S/I <input type="checkbox"/>												
4.1.1 Libre (Continuar 4.1.4)				4.1.2 Restringido (Continúa observaciones)		4.1.3 Pagado (Continuar siguiente)														
0				0		1														
4.1.3.1 Precio (Tarifa mínima y máxima):				a. Desde \$		b. Hasta \$														
				0		0														
4.1.3.2 Forma de Pago (M):				a. Efectivo		b. Dinero Electrónico		c. Tarjeta de Débito		d. Tarjeta de Crédito		e. Transferencia Bancaria					f. Cheque			
				<input checked="" type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>			
4.1.4 Horario:				a. Hora de Ingreso:				b. Hora de Salida:												
				a. Todos los días				c. Fines de Semana y Feriados				0								
4.1.5 Atención (u):				b. Sólo días hábiles		d. Otro.		Especifique:												
				3		0		0												
Observaciones:																				
4.2 Temporalidad (M)				SI <input type="checkbox"/>		NO <input checked="" type="checkbox"/>		S/I <input type="checkbox"/>												
a. Alta (meses)				Especifique:																
b. Baja (meses)				Especifique:																
Observaciones:																				

4.3 Facilidades para personas con discapacidad (M).		SI	0	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
a. Rampas	<input type="checkbox"/>	b. Baterías Sanitarias adecuadas	<input type="checkbox"/>	c. Personal Calificado	<input type="checkbox"/>				
d. Sistema Braille	<input type="checkbox"/>	e. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones:									
5. CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO TURÍSTICO		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
5.1 Acceso (M)		SI	1	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
5.1.1 Terrestre (u)	a. Primer Orden	1	Estado (u)	Bueno	<input checked="" type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	Malo	<input type="checkbox"/>
	b. Segundo Orden	0		Bueno	<input type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	Malo	<input type="checkbox"/>
	c. Tercer Orden	0		Bueno	<input type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	Malo	<input type="checkbox"/>
5.1.2 Acuático (u)	a. Marítimo	0	Describir:						
	b. Lacustre	0	Describir:						
	c. Fluvial	0	Describir:						
5.1.3 Aéreo	0	Describir:							
Observaciones:									
5.2 Comunicación (M)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
5.2.1 Telefonía (M)	1	a. Fija	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Móvil	<input type="checkbox"/>	c. Satelital	<input type="checkbox"/>		
5.2.2 Conexión a Internet (M)	0	a. Línea Telefónica	<input type="checkbox"/>	b. Cable	<input type="checkbox"/>	c. Satélite	<input type="checkbox"/>		
		d. Redes inalámbricas	<input type="checkbox"/>	e. LMDS	<input type="checkbox"/>	f. Telefonía Móvil	<input type="checkbox"/>		
5.2.3 Radio Portátil (u)	0	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>				
Observaciones:									
5.3 Señalización (M)		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
a. Señalización de aproximación al sitio	0	Estado (u)	Bueno	<input type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	Malo	<input type="checkbox"/>	
b. Señalética en el sitio	0		Bueno	<input type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	Malo	<input type="checkbox"/>	
Observaciones:									
5.4. Poblado Urbano Cercano más importante		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
5.4.1 Nombre del Poblado Urbano más importante:		GUAYAQUIL							
a. Distancia del atractivo al Poblado urbano más cercano:		13	Km	b. Tiempo de viaje al poblado urbano más cercano:		35 min	horas/ minutos		
Observaciones: SE HA TOMADO COMO PUNTO DE REFERENCIA EL HEMICLO DE LA ROTONDA POR SER PUNTO REFERENTE DE VISITA DE LOS TURISTAS									
5.5. Tipo de Transporte y Frecuencia (M)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
5.5.1 Tipo	5.5.2 Frecuencia								
		a. Diaria	b. Semanal	c. Mensual	d. Eventual				
a. Bus	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
b. Busetas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
c. Automóvil	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
d. 4x4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
e. Tren	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
f. Barco	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
g. Lancha / Canoa/ Bote	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
h. Avión	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				

i. Avioneta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
j. Helicóptero	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
k. Otro	<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique: ALIMENTADOR METROVÍA						
Observaciones:								
6. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS								
	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I <input type="checkbox"/>			
6.1 Planta Turística (M)								
	SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I <input type="checkbox"/>			
a. Alojamiento	0	Establecimientos registrados: 0	Habitaciones:	Plazas:				
b. Alimentos y Bebidas	0	Establecimientos registrados: 0	Mesas:	Plazas:				
c. Agencias de viaje/Operadoras	0	Establecimientos Registrados: 0						
d. Intermediación	<input type="checkbox"/>	Especifique:						
e. Transporte o movilización interno	0	Especifique:						
f. Guianza	2	Especifique: REALIZADA POR LA COMUNIDAD						
g. Otros	0	Especifique:						
Observaciones:								
6.2 Facilidades en el entorno al atractivo (M)								
	SI	0	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I <input type="checkbox"/>			
6.2.1 Categoría	6.2.2. Tipo (M)	6.2.3 Cant.	6.2.4 Administrador	6.2.5 Coordenadas		6.2.6 Estado (U)		
				a. Lat.	b. Long.	B	R	M
a. De apoyo a la gestión turística <input type="checkbox"/>	Punto de Información abierto <input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Punto de información cerrado <input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	I-Tur <input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de interpretación <input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de facilitación turística <input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de recepción - equipamiento de visitantes <input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. De observación y vigilancia <input type="checkbox"/>	Miradores <input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Torres de avistamiento de aves <input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Torres de observación de salvavidas <input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. De recorrido y descanso <input type="checkbox"/>	Senderos <input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Estaciones de sombra y descanso <input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Áreas de Acampar <input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Puentes de acceso a senderos <input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Refugio de alta montaña <input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Muelle <input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. De servicio <input type="checkbox"/>	Área de servicio de alimentación <input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Garitas de guardianía <input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Baterías sanitarias <input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Estacionamientos <input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. Otros	<input type="checkbox"/>	Especifique:						
Observaciones:								

6.3 Complementarios (M)		SI	3	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Casa de cambio	<input type="checkbox"/>	b. Alquiler y venta de equipo especializado	<input type="checkbox"/>	c. Venta de Artesanías y merchandising	<input type="checkbox"/>		
f. Cajero automático	<input type="checkbox"/>	e. Taxis	<input type="checkbox"/>	h. Otro	<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique:	
Observaciones: MOTO TAXI							
7. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
7.1 Atractivo (u)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Conservado	0	b. Alterado	5	c. En proceso de deterioro	0	d. Deteriorado	0
Observaciones:							
7.1.1 Factores de deterioro (M)		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
7.1.1.1 Naturales (M)		7.1.1.2 Antrópicos (M)					
a. Erosión	<input type="checkbox"/>	a. Actividades Agrícolas	<input type="checkbox"/>	b. Actividades Ganaderas	<input type="checkbox"/>	c. Actividades Forestales	<input type="checkbox"/>
b. Humedad	<input type="checkbox"/>	d. Actividades Extractivas / Minería	<input type="checkbox"/>	e. Actividades Industriales	<input type="checkbox"/>	f. Negligencia / Abandono	<input type="checkbox"/>
c. Desastres Naturales	<input type="checkbox"/>	g. Huaquearía	<input type="checkbox"/>	h. Conflicto de tenencia	<input type="checkbox"/>	i. Condiciones de uso y exposición	<input type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna	<input type="checkbox"/>	j. Escaso o nulo mantenimiento	<input type="checkbox"/>	k. Contaminación del Ambiente	<input type="checkbox"/>	l. Generación de residuos	<input type="checkbox"/>
e. Clima	<input type="checkbox"/>	m. Expansión urbana	<input type="checkbox"/>	n. Conflicto Político / Social	<input type="checkbox"/>	o. Desarrollo Industrial /	<input type="checkbox"/>
Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones:							
7.2 Entorno (500 m) (u)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Conservado	0	b. Alterado	0	c. En proceso de deterioro	2	d. Deteriorado	0
Observaciones:							
7.2.1 Factores de deterioro (M)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
7.2.1.1 Naturales (M)		7.2.1.2 Antrópicos (M)					
a. Erosión	<input type="checkbox"/>	a. Actividades Agrícolas	<input type="checkbox"/>	b. Actividades Ganaderas	<input type="checkbox"/>	c. Actividades Forestales	<input type="checkbox"/>
b. Humedad	<input checked="" type="checkbox"/>	d. Actividades Extractivas /	<input type="checkbox"/>	e. Actividades Industriales	<input type="checkbox"/>	f. Negligencia / Abandono	<input checked="" type="checkbox"/>
c. Desastres Naturales	<input type="checkbox"/>	g. Huaquearía	<input type="checkbox"/>	h. Conflicto de tenencia	<input type="checkbox"/>	i. Condiciones de uso y exposición	<input type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna	<input type="checkbox"/>	j. Falta de mantenimiento	<input type="checkbox"/>	k. Contaminación del Ambiente	<input checked="" type="checkbox"/>	l. Generación de residuos	<input type="checkbox"/>
e. Clima	<input checked="" type="checkbox"/>	m. Expansión urbana	<input checked="" type="checkbox"/>	n. Conflicto Político / Social	<input type="checkbox"/>	o. Desarrollo Industrial /	<input type="checkbox"/>
Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones:							
7.3 Armonía con el paisaje natural o cultural que lo rodea		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. El atractivo guarda armonía con el entorno (u)		SI	0	NO	<input checked="" type="checkbox"/>		
Observaciones:							
7.4. Declaratoria del Atractivo /Espacio/Destino		SI	0	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Denominación:		b. Fecha de declaración:		c. Alcance:			
Observaciones:							
7.5 Amenazas Naturales (M)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
7.5.1 Geológicas (M)				7.5.2 Meteorológicas (M)			

a. Sismos	<input checked="" type="checkbox"/>	a. Huracanes	<input type="checkbox"/>				
b. Erupciones volcánicas	<input type="checkbox"/>	b. Deslizamientos	<input type="checkbox"/>				
c. Movimientos en masa-deslizamientos	<input type="checkbox"/>	c. Marejadas	<input type="checkbox"/>				
d. Fallas Geológicas	<input type="checkbox"/>	d. Inundaciones	<input type="checkbox"/>				
Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones:							
8. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
8.1 Agua (M)		SI	2	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Potable	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Pozo	<input type="checkbox"/>	c. Tanquero	<input type="checkbox"/>		
d. Entubada	<input checked="" type="checkbox"/>	e. Río, vertiente, acequia o canal	<input type="checkbox"/>	f. Lluvia	<input type="checkbox"/>		
g. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones: RESTAURANTE AFRICA MIA							
8.2 Energía Eléctrica (M)		SI	2	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Red de empresa eléctrica de Servicio Público:	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Panel Solar	<input type="checkbox"/>	c. Generador de corriente eléctrica	<input type="checkbox"/>		
d. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones: RESTAURANTE AFRICA MIA							
8.3 Servicio de Alcantarillado (M)		SI	2	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Red Pública	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Pozo Ciego	<input type="checkbox"/>	c. Pozo Séptico	<input type="checkbox"/>	d. Con descarga directa al mar, río o quebrada	<input type="checkbox"/>
e. Letrina	<input type="checkbox"/>	f. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:			
Observaciones: RESTAURANTE AFRICA MIA							
8.4 Gestión de residuos generados por la actividad turística (M)		SI	2	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Manejo de desechos (SR)	<input type="checkbox"/>	b. Carro Recolector	<input checked="" type="checkbox"/>	c. Terreno baldío o quebrada	<input type="checkbox"/>	d. Quema de basura	<input type="checkbox"/>
e. Basura arrojada al río, acequia o canal	<input type="checkbox"/>	f. Basura enterrada	<input type="checkbox"/>	g. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:	
Observaciones:							
8.5 Salud (más cercano) (M)		SI	2	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Hospital o Clínica	0	b. Puesto / Centro de salud	0	c. Dispensario Médico	2	d. Personal Capacitado en primeros auxilios y	0
Observaciones:							
8.6 Seguridad (M)		SI	2	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Privada	<input type="checkbox"/>	b. Policía Nacional	<input checked="" type="checkbox"/>	c. Policía Metropolitana / Municipal	<input type="checkbox"/>		
d. Otra	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones:							
9. POLÍTICAS Y REGULACIONES		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
9.1. El atractivo se halla dentro de la planificación turística territorial (GAD'S) (U):		SI	0	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique: NO EXISTE ACTUALMENTE LA PLANIFICACIÓN TURÍSTICA TERRITORIAL	
9.2. Se cumple con la normativa para actividades que se practican en el atractivo (U):		SI	0	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique: NO EXISTE LA NORMATIVA	
9.3. Nombre del Administrador:		SONIA ESPAÑA					
9.4. Tipo de Administrador (U)							
a. Público	<input type="checkbox"/>	b. Privado	<input checked="" type="checkbox"/>	c. Comunitario	<input type="checkbox"/>	d. Otro	<input type="checkbox"/>
Especifique:							

10.2.2.8. Existe Información al respecto del Evento:		SI	0	NO	<input type="checkbox"/>						
10.2.2.9. Nivel de Organización:		a. Bueno	3	b. Regular	0	c. Malo	0				
Observaciones:											
11. DIFUSIÓN Y MEDIOS DE PROMOCIÓN DEL ATRACTIVO		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>				
11.1. Nivel de difusión del atractivo (u)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>				
a. Local	1	b. Regional	0	c. Nacional	0	d. Internacional	0				
Observaciones:											
11.2. Medios de Promoción del Atractivo (M)		SI	1	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>				
a. Página WEB		<input type="checkbox"/>	URL:								
b. Red Social		<input checked="" type="checkbox"/>	Nombre: FACEBOOK								
c. Revistas Especializadas		<input type="checkbox"/>	Nombre:								
d. Material POP		<input type="checkbox"/>	Nombre:								
e. Oficina de Información Turística		<input type="checkbox"/>	Nombre:								
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa)		<input type="checkbox"/>	Especifique:								
g. Otro		<input type="checkbox"/>	Especifique:								
Observaciones:											
11.3. Asociación con otros Atractivos (mínimo 4)		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>				
a. Nombre del atractivo	b. Distancia (km)	c. Tiempo (h/m aprox.)	d. Coordenadas Geográficas								
			1. Latitud (grados decimales)	2. Longitud (grados decimales)							
Observaciones:											
12. TIPO DE VISITANTE Y AFLUENCIA (M)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>				
12.1 Afluencia (M)	12.2 Tipo (U)	12.3 Frecuencia (U)									
a. Local	0,8	a. Turista	0	b. Excursionista	0,3	a. Alta	0,5	b. Media	0	c. Baja	0
b. Nacional	0	a. Turista	0	b. Excursionista	0	a. Alta	0	b. Media	0	c. Baja	0
c. Extranjera	1,6	a. Turista	1	b. Excursionista	0	a. Alta	0	b. Media	0,6	c. Baja	0
Observaciones:											
13. RECURSO HUMANO		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>				
13.1. Personal especializado en turismo (U):		SI	0	No	<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique:					
13.2. Nivel de instrucción (U)											
Primaria	0	Secundaria	0	Tercer Nivel	0	Cuarto Nivel	4	Otro	0	Especifique:	
13.3 Manejo de Idiomas (M)											
a. Inglés	<input type="checkbox"/>	b. Alemán	<input type="checkbox"/>	c. Francés	<input type="checkbox"/>	d. Italiano	<input type="checkbox"/>	e. Chino	<input type="checkbox"/>	f. Otro	<input type="checkbox"/>
Observaciones:											

9.5. Contacto						
a. Nombre:		SONIA ESPAÑA		b. Teléfono/Celular:		0990667757
c. Correo Electrónico:			d. Página WEB:			
Observaciones:						
10. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (u)						
		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I <input type="checkbox"/>
10.1 ATRACTIVOS NATURALES (M)						
		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I <input type="checkbox"/>
10.1.1 En el Agua (M)						
		SI	0	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I <input type="checkbox"/>
a. Buceo	<input type="checkbox"/>	b. Kayak de mar / lacustre	<input type="checkbox"/>	c. Kayak de Río	<input type="checkbox"/>	
d. Kite Surf	<input type="checkbox"/>	e. Rafting	<input type="checkbox"/>	f. Snorkel	<input type="checkbox"/>	
g. Surf	<input type="checkbox"/>	h. Tubing	<input type="checkbox"/>	i. Regata	<input type="checkbox"/>	
j. Paseo en Panga / Bote / Lancha	<input type="checkbox"/>	k. Paseo en Moto Acuática / Parasailing / Esquí	<input type="checkbox"/>	l. Banana / Inflables	<input type="checkbox"/>	
m. Pesca Deportiva	<input type="checkbox"/>	n. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:		
Observaciones:						
10.1.2 En el Aire (M)						
		SI	0	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I <input type="checkbox"/>
a. Alas Delta	<input type="checkbox"/>	b. Canopy	<input type="checkbox"/>	c. Parapente	<input type="checkbox"/>	d Otro <input type="checkbox"/> Especifique:
Observaciones:						
10.1.3 En Superficie Terrestre (M)						
		SI	0	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I <input type="checkbox"/>
a. Montañismo	<input type="checkbox"/>	b. Escalada	<input type="checkbox"/>	c. Senderismo	<input type="checkbox"/>	
d. Cicloturismo	<input type="checkbox"/>	e. Canyoning	<input type="checkbox"/>	f. Exploración de cuevas	<input type="checkbox"/>	
g. Actividades Recreativas	<input type="checkbox"/>	h. Cabalgata	<input type="checkbox"/>	i. Caminata	<input type="checkbox"/>	
j. Camping	<input type="checkbox"/>	k. Pícnic	<input type="checkbox"/>	l. Observación de flora y fauna	<input type="checkbox"/>	
m. Fotografía	<input type="checkbox"/>	n. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:		
Observaciones:						
10.2 ATRACTIVOS CULTURALES (u)						
		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I <input type="checkbox"/>
10.2.1 Tangibles (M)						
		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I <input type="checkbox"/>
a. Recorridos Guiados / Autoguiados	1	b. Exposiciones Temáticas Permanentes, Temporales y	0	c. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc.,	1	
d. Presentaciones Representaciones en vivo	1	e. Muestras Audiovisuales	0	f. Actividades Vivenciales y/o Lúdicas	1	
g. Fotografía	0,5	h. Información del lugar	1	i. Visita a Talleres	0	
j. Otro	0	Especifique:				
Observaciones:						
10.2.2 Intangibles (M)						
		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I <input type="checkbox"/>
10.2.2.1. Origen:	a. Ancestral	<input type="checkbox"/>	b. Histórico	<input type="checkbox"/>	c. Contemporáneo	<input type="checkbox"/>
10.2.2.2. Simbolism	10.2.2.3. Fecha de celebración:					
10.2.2.4. Periodicidad:	a. Anual	<input type="checkbox"/>	b. Ocasional	<input type="checkbox"/>	c. Otro	<input type="checkbox"/>
10.2.2.5. Portadores:	a. Individuos	<input type="checkbox"/>	b. Colectivos	<input type="checkbox"/>	c. Instituciones	<input type="checkbox"/>
10.2.2.6. Mantiene Costumbres y tradiciones:	SI		4	NO <input type="checkbox"/>		
10.2.2.7. Características Especificas distintivas:						

14. DESCRIPCION DEL ATRACTIVO SI NO S/I

SE REALIZA UN RECORRIDO POR LAS INSTALACIONES DE TALLER DE INSTRUMENTOS, QUE SON USADOS PARA LA DANZA DE LA COMUNIDAD. DE IGUAL FORMA SE CONOCE LOS TRAJES USADOS Y COMO ESTOS SON REALIZADOS. ADICIONAL PUEDE DISFRUTAR DE LA GASTRONOMÍA TÍPICA DE LA ZONA Y COMO ES SU PREPARACIÓN. JUNTO A ELABORAR ARTESANIAS, ADORNOS PARA EL HOGAR. SE RELATA LA HISTORIA DE COMO FUERON LLEGANDO A ESTE SECTOR MEDIANTE UN RECORRIDO EN LA LANCHA POR EL ESTERO.

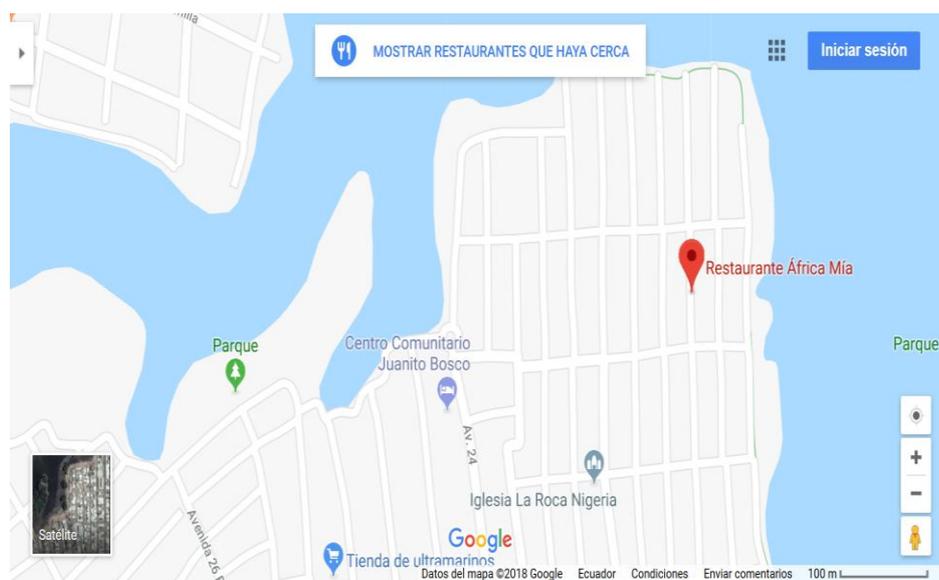
15. ANEXOS SI NO S/I

a. Archivo Fotográfico (dos)



Fuente: [Facebook - Hosteria Comunitaria Africa Mia](#)

c. Ubicación gráfica del Atractivo



Fuente: [Google Maps](#)

FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)

ELABORADO POR:		VALIDADO POR:		APROBADO POR:	
Apellido y Nombre	CEVALLOS ROSA	Apellido y Nombre		Apellido y Nombre	
Institución	UCSG	Institución		Institución	
Cargo	ESTUDIANTE	Cargo		Cargo	
Correo Electrónico	antonellacevallos@hotmail.com	Correo Electrónico		Correo Electrónico	
Teléfono	4546587	Teléfono		Teléfono	
Firma		Firma		Firma	
Fecha	29/05/2018	Fecha		Fecha	

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																	
Código del atractivo:	0	9	0	1	1	2	M	C	0	1	0	1	0	3	0	0	0
	Provincia		Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo		
1. DATOS GENERALES																	
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																	
CEMENTERIO PATRIMONIAL DE GUAYAQUIL																	
1.2 Categoría				1.3 Tipo				1.4 Subtipo									
MANIFESTACIONES_CULTURALES				ARQUITECTURA				HSITÓRICA (CIVIL, RELIGIOSA, MILITAR, VERNÁCULA)									
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO TURÍSTICO																	
2.1 Provincia				2.2 Cantón				2.3 Parroquia									
GUAYAS				GUAYAQUIL				TARQUI (GUAYAQUIL)									
2.4 Calle Principal				2.5 Número				2.6 Transversal									
AV. JULIÁN CORONEL Y CALLE PEDRO MENÉNDEZ GILBERT																	
2.7 Barrio, Sector o Comuna				2.8 Sitio poblado más cercano													
CENTRO				GUAYAQUIL													
2.9 Latitud (grados decimales)				2.10 Longitud (grados decimales) Click				2.11 Altura (msnm)									
-02.1811295				-79.8898130				11 msnm									
2.12 Inmerso en Espacio Turístico				SI <input type="checkbox"/>		NO <input checked="" type="checkbox"/>		S/I <input type="checkbox"/>									
2.12.1 Nombre del Espacio Turístico:																	
Observaciones:																	
3. CARACTERÍSTICAS CLIMATOLÓGICAS																	
SI <input checked="" type="checkbox"/>				NO <input type="checkbox"/>				S/I <input type="checkbox"/>									
3.1. Clima HÚMEDO TROPICAL				3.2 Temperatura(°C) 29°C				3.3 Precipitación Pluviométrica (mm) 500/1000									
4. ACCESIBILIDAD AL ATRACTIVO TURÍSTICO																	
SI <input checked="" type="checkbox"/>				NO <input type="checkbox"/>				S/I <input type="checkbox"/>									
4.1 Tipo de Ingreso (U)																	
4.1.1 Libre (Continuar 4.1.4) 3				4.1.2 Restringido (Continúa observaciones) 0				4.1.3 Pagado (Continuar siguiente) 0									
4.1.3.1 Precio (Tarifa mínima y máxima):																	
				a. Desde \$ 0				b. Hasta \$ 0									
4.1.3.2 Forma de Pago (M):																	
				a. Efectivo <input type="checkbox"/>				b. Dinero Electrónico <input type="checkbox"/>									
				c. Tarjeta de Débito <input type="checkbox"/>				d. Tarjeta de Crédito <input type="checkbox"/>									
				e. Transferencia Bancaria <input type="checkbox"/>				f. Cheque <input type="checkbox"/>									
4.1.4 Horario:																	
				a. Hora de Ingreso: 8:30				b. Hora de Salida: 17:00									
4.1.5 Atención (U):																	
				a. Todos los días 3				c. Fines de Semana y Feriados 0									
				b. Sólo días hábiles 0				d. Otro. 0 Especifique:									
Observaciones:																	

4.2 Temporalidad (M)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
a. Alta (meses)	<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique: MAYO (DIA DE LA MADRE) Y NOVIEMBRE (DÍA DE LOS DIFUNTOS)							
b. Baja (meses)	<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique:							
Observaciones:									
4.3 Facilidades para personas con discapacidad (M).		SI	3	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
a. Rampas	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Baterías Sanitarias adecuadas	<input checked="" type="checkbox"/>	c. Personal Calificado	<input type="checkbox"/>				
d. Sistema Braille	<input type="checkbox"/>	e. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones:									
5. CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO TURÍSTICO		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
5.1 Acceso (M)		SI	1	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
5.1.1 Terrestre (U)	a. Primer Orden	1	Estado (U)	Bueno	<input checked="" type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	Malo	<input type="checkbox"/>
	b. Segundo Orden	0		Bueno	<input type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	Malo	<input type="checkbox"/>
	c. Tercer Orden	0		Bueno	<input type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	Malo	<input type="checkbox"/>
5.1.2 Acuático (U)	a. Marítimo	0	Describir:						
	b. Lacustre	0	Describir:						
	c. Fluvial	0	Describir:						
5.1.3 Aéreo	0	Describir:							
Observaciones:									
5.2 Comunicación (M)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
5.2.1 Telefonía (M)	1	a. Fija	<input type="checkbox"/>	b. Móvil	<input checked="" type="checkbox"/>	c. Satelital	<input type="checkbox"/>		
5.2.2 Conexión a Internet (M)	1	a. Línea Telefónica	<input type="checkbox"/>	b. Cable	<input type="checkbox"/>	c. Satélite	<input type="checkbox"/>		
		d. Redes inalámbricas	<input checked="" type="checkbox"/>	e. LMDS	<input type="checkbox"/>	f. Telefonía Móvil	<input checked="" type="checkbox"/>		
5.2.3 Radio Portátil (U)	0	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>				
Observaciones:									
5.3 Señalización (M)		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
a. Señalización de aproximación al sitio	0	Estado (U)	Bueno	<input type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	Malo	<input type="checkbox"/>	
b. Señalética en el sitio	0		Bueno	<input type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	Malo	<input type="checkbox"/>	
Observaciones:									
5.4. Poblado Urbano Cercano más importante		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
5.4.1 Nombre del Poblado Urbano más importante: GUAYAQUIL									
a. Distancia del atractivo al Poblado urbano más cercano:	3,0	Km	b. Tiempo de viaje al poblado urbano más cercano:	9 min	horas/ minutos				
Observaciones: SE HA TOMADO EN CONSIDERACIÓN EL MALECÓN 2000 COMO PUNTO DE REFERENCIA, AL SER UN LUGAR MUY CONCURRIDO POR TURISTAS									

5.5. Tipo de Transporte y Frecuencia (M)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
5.5.1 Tipo	5.5.2 Frecuencia								
		a. Diaria	b. Semanal	c. Mensual	d. Eventual				
a. Bus	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
b. Busetas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
c. Automóvil	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
d. 4x4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
e. Tren	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
f. Barco	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
g. Lancha / Canoa/ Bote	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
h. Avión	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
i. Avioneta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
j. Helicóptero	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
k. Otro	<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique: METROVIA Y TAXI							
Observaciones:	METROVIA- PARADA DE JULIÁN CORONEL-CEMENTERIO Y PARADA JULIÁN CORONEL Y RUMICHACA (FRECUENCIA DIARIA)								
6. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
6.1 Planta Turística (M)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
a. Alojamiento	0	Establecimientos registrados:	0	Habitaciones:	0	Plazas:	0		
b. Alimentos y Bebidas	2	Establecimientos registrados:	2	Mesas:	3	Plazas:	3		
c. Agencias de viaje/Operadoras	0	Establecimientos Registrados:	0						
d. Intermediación	<input type="checkbox"/>	Especifique:							
e. Transporte o movilización interno	0	Especifique:							
f. Guianza	0	Especifique:							
g. Otros	0	Especifique:							
Observaciones:	SE HA CONSIDERADO 500 M ALREDEDOR DEL ATRACTIVO. CALLES JULIÁN CORONEL, RUMICHACA Y LORENZO DE GARAIÇA								
6.2 Facilidades en el entorno al atractivo (M)		SI	2	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
6.2.1 Categoría	6.2.2. Tipo (M)	6.2.3 Cant.	6.2.4 Administrador	6.2.5 Coordenadas		6.2.6 Estado (U)			
				a. Lat.	b. Long.	B	R	M	
a. De apoyo a la gestión turística <input type="checkbox"/>	Punto de Información abierto	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Punto de información cerrado	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	I-Tur	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de interpretación	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de facilitación turística	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. De observación y vigilancia <input type="checkbox"/>	Centro de recepción - equipamiento de visitantes	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Miradores	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Torres de avistamiento de aves	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Torres de observación de salvavidas	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

c. De recorrido y descanso <input type="checkbox"/>	Senderos <input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Estaciones de sombra y descanso <input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Áreas de Acampar <input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Puentes de acceso a senderos <input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Refugio de alta montaña <input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Muelle <input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. De servicio <input type="checkbox"/>	Área de servicio de alimentación <input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Garitas de guardianía <input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Baterías sanitarias <input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Estacionamientos <input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. Otros <input type="checkbox"/>	Especifique:							
Observaciones:								
6.3 Complementarios (M)		SI	3	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>	
a. Casa de cambio <input type="checkbox"/>	b. Alquiler y venta de equipo especializado <input type="checkbox"/>	c. Venta de Artesanías y merchandising <input checked="" type="checkbox"/>						
f. Cajero automático <input type="checkbox"/>	e. Taxis <input type="checkbox"/>	h. Otro <input checked="" type="checkbox"/>	Especifique: VENTA DE SERVICIOS FUNERARIOS					
Observaciones: VENTA DE FLORES Y COMERCIO (ALIMENTOS) EN LOS ALREDEDORES DEL CEMENTERIO								
7. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>	
7.1 Atractivo (u)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>	
a. Conservado 7	b. Alterado 0	c. En proceso de deterioro 0		d. Deteriorado 0				
Observaciones:								
7.1.1 Factores de deterioro (M)		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>	
7.1.1.1 Naturales (M)			7.1.1.2 Antrópicos (M)					
a. Erosión <input type="checkbox"/>	a. Actividades Agrícolas <input type="checkbox"/>		b. Actividades Ganaderas <input type="checkbox"/>		c. Actividades Forestales <input type="checkbox"/>			
b. Humedad <input type="checkbox"/>	d. Actividades Extractivas / Minería <input type="checkbox"/>		e. Actividades Industriales <input type="checkbox"/>		f. Negligencia / Abandono <input type="checkbox"/>			
c. Desastres Naturales <input type="checkbox"/>	g. Huaquearía <input type="checkbox"/>		h. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/>		i. Condiciones de uso y exposición <input type="checkbox"/>			
d. Flora/Fauna <input type="checkbox"/>	j. Escaso o nulo mantenimiento <input type="checkbox"/>		k. Contaminación del Ambiente <input type="checkbox"/>		l. Generación de residuos <input type="checkbox"/>			
e. Clima <input type="checkbox"/>	m. Expansión urbana <input type="checkbox"/>		n. Conflicto Político / Social <input type="checkbox"/>		o. Desarrollo Industrial / <input type="checkbox"/>			
Otro <input type="checkbox"/>	Especifique:							
Observaciones:								
7.2 Entorno (500 m) (u)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>	
a. Conservado 0	b. Alterado 3	c. En proceso de deterioro 0		d. Deteriorado 0				
Observaciones:								

7.2.1 Factores de deterioro (M)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
7.2.1.1 Naturales (M)		7.2.1.2 Antrópicos (M)					
a. Erosión	<input type="checkbox"/>	a. Actividades Agrícolas	<input type="checkbox"/>	b. Actividades Ganaderas	<input type="checkbox"/>	c. Actividades Forestales	<input type="checkbox"/>
b. Humedad	<input type="checkbox"/>	d. Actividades Extractivas /	<input type="checkbox"/>	e. Actividades Industriales	<input type="checkbox"/>	f. Negligencia / Abandono	<input type="checkbox"/>
c. Desastres Naturales	<input type="checkbox"/>	g. Huaquearías	<input type="checkbox"/>	h. Conflicto de tenencia	<input type="checkbox"/>	i. Condiciones de uso y exposición	<input type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna	<input type="checkbox"/>	j. Falta de mantenimiento	<input checked="" type="checkbox"/>	k. Contaminación del Ambiente	<input checked="" type="checkbox"/>	l. Generación de residuos	<input checked="" type="checkbox"/>
e. Clima	<input type="checkbox"/>	m. Expansión urbana	<input checked="" type="checkbox"/>	n. Conflicto Político / Social	<input type="checkbox"/>	o. Desarrollo Industrial /	<input checked="" type="checkbox"/>
Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones:							
7.3 Armonía con el paisaje natural o cultural que lo rodea		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. El atractivo guarda armonía con el entorno (U)		SI	2	NO	<input type="checkbox"/>		
Observaciones:							
7.4. Declaratoria del Atractivo /Espacio/Destino		SI	1	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Denominación:	PATRIMONIO CULTURAL NACIONAL	b. Fecha de declaración:	18 OCTUBRE 2003	c. Alcance:	NACIONAL		
Observaciones: EL 18 DE OCTUBRE DE 2003, EL INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL, NOMBRÓ A EL CEMENTERIO GENERAL DE LA JUNTA DE BENEFICENCIA DE GUAYAQUIL, "PATRIMONIO CULTURAL DE LA							
7.5 Amenazas Naturales (M)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
7.5.1 Geológicas (M)				7.5.2 Meteorológicas (M)			
a. Sismos	<input checked="" type="checkbox"/>	a. Huracanes	<input type="checkbox"/>				
b. Erupciones volcánicas	<input type="checkbox"/>	b. Deslizamientos	<input checked="" type="checkbox"/>				
c. Movimientos en masa-deslizamientos	<input type="checkbox"/>	c. Marejadas	<input type="checkbox"/>				
d. Fallas Geológicas	<input type="checkbox"/>	d. Inundaciones	<input type="checkbox"/>				
Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones: PELIGRO DE DESLIZAMIENTO DE TIERRA EN UNA PARTE DEL CERRO. SE BUSCA GESTIONAR CON EL MINISTERIO DEL AMBIENTE LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MALLA DE CONTENCIÓN							
8. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
8.1 Agua (M)		SI	2	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Potable	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Pozo	<input type="checkbox"/>	c. Tanquero	<input type="checkbox"/>		
d. Entubada	<input type="checkbox"/>	e. Río, vertiente, acequia o canal	<input type="checkbox"/>	f. Lluvia	<input type="checkbox"/>		
g. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones:							
8.2 Energía Eléctrica (M)		SI	2	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Red de empresa eléctrica de Servicio Público:	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Panel Solar	<input type="checkbox"/>	c. Generador de corriente eléctrica	<input type="checkbox"/>		
d. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones:							

8.3 Servicio de Alcantarillado (M)		SI	2	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Red Pública	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Pozo Ciego	<input type="checkbox"/>	c. Pozo Séptico	<input type="checkbox"/>	d. Con descarga directa al mar, río o quebrada	<input type="checkbox"/>
e. Letrina	<input type="checkbox"/>	f. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:			
Observaciones:							
8.4 Gestión de residuos generados por la actividad turística (M)		SI	2	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Manejo de desechos (SR)	<input type="checkbox"/>	b. Carro Recolector	<input checked="" type="checkbox"/>	c. Terreno baldío o quebrada	<input type="checkbox"/>	d. Quema de basura	<input type="checkbox"/>
e. Basura arrojada al río, acequia o canal	<input type="checkbox"/>	f. Basura enterrada	<input type="checkbox"/>	g. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:	
Observaciones: CARRO RECOLECTOR DE LA JUNTA DE BENEFICENCIA							
8.5 Salud (más cercano) (M)		SI	5	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Hospital o Clínica	3	b. Puesto / Centro de salud	2	c. Dispensario Médico	0	d. Personal Capacitado en primeros auxilios y	0
Observaciones: SE ENCUENTRA CERCANO EL CENTRO DE SALUD #1 Y EL HOSPITAL LUIS VERNAZA							
8.6 Seguridad (M)		SI	2	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Privada	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Policía Nacional	<input type="checkbox"/>	c. Policía Metropolitana / Municipal	<input type="checkbox"/>		
d. Otra	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones:							
9. POLÍTICAS Y REGULACIONES		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
9.1. El atractivo se halla dentro de la planificación turística territorial (GAD'S) (U):		SI	0	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique: NO EXISTE ACTUALMENTE LA PLANIFICACIÓN TURÍSTICA TERRITORIAL	
9.2. Se cumple con la normativa para actividades que se practican en el atractivo (U):		SI	0	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique: NO EXISTE LA NORMATIVA	
9.3. Nombre del Administrador:		JUNTA DE BENEFICENCIA DE GUAYAQUIL					
9.4. Tipo de Administrador (U)							
a. Público	<input type="checkbox"/>	b. Privado	<input checked="" type="checkbox"/>	c. Comunitario	<input type="checkbox"/>	d. Otro	<input type="checkbox"/>
Especifique:							
9.5. Contacto							
a. Nombre:	ING. CARLOS ESPINEL			b. Teléfono/Celular:	2293849		
c. Correo Electrónico:	cespinel@jbgye.org.ec			d. Página WEB:	www.cementerioPatrimonial.org.ec		
Observaciones:							
10. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
10.1 ATRACTIVOS NATURALES (M)		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
10.1.1 En el Agua (M)		SI	0	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Buceo	<input type="checkbox"/>	b. Kayak de mar / lacustre	<input type="checkbox"/>	c. Kayak de Río	<input type="checkbox"/>		
d. Kite Surf	<input type="checkbox"/>	e. Rafting	<input type="checkbox"/>	f. Snorkel	<input type="checkbox"/>		
g. Surf	<input type="checkbox"/>	h. Tubing	<input type="checkbox"/>	i. Regata	<input type="checkbox"/>		
j. Paseo en Panga / Bote / Lancha	<input type="checkbox"/>	k. Paseo en Moto Acuática / Parasailing / Esquí	<input type="checkbox"/>	l. Banana / Inflables	<input type="checkbox"/>		
m. Pesca Deportiva	<input type="checkbox"/>	n. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:			
Observaciones:							

10.1.2 En el Aire (M)		SI	0	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Alas Delta	<input type="checkbox"/>	b. Canopy	<input type="checkbox"/>	c. Parapente	<input type="checkbox"/>	d Otro	<input type="checkbox"/> Especifique:
Observaciones:							
10.1.3 En Superficie Terrestre (M)		SI	0	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Montañismo	<input type="checkbox"/>	b. Escalada	<input type="checkbox"/>	c. Senderismo	<input type="checkbox"/>		
d. Cicloturismo	<input type="checkbox"/>	e. Canyoning	<input type="checkbox"/>	f. Exploración de cuevas	<input type="checkbox"/>		
g. Actividades Recreativas	<input type="checkbox"/>	h. Cabalgata	<input type="checkbox"/>	i. Caminata	<input type="checkbox"/>		
j. Camping	<input type="checkbox"/>	k. Pícnic	<input type="checkbox"/>	l. Observación de flora y fauna	<input type="checkbox"/>		
m. Fotografía	<input type="checkbox"/>	n. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:			
Observaciones:							
10.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
10.2.1 Tangibles (M)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Recorridos Guiados / Autoguiados	1	b. Exposiciones Temáticas Permanentes, Temporales y	0	c. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc.,	1		
d. Presentaciones o Representaciones en vivo	0	e. Muestras Audiovisuales	0	f. Actividades Vivenciales y/o Lúdicas	0		
g. Fotografía	0,5	h. Información del lugar	1	i. Visita a Talleres	0		
j. Otro	0	Especifique:					
Observaciones:							
10.2.2 Intangibles (M)		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
10.2.2.1. Origen:	a. Ancestral	<input type="checkbox"/>	b. Histórico	<input type="checkbox"/>	c. Contemporáneo	<input type="checkbox"/>	
10.2.2.2. Simbolism	10.2.2.3. Fecha de celebración:						
10.2.2.4. Periodicidad:	a. Anual	<input type="checkbox"/>	b. Ocasional	<input type="checkbox"/>	c. Otro	<input type="checkbox"/>	
10.2.2.5. Portadores:	a. Individuos	<input type="checkbox"/>	b. Colectivos	<input type="checkbox"/>	c. Instituciones	<input type="checkbox"/>	
10.2.2.6. Mantiene Costumbres y tradiciones:	SI	0	NO	<input type="checkbox"/>			
10.2.2.7. Características Específicas distintivas:							
10.2.2.8. Existe Información al respecto del Evento:	SI	0	NO	<input type="checkbox"/>			
10.2.2.9. Nivel de Organización:	a. Bueno	0	b. Regular	0	c. Malo	0	
Observaciones:							
11. DIFUSIÓN Y MEDIOS DE PROMOCIÓN DEL ATRACTIVO		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
11.1. Nivel de difusión del atractivo (U)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Local	1	b. Regional	0	c. Nacional	4	d. Internacional	0
Observaciones:							
11.2. Medios de Promoción del Atractivo (M)		SI	1	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Página WEB	<input checked="" type="checkbox"/>	URL:	www.guayaquilesmidestino.com www.cementeriopatrimonial.org.ec				
b. Red Social	<input type="checkbox"/>	Nombre:					
c. Revistas Especializadas	<input type="checkbox"/>	Nombre:					
d. Material POP	<input type="checkbox"/>	Nombre:					
e. Oficina de Información Turística	<input type="checkbox"/>	Nombre:					
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa)	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
g. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones:							

11.3. Asociación con otros Atractivos (mínimo 4)					SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>	
a. Nombre del atractivo	b. Distancia (km)	c. Tiempo (h/m aprox.)	d. Coordenadas Geográficas								
			1. Latitud (grados decimales)	2. Longitud (grados decimales)							
ANTIGUA CÁRCEL MUNICIPAL	2,2 KM	0:07:00	- 02.1835284	-79.8794353							
Observaciones:											
12. TIPO DE VISITANTE Y AFLUENCIA (M)					SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>	
12.1 Afluencia (M)		12.2 Tipo (U)		12.3 Frecuencia (U)							
a. Local	0,5	a. Turista	0	b. Excursionista	0	a. Alta	0,5	b. Media	0	c. Baja	0
b. Nacional	0,6	a. Turista	0	b. Excursionista	0	a. Alta	0	b. Media	0,6	c. Baja	0
c. Extranjera	0,2	a. Turista	0	b. Excursionista	0	a. Alta	0	b. Media	0	c. Baja	0,2
Observaciones:											
13. RECURSO HUMANO					SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>	
13.1. Personal especializado en turismo (u):					SI	0	No	<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique:		
13.2. Nivel de instrucción (u)											
Primaria <input type="checkbox"/> Secundaria <input type="checkbox"/> Tercer Nivel <input type="checkbox"/> Cuarto Nivel <input type="checkbox"/> Otro <input type="checkbox"/> Especifique:											
13.3 Manejo de Idiomas (M)											
a. Inglés <input type="checkbox"/> b. Alemán <input type="checkbox"/> c. Francés <input type="checkbox"/> d. Italiano <input type="checkbox"/> e. Chino <input type="checkbox"/> f. Otro <input checked="" type="checkbox"/>											
Observaciones: NO CUENTA CON PERSONAL ESPECIALIZADO EN TURISMO, CONTRATAN GUÍAS DE FORMA EXTERNA EN CASO SE LO REQUIERA											
14. DESCRIPCION DEL ATRACTIVO					SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>	
ESTE CAMPOSANTO ES UN CONJUNTO ARQUITECTÓNICO, QUE TIENE IMPONENTES MAUSOLEOS Y ALTARES, DE DIVERSOS DISEÑOS Y FORMAS GEOMÉTRICAS, QUE INCLUYEN COLUMNAS, ARCOS, ESTATUAS, LÁPIDAS EN MÁRMOL; ES UN LUGAR DE DESCANSO DE HUMILDES E ILUSTRES PERSONAJES QUE LIDERARON LOS DESTINOS DE NUESTRO PAÍS, COMO LOS DEL PATRIOTA JOSÉ JOAQUÍN DE OLMEDO, LOS EX PRESIDENTES DE LA REPÚBLICA, VICENTE ROCAFUERTE, DIEGO NOBOA Y ARTETA, EMILIO ESTRADA CARMONA, ALFREDO BAQUERIZO MORENO, CARLOS JULIO AROSEMENA TOLA, JAIME ROLDÓS AGUILERA, DE ARTISTAS QUE NOS REGOCIJARON CON SUS CÁNTICOS, VERSOS, PINTURAS Y MÁS. ASIMISMO, EXTRANJEROS QUE AMARON Y RESPETARON LOS COLORES DE NUESTRAS BANDERAS (Cementerio Patrimonial, 2018)..											

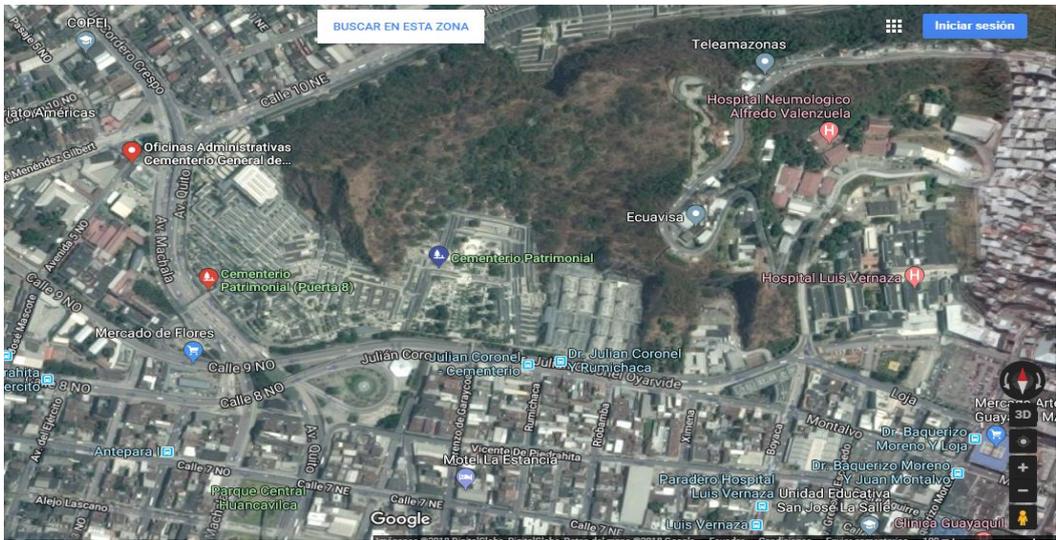
15. ANEXOS SI NO S/I

a. Archivo Fotográfico (dos)



Fuente: [GUAYAQUIL ES MI DESTINO 2018](#)

c. Ubicación gráfica del Atractivo



Fuente: [GOOGLE EARTH](#)

FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)

ELABORADO POR:		VALIDADO POR:		APROBADO POR:	
Apellido y Nombre	FRANKLIN PINEDA	Apellido y Nombre		Apellido y Nombre	
Institución	UCSG	Institución		Institución	
Cargo	ESTUDIANTE	Cargo		Cargo	
Correo Electrónico	franklin_p1596@hotmail.com	Correo Electrónico		Correo Electrónico	
Teléfono	221292	Teléfono		Teléfono	
Firma		Firma		Firma	
Fecha	31/05/2018	Fecha		Fecha	

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Nosotros, **Cevallos Montaña Rosa Antonella**, con C.C: # **0930649678** y **Pineda Álvarez Franklin Andrés**, con C.C: # **0930663521** autores del trabajo de titulación: **Propuesta de segmentación y uso de atractivos *dark* para la diversificación de la oferta turística de Guayaquil** previo a la obtención del título de **INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, a los 11 días del mes de septiembre del año 2018

Nombre: **Cevallos Montaña Rosa Antonella**

C.C: **0930649678**

Nombre: **Pineda Álvarez Franklin Andrés**

C.C: **0930663521**



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TEMA Y SUBTEMA:	Propuesta de segmentación y uso de atractivos dark para la diversificación de la oferta turística de Guayaquil		
AUTOR(ES)	Cevallos Montaña Rosa Antonella, Pineda Álvarez Franklin Andrés		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	Lcda. Aline Gutiérrez Northía, Mgs.		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Facultad de Especialidades Empresariales		
CARRERA:	Carrera de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras		
TITULO OBTENIDO:	Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	11 de septiembre de 2018	No. DE PÁGINAS:	160
ÁREAS TEMÁTICAS:	Inclusión de atractivos poco convencionales para diversificación de oferta turística		
PALABRAS CLAVE/ KEYWORDS:	Propuesta, Guayaquil, turismo dark, oferta, operar, tours/Proposal, Guayaquil, dark tourism, offer, operate, tours.		

RESUMEN/ABSTRACT (150-250 palabras): El presente trabajo presenta una propuesta para incorporar atractivos turísticos de la ciudad de Guayaquil que se catalogan dentro del tipo *dark* a la oferta actual de la ciudad con el propósito de diversificarla. Se procede a identificar siete lugares que califican como atractivos bajo la conceptualización *dark*, se levanta información de dichos sitios con ayuda de la ficha de inventario de atractivos turísticos, además se realizan entrevistas a las entidades públicas y privadas a cargo de los mismos, para conocer su estado actual. Posteriormente se hace una encuesta al mercado, que arroja como resultado el interés que tienen las personas por visitar estos nuevos atractivos y se realiza entrevistas a los operadores turísticos, los cuales se encuentran interesados en operar estos sitios, mientras no exista problemas con los permisos de operación y se garantice la seguridad en dichos lugares. Se genera una propuesta para la inclusión de estos nuevos atractivos a la oferta turística actual, mediante tours que realizan actualmente los operadores y la creación de una nueva ruta, considerando la implementación de señalética turística y promoción de estos lugares.

ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: 0987212397 /0939746215	E-mail: antonellacevallosm@hotmail.com /franklin_p1596@hotmail.com
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE):	Nombre: Salazar Raymond María Belén	
	Teléfono: +593-4-2206950 ext. 5049	
	E-mail: maria.salazar02@cu.ucsg.edu.ec	

SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA

Nº. DE REGISTRO (en base a datos):	
Nº. DE CLASIFICACIÓN:	
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):	