

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL

Facultad de Ciencia Sociales y Humanísticas

Diseño de la Ruta Turística del Fuego para promover la visita al Museo del Bombero Ecuatoriano "Crnl. Félix Luque Plata" de la ciudad de Guayaquil

PROYECTO INTEGRADOR

Previo la obtención del Título de:

Nombre de la titulación

Licenciado en turismo

Presentado por:

Génesis Lissette Bósquez Velásquez

Bravo Cortez Jose Luis

GUAYAQUIL - ECUADOR

Año: 2019

DEDICATORIA

Como hijos, amigos, compañeros y estudiantes, dedicamos este proyecto principalmente a Dios por darnos la vida y la fuerza interna para seguir adelante cada día, a nuestros padres, por ser quienes con su apoyo, amor, esfuerzo y dedicación nos han ayudado a crecer, dándonos consejos y guiándonos a ser mejores cada día, a nuestros compañeros, amigos y conocidos quienes nunca dudaron en nosotros, y siempre estuvieron brindándonos palabras de aliento para que no decayéramos en nuestra lucha por alcanzar nuestro objetivo principal de graduarnos, al Benemérito cuerpo de bomberos de Guayaquil, institución que desde un inicio mostro interés en nuestro tema de proyecto integrador brindándonos el apoyo necesario para completar este arduo trabajo con el éxito que se merece, y por ultimo pero no menos importante, a nuestra querida institución educativa y nuestros docentes quienes con su ayuda nos han guiado y enseñado el significado de un aprendizaje basado en la ética, profesional y personal, con sus conocimientos aprendimos todo lo necesario para desenvolvernos bien en nuestro futuro ámbito laboral y recordándonos siempre que en la vida hay muchos obstáculos que debemos afrontar y derribar.

AGRADECIMIENTOS

El presente proyecto lo dedicamos principalmente a Dios por ser la fuerza, la inspiración y el ser quien nos ha dado la oportunidad de vivir. A nuestros padres, porque han sido los pilares fundamentales en nuestro crecimiento tanto personal como académico, que con sus sacrificios y amor han hecho de nosotros unas personas mejores; y por último a todas las personas que con su apoyo han hecho de este trabajo una realidad en especial a todos aquellos que nos dieron la oportunidad de formar parte de sus aprendices y de formarnos como seres humanos brindándonos sus conocimientos.

DECLARACIÓN EXPRESA

“Los derechos de titularidad y explotación, nos corresponde conforme al reglamento de propiedad intelectual de la institución; *Génesis Lissette Bósquez Velásquez* y *Bravo Cortez Jose Luis* damos nuestro consentimiento para que la ESPOL realice la comunicación pública de la obra por cualquier medio con el fin de promover la consulta, difusión y uso público de la producción intelectual”

Génesis Lissette
Bósquez

Bravo Cortez
Jose Luis

EVALUADORES

Martin Moreno Olga Cristina
PROFESOR DE LA MATERIA

Calle Lituma Numa Sebastián
PROFESOR TUTOR

RESUMEN

Este proyecto pretende dar una visión diferente de la historia de la ciudad, partiendo de los acontecimientos, como los flagelos suscitados en los caseríos en los siglos pasados en donde los bomberos intervenían en respuesta a brindar ayuda a sus habitantes.

Este proyecto presenta la estructura de diferentes etapas de desarrollo, iniciando desde el levantamiento de información bibliográfica, revisión del marco conceptual y ejecución de investigación de mercado, para lo cual se aplicó un diseño de investigación exploratoria en los que participaron 385 encuestados, aplicando un tipo de muestreo no probabilístico por conveniencia y de la realización de un grupo focal y entrevistas, dando como resultado final el diseño de la Ruta Turística del Fuego que muestra monumentos, dependencias bomberiles y elementos arquitectónicos existentes en la ciudad arraigando la identidad histórica de la ciudad por tener un nivel significativo para la sociedad en general. Concluyendo que la Ruta del Fuego podría llegar a ser un producto turístico competitivo para el el turismo de la ciudad.

Palabras clave: ruta turística, georreferenciación, bomberos, museo.

ABSTRACT

This project's goal is to provide a different perspective on the history of the city, starting from events such as the scourges raised in the hamlets during the past centuries, where firefighters intervened in response to providing aid to its inhabitants.

This project presents the structure of different stages of development, starting from the collection of bibliographic information, the review of the conceptual framework and execution of market research, for which and investigation design of 385 survey respondents was implemented, applying a non-probabilistic sampling for convenience and the realization of a focus group and interviews, giving as a final result the design of the Touristic Route of the Fire that shows monuments, firefighting units and architectural elements existing in the city, rooted to the historical identity of the city for its significance in the society in general.

In conclusion, the Route of Fire could become a competitive touristic product for the city's tourism.

Keywords: tourist route, georeferencing, firefighters, museum.

ÍNDICE GENERAL

EVALUADORES	5
RESUMEN	I
ABSTRACT	II
ÍNDICE GENERAL	III
ABREVIATURAS.....	VII
ÍNDICE DE FIGURAS	VIII
ÍNDICE DE TABLAS	IX
ÍNDICE DE GRÁFICOS	X
ÍNDICE DE ANEXOS	XI
CAPITULO 1	1
1.1. Introducción	1
1.2. Problemática	1
1.3. Justificación	2
1.4. Objetivos	3
1.4.1. Objetivo General	3
1.4.2. Objetivos específicos.....	3
1.5. Marco teórico	3
1.6. Análisis situacional.....	6
1.6.1. Antecedentes de la empresa.....	6
1.6.1.1. Origen e historia.....	6
1.6.2. Filosofía empresarial	7
1.6.2.1. Misión.....	7
1.6.2.2. Visión	7
1.6.2.3. Cartera de productos	7

1.6.3.	Análisis actual de la empresa	7
1.6.3.1.	Descripción de la competencia	7
1.6.3.2.	Descripción de clientes	8
1.6.3.3.	Descripción de los proveedores	8
1.6.3.4.	Análisis FODA.....	8
CAPITULO 2	11
2.	INVESTIGACIÓN DE MERCADO	11
2.1.	Definición de problema	11
2.1.1.	Problema de decisión gerencial	11
2.1.2.	Problema de investigación de mercado.....	11
2.2.	Componentes de la investigación de mercado	11
2.2.1.	Objetivos de investigación.....	11
2.2.2.	Preguntas de investigación	12
2.2.3.	Hipótesis de investigación	12
2.3.	Diseño de la investigación	13
2.3.1.	Investigación exploratoria.....	13
2.3.1.1.	Entrevistas a expertos.....	14
2.3.1.2.	Grupo focal	14
2.3.2.	Investigación concluyente	15
2.3.2.1.	Encuestas	15
2.4.	Población y Muestreo	15
2.4.1.	Población.....	15
2.4.2.	Marco muestral.....	16
2.4.3.	Muestra	16
2.4.4.	Metodología de aplicación de muestreo	16
2.4.4.1.	Cálculo de la muestra	16
2.5.	Resultados y análisis de datos.....	18

2.5.1.	Análisis de datos entrevistas	18
2.5.2.	Análisis de datos grupo focal.....	19
2.5.3.	Análisis de datos encuestas	19
2.5.4.	Resultado de la investigación de mercados	20
CAPITULO 3		21
3.	Aspectos generales de la ruta.....	21
3.1.	Análisis situacional.....	21
3.1.1.	Caracterización de la comunidad.	21
3.1.2.	Caracterización de la demanda.....	22
3.1.3.	Análisis de competitividad	22
3.2.	Análisis turístico	25
3.2.1.	Caracterización de los atractivos turísticos	25
3.2.2.	Determinación del espacio turístico.....	26
3.2.3.	Tipología de ruta	27
3.2.4.	Análisis de involucrados	27
3.3.	Estudio técnico.....	29
3.3.1.	Estructura de componentes.....	29
3.3.1.1.	Atractivos considerados para la ruta	29
3.3.1.2.	Prestadores de servicios turísticos en la ruta.....	31
3.3.1.3.	Alojamiento y alimentación	31
3.3.1.4.	Transportación	32
3.3.1.5.	Accesibilidad y conectividad	32
3.3.1.6.	Aeropuertos y Terminales de transporte terrestre.....	32
3.3.2.	Georreferenciación.....	33
3.3.2.1.	Coordenadas de atractivos	33
3.3.2.2.	Mapa de la Ruta del fuego	33
3.4.	Estrategias de marketing	35

3.4.1. Estrategias de producto.....	35
3.4.2. Estrategias de promoción.....	37
CAPÍTULO 4	40
4. Estudio financiero.....	40
4.1. Estructura de Presupuesto Ruta del Fuego	40
4.2. Plan de Financiamiento	44
Conclusiones.....	45
Recomendaciones.....	46
BIBLIOGRAFÍA	47
ANEXOS	49

ABREVIATURAS

BCBG	Benemérito Cuerpo de Bombero de Guayaquil
MBE	Museo del Bombero Ecuatoriano
ICOMOS	Consejo Internacional de Monumentos y Sitios
OMT	Organización Mundial de Turismo
INPC	Instituto Nacional de Patrimonio Cultural
QGIS	Sistema de Información Geográfica libre y de Código Abierto
MINTUR	Ministerio de turismo
UNESCO	Organización de Las Naciones Unidas Para La Educación Ciencia Y La Cultura
INEC	Instituto Nacional De Estadísticas Y Censo
SPSS	Statistical Package for the Social Sciences

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 2. 1 Clasificación de los diseños de investigación. [Fuente: Malhotra].....	13
Figura 2. 2 Cálculo de la muestra. [Fuente: Raosoft]	17
Figura 3. 1 Teoría del espacio Turístico [Fuente: Boullon, adaptación propia].....	27
Figura 3. 2 Lista de actores involucrados. [Fuente: Elaboración propia]	28
<i>Figura 3. 3 Mapa de la Ruta del Fuego [Fuente: QGIS].....</i>	<i>34</i>
Figura 3. 4 Acercamiento de la Ruta del Fuego [Fuente: QGIS]	35
Figura 3. 5 Propuesta del logo “Ruta del Fuego” [Fuente: Photoshop, elaboración propia]	36
Figura 3. 6 Souvenirs propuestos. [Fuente: Photoshop, elaboración propia]	37
Figura 3. 7 Flyer propuesto para promoción de la ruta [Fuente: Crello.com, elaboración propia].....	39

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.1: Matriz FODA. [Fuente: Elaboración propia].....	8
Tabla 2.1 Objetivos de la investigación. [Fuente: Elaboración propia]	12
Tabla 2. 2 Preguntas de investigación. [Fuente: Elaboración propia].....	12
Tabla 2. 3 Hipótesis de la Investigación. [Fuente: Elaboración propia]	12
Tabla 2. 4 Listado de entrevistas a expertos. [Fuente: Elaboración propia]	14
Tabla 2. 5 Datos para calcular la muestra. [Fuente: Elaboración propia]	16
Tabla 2. 6 Guía de preguntas para el grupo focal. [Fuente: Elaboración propia]	52
Tabla 2. 7 Tabla de contingencia Sistema de reserva-Metodología de reserva. [Fuente: elaborado en SPSS].....	64
Tabla 2. 8 Característica relevante guía turístico. [Fuente: Elaborado en SPSS]	70
Tabla 2. 9 Medios de información. [Fuente: Elaborado en SPSS].....	71
Tabla 3. 1 Resultados de Fichas de caracterización y jerarquización de atractivos. [Fuente: Elaboración propia]	26
Tabla 3. 2 Matriz análisis de involucrados. [Fuente: Elaboración propia].....	28
Tabla 3. 3 Atractivos considerados para la ruta. [Fuente: Elaboración propia].....	29
Tabla 3. 4 Tabla de coordenadas geográficas. Fuente: Elaboración propia]	33
Tabla 4. 1 Elementos que conforman el plan presupuestario. [Fuente: Elaboración propia]	41
Tabla 4. 2 Presupuesto anual de ejecución de proyecto. [Fuente: Elaboración propia]	41
Tabla 4. 3 Total presupuesto anual. [Fuente: Elaboración propia]	42
Tabla 4. 4 Depreciación acelerada de activo. [Fuente: Elaboración propia].....	43
Tabla 4. 5 Detalle de cotos y gastos. [Fuente: Elaboración propia].....	44

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 2. 1 Sexo-Frecuencia optima- Duración. [Fuente: elaborado en SPSS]	63
Gráfico 2. 2 Sexo-Frecuencia óptima-Duración. [Fuente: elaborado en SPSS]	63
Gráfico 2. 3 Variables Sistema de reserva-Tipo de reserva [Fuente: elaborado en SPSS].....	65
Gráfico 2. 4 Recorrido por los principales edificios arquitectónicos del BCBG. [Fuente: elaborado en SPSS].....	66
Gráfico 2. 5 Visita al monumento del bombero. [Fuente: Elaborado en SPSS].....	66
Gráfico 2. 6 Visitar principales hitos consumidos por el gran incendio de 1896. [Fuente: Elaborado en SPSS]	67
Gráfico 2. 7 Visita al Museo del Bombero Ecuatoriano "Crnl. Félix Luque Plata". [Fuente: SPSS].....	67
Gráfico 2. 8 Ejercicio de agua. [Fuente: elaborado en SPSS].....	68
Gráfico 2. 9 Muestras fotográficas para acompañar el recorrido. [Fuente: SPSS].....	68

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Formulario de Preguntas a expertos: Guía del Museo del bombero ecuatoriano y personal rentado bombero Silfredo Castro	50
Anexo 2 Formulario de grupo focal	52
Anexo 3 Formulario de encuestas.....	53
Anexo 4 Resultados de entrevista a guía del MBE	57
Anexo 5 Resultados de entrevista al bombero Silfredo Castro	58
Anexo 6 Entrevista a MSc. Gabriel Castro	59
Anexo 7 Resultados del grupo focal.....	60
Anexo 8 Evidencias fotográficas de la entrevista a guía del MBE	61
Anexo 9 Evidencia fotográfica de entrevista a bombero rentado	61
Anexo 10 Evidencia fotográfica de entrevista M.Sc Gabriel Castro	62
Anexo 11 Evidencia fotográfica del grupo focal.....	62
Anexo 12 Resultados de datos de encuestas	63
Anexo 13 Resultados de datos de encuestas por objetivos	66
Anexo 14 Ficha de Caracterización de la Comunidad Guayaquil.....	72
Anexo 15 Ficha de caracterización de la demanda Museo del Bombero Ecuatoriano “Crnl. Félix Luque Plata”	77
Anexo 16 Ficha para el levantamiento y jerarquización de atractivo turístico - Monumento conmemorativo al bombero ecuatoriano	79
Anexo 17 Ficha para el levantamiento y jerarquización de atractivo turístico- Compañía de bomberos de indecencia N° 15	87
Anexo 18 Ficha para el levantamiento y jerarquización de atractivo turístico- Monumento a Vicente Rocafuerte	95
Anexo 19 Ficha para el levantamiento y jerarquización de atractivo turístico- Compañía salamandra N° 2	103
Anexo 20 Ficha para el levantamiento y jerarquización de atractivo turístico-Iglesia Santo Domingo.....	111
Anexo 21 Ficha para el levantamiento y jerarquización de atractivo turístico-Edificio de la Primera Jefatura del BCBG	119
Anexo 22 Ficha para el levantamiento y jerarquización de atractivo turístico-Museo del Bombero Ecuatoriano	127

Anexo 23 Ficha para el levantamiento y jerarquización de atractivo turístico- Gobernación del Guayas.....	135
Anexo 24 Diseño de Tótem Informativo para cada punto de la ruta.....	143

CAPITULO 1

1.1. Introducción

Guayaquil, una de las ciudades más conocidas del país, forjada por su cultura, su historia y su gente, es también conocida por sus grandes flagelos, pues la historia de esta ciudad es un compendio de hechos que se convierten en hitos de su historia, la cual está vinculada con el nacimiento de grandes instituciones que la resguardan como el Benemérito Cuerpo de Bomberos de Guayaquil (BCBG).

Por eso, es importante que los guayaquileños conozcan su historia y de cómo se formó lo que hoy en día es su identidad cultural a través de los organismos que han formado parte de ella como la historia de los bomberos, su valor y heroísmo que los condujeron en las largas y devastadoras batallas contra el fuego, salvando vidas e indirectamente protegiendo lo que en un futuro se convertiría en un valor cultural y patrimonial para la ciudad y a su vez formando parte del desarrollo del turismo atrayendo así la atención de turistas.

1.2. Problemática

A partir de los principales acontecimientos del pasado que se originaron en la urbe porteña relacionados con intensos incendios, invasiones, ataques piratas y aquel gran incendio de 1896 que destruyó casi la mitad de la población, fue motivo principal para que se mocionara a que el material utilizado en las edificaciones cambiara. Todo lo dicho, inspiró a las autoridades competentes que se creara el Museo del Bombero Ecuatoriano (MBE) “Crnl. Félix Luque Plata” y recogiera todos los elementos que evocara a reconocer la importancia de la actividad que ha cumplido el bombero en la historia.

No obstante, se ha observado la ausencia de una ruta turística temática que muestre la historia de los incendios, arquitectura y monumentos de los bomberos de la ciudad de Guayaquil. En vista de que los atractivos existentes correspondientes al legado de los legionarios de la casaca roja¹, se encuentran de maneras

¹ Denominación que se le otorga a los miembros de la BCBG

independientes y no conectadas entre sí en un recorrido específico, se pretende crear una ruta turística mostrando lugares que se consideran valiosos para la urbe porteña por ser parte relevante de la historia.

Por tal razón, el presente estudio tiene como propuesta el diseño de una ruta turística temática denominada la Ruta del Fuego, que promueva los atractivos de la casaca roja y de manera especial aumentar la visita de turistas al Museo del Bombero Ecuatoriano “Crnl. Félix Luque Plata”. La finalidad de este proyecto es dar a conocer una reseña de la historia de la institución, recorriendo ciertos puntos de interés y edificaciones importantes que tiene relación con los flagelos que han hecho historia en la ciudad.

Además, se pretende que esta ruta incluya las edificaciones más afectadas por los siniestros antes mencionados, principales estaciones de bomberos, estatuas y el actual MBE; y que a su vez tengan una interpretación a cargo de un guía designado quien se encargará de hacer énfasis en los hechos históricos de estos lugares.

1.3. Justificación

La historia de Guayaquil ha estado ligada a los bomberos desde los inicios de su fundación, puesto que sufrió grandes incendios e invasión de piratas y demás acontecimientos que han formado parte de su historia.

Ante lo dicho, la ruta que se propone nace de la necesidad de dar una mirada al pasado y conocer la historia de la ciudad y su resurgimiento tras los grandes incendios ocurridos en el llamado “Guayaquil antiguo”, cuando las viviendas eran de fácil combustión por estar construidas con materiales como caña, madera y bijao. Así mismo, enfatizar la permanencia de los edificios patrimoniales y a su vez dar a conocer el trabajo de los miembros de la casaca roja.

La característica principal del diseño de esta ruta radica en el enlace de puntos de interés histórico y cultural que se han ido suscitando a lo largo de los años. Sin embargo, es necesario mencionar que en Guayaquil existen 4 rutas turísticas temáticas denominadas a) Ruta de la Fe; b) Ruta de la Independencia; c) Ruta del Cacao y d) Ruta del Aviturismo, que han sido propuestas y promocionadas por medio de estrategias de marketing de la Empresa Pública Municipal de Turismo, Promoción

Cívica y Relaciones Internacionales de Guayaquil para el disfrute de las familias ecuatorianas y extranjeras que visitan dichas rutas.

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo General

Diseñar una ruta turística temática que permita el conocimiento de la historia de la ciudad con la ayuda del BCBG a través del uso de sus dependencias, fomentando y captando la llegada de visitantes.

1.4.2. Objetivos específicos

1. Realizar un Inventario de atractivos mediante el manual de diagnóstico turístico, georreferenciando los componentes turísticos de la ruta
2. Determinar el grado de competitividad de la ruta del fuego
3. Determinar la viabilidad económica y financiera de la ejecución del proyecto.

1.5. Marco teórico

Para llegar a la conceptualización de este proyecto se realizó investigación con fuentes documentales secundarias que permitieron tener un mayor conocimiento del tema de estudio. Es relevante conocer ciertos términos sobre los que se va a trabajar en este proyecto.

En la actualidad se está haciendo mención del término ruta turística en el que los productos turísticos de un destino están siendo agrupados en un recorrido y es así como le dan paso al término ruta. Mencionan así que una ruta puede ser un camino, un recorrido o un itinerario destacando sus atractivos para la operación turística. Este se puede reconocer por su característica de mostrar la naturaleza y su entorno o por tener acceso a un patrimonio cultural o histórico de algún lugar de relevancia (Girini, Manzini, & Vicchi, 2016). De igual forma, es la unión de recursos tangibles o intangibles, de valores simbólicos que identifiquen a una cultura por su tradición o patrimonio.

Si bien es cierto, el turismo nació como un fenómeno social para el siglo XX donde las personas con mayor poder adquisitivo se podían dar el lujo de tener unas vacaciones pagadas. Los padres del turismo afirman que es “El conjunto de las relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su

lugar de domicilio, en tanto que dichos desplazamientos y permanencia no estén motivados por actividades lucrativas” (Krapf & Hunziker, 1942). Así definimos, que el turismo es la actividad económica que se genera en un lugar, siempre y cuando se la realice de manera organizada. De igual manera, es un hecho social y cultural irreversible que tiene un gran dominio en el ámbito de los monumentos y sitios de interés histórico donde se le puede dar su respectiva importancia y factores que mejore la actividad económica en una comunidad.

De igual manera, la convección sobre la protección del patrimonio mundial, cultural y natural, Unesco (1972) considera como patrimonio cultural a los monumentos, que consta de obras arquitectónicas escultura o pinturas, a los conjuntos que están conformados por grupos de construcciones y a lugares como obras del hombre que permitan tener una visión universal de la historia del arte y de la ciencia. Así mismo menciona que cada país miembro parte de la convección tiene la obligación de identificar, proteger, conservar, rehabilitar y transmitir de generación a generación el patrimonio que se encuentre en su territorio ya sea con recursos propios o que cuente con ayuda internacional para beneficiarse en tenas económico para la conservación del bien tangible o intangible.

Según la definición expresada en la Carta sobre el turismo cultural adaptada por ICOMOS² (1999) por el consejo internacional de monumentos y sitios menciona que es un recurso material y espiritual que permite el desarrollo histórico y el público pueda ver la modernidad experimentando y teniendo acceso físico, intelectual y emotivo del patrimonio. Así mismo, se expone que los visitantes deberían tener acceso a los patrimonios proporcionándoles información y que puedan experimentar su visita de modo tranquilo y a su ritmo, si es necesario itinerarios que complemente su visita como también rutas de circulación que minimicen el impacto que se puede presentar en un sitio patrimonial, de tal modo que se conserve el patrimonio para el disfrute de las futuras generaciones.

El patrimonio cultural debería contar con programas de promoción turística destacando las características del patrimonio brindando información fiable sobre la cultura y características patrimoniales del lugar.

² *International Council on Monuments and Sites* , Carta sobre turismo cultural Adoptada por ICOMOS en la 12ª Asamblea General en México

De igual importancia es necesario conocer que los atractivos turísticos son la principal y única razón por la que existen los destinos turísticos, Según la OMT, un recurso turístico es todo elemento capaz de generar desplazamientos turísticos. Para la investigadora Carmen Altés Machín, los recursos y atractivos turísticos son la base sobre la que se desarrolla la actividad turística.

Así mismo Navarro (2015) en una publicación para la Universidad de Murcia, manifiesta que el término atractivo turístico es posible un anglicismo de la palabra Tourist attraction que para la Universidad de (Cambridge, s.f.) “A place that people visit for pleasure and interest, usually while they are on holiday” se puede interpretar que para ellos, esta definición está enfocada en la visita de un lugar que la gente se relaja y por lo general es de interés usualmente en las vacaciones, es decir un atractivo turístico que potencialmente se disfruta en festividades o periodos vacaciones. Además, el mismo autor antes mencionado manifiesta que un atractivo turístico es un importante componente del producto turístico de un destino y que además genera que el turista determine la selección de un destino hasta su punto final de visita, permitiendo que la planta turística opere en un determinado destino. De igual manera, la (OMT) sostiene que los elementos naturales o culturales puestos en conjuntos con recurso turístico pueden lograr el desplazamiento de turistas a un destino turístico, manifestando que no se puede hablar de atractivos turísticos sin que se tenga un recursos turísticos; es decir, un bien que motive el desplazarse a las personas con la idea de suplir la necesidad de conocer el atractivo del destino.

Por otra parte, el termino arquitectura patrimonial se hace presente en la ciudad de Guayaquil pues se ha cumplido con un desarrollo urbano marcado por fracciones, por el amplio número de situación en las que se ha visto envuelto a lo largo de su historia. Acontecimientos como los grandes incendios que marcaron un antes y un después de lo que conocimos como el Guayaquil “antiguo” y el Guayaquil “moderno” llamado vagamente de esa manera.

El progreso y desarrollo de una población no debe ser ajena a los datos de su pasado, estos deben estar en armoniosa sincronía, es decir, debe existir un vínculo entre modernidad y el pasado. Prueba de esta es la conexión de evidencias y rasgos de elementos, históricos, culturales, patrimoniales y arquitectónicos.

Por su parte, López, (como se cita en Tisalema , Sancez , Sotomayor, & Piñeira, 2017) manifiesta que “se considera patrimonio arquitectónico a aquellas estructuras, ya sean

monumentos, edificaciones o complejos, que son importante por ser contenedoras de bagaje histórico, cultural y de identidad de una comunidad, sector o ciudad.”

1.6. Análisis situacional

1.6.1. Antecedentes de la empresa

1.6.1.1. Origen e historia

El BCBG creado hace ya 183 años aproximadamente, es una institución creada por la necesidad de salvaguardar la ciudad de Guayaquil que por su historia se conoce que la valentía y el deseo de controlar los grandes flagelos que se dieron cita en la Perla del Pacífico, los guayaquileños de esa época hicieron frente en varias ocasiones. Estas acciones que dieron origen a la formación de la institución que el día de hoy cuenta con aproximadamente 62 dependencias a lo largo de todas las parroquias de la ciudad.

“Esta entidad dio inicio a sus actividades desde la época de la conquista. Inicialmente se denominaron los “apaga fuego” y era integrado por personas voluntarias que tenían como fin combatir los tantos incendios que afectaban a la comunidad” señala, parte de la reseña histórica de la institución en su página oficial (Benemérito Cuerpo de Bomberos de Guayaquil, s.f.)

No obstante, la desesperada necesidad de la población ante aquellas situaciones, demandaban la creación de una verdadera institución bomberil que estuviera dotada de todas las herramientas y conocimientos necesarios para hacerles frente a aquellos flagelos constantes por los que la ciudad pasaba, es así que, en la administración del entonces Presidente Vicente Rocafuerte, se crea el Cuerpo de Bomberos de Guayaquil, el 10 de octubre de 1835. A partir de esa fecha, y al reconocer la ardua y honorable labor los integrantes de esta institución, se crea años más tarde en 1926, oficialmente El Día del Bombero, para celebrarse el 10 de octubre de cada año con el fin de rescatar la importancia de estos singulares héroes. Años más tarde el Honorable Consejo Nacional le otorgo el título de Benemérito por su entrega y labor de forma desinteresada hacia la comunidad.

1.6.2. Filosofía empresarial

1.6.2.1. Misión

Brindar una respuesta efectiva, eficiente y oportuna ante emergencias y siniestros que pongan en peligro a la ciudadanía guayaquileña, generando a su vez, una cultura de prevención en la sociedad. (Benemerito Cuerpo de Bomberos de Guayaquil)

1.6.2.2. Visión

Ser reconocidos como una entidad de referencia nacional e internacional en términos de atención inmediata, eficaz y eficiente de emergencias, proponiendo, promoviendo y utilizando modernas prácticas para la disminución y prevención de riesgos. (Benemerito Cuerpo de Bomberos de Guayaquil)

1.6.2.3. Cartera de productos

El BCBG en la actualidad cuenta con una cartera de productos basada en sus área operativa misma que está distribuida en 6 brigadas y 6 divisiones que trabajan en 17 cuarteles y 61 compañías distribuidas en toda la ciudad, listas y preparadas para brindar el mejor servicio a la ciudadanía, además de esta distribución, el BCBG cuenta con un museo propio, cuyo objetivo es brindar a la ciudadanía una visión de la historia de esta institución, la evolución de la misma, el vínculo que tiene con la historia y desarrollo de la ciudad a través de los tiempos y la importancia que tiene para la Perla del Pacífico.

1.6.3. Análisis actual de la empresa

1.6.3.1. Descripción de la competencia

El cuerpo de bomberos al ser una entidad con dominio público no cuenta con competencia alguna. Si bien es cierto, el BCBG cuenta con un producto turístico que es el MBE este sí tendría competencia directa con los museos de historia y de cultura que se encuentran alrededor de la urbe porteña por su ubicación estratégica en el centro de la ciudad. Tales como el Museo Municipal de Guayaquil, el Museo Antropológico y de Arte Contemporánea, Museo Nahim Isaías entre otros.

1.6.3.2. Descripción de clientes

Los clientes que posee la institución son los usuarios que se acercan a las oficinas del Edificio Técnico Bomberil ubicado en Baquerizo Moreno #1109 entre Francisco de P. Ycaza y av. 9 de octubre que permite que los usuarios obtengan los permisos para el correcto funcionamiento de las empresas. Así mismo, cuenta con visitantes que acuden al MBE ³para realizar el recorrido dentro de las instalaciones y este no tiene costo alguno. De manera general, las personas que visitan las instalaciones del museo son visitantes locales, especialmente las instituciones educativas que llegan este lugar como parte de su aprendizaje académico.

1.6.3.3. Descripción de los proveedores

Los proveedores directo de la entidad son los recursos obtenidos por el cobro de los permisos de funcionamiento, recaudación de la tasa de bomberos denominada “recaudación por terceros” en las planillas de servicios básicos. Además de eso, todos los elementos, monumentos y maquinas encontradas en el interior del museo son donaciones realizadas por otras instituciones de la rama como el Cuerpos de Bomberos del Ecuador y de Latinoamérica.

1.6.3.4. Análisis FODA

Para un mejor diagnóstico del estado actual de la institución y de cómo esta podría hacer uso de los factores con los que cuenta, se elabora una matriz FODA con el fin de identificar aquellos factores que podrían brindar oportunidades de mejora y ayuda para este proyecto.

Tabla 1.1: Matriz FODA. [Fuente: Elaboración propia]

Fortalezas	Oportunidades
F1 Relación existente entre la institución bomberil y la historia de la ciudad.	O1 Posibilidad de desarrollar actividades que atraigan más turistas.
F2 Promueve el significado de la identidad del guayaquileño que admira el heroísmo y la valentía de sus miembros.	O2 Posibilidad de difundirse nacionalmente para promover el turismo interno.

³ Museo del Bombero Ecuatoriano

<p>F3 Cuenta con edificios declarados patrimoniales.</p> <p>F4 El BCBG considerado como el más antiguo de Latinoamérica.</p> <p>F5 Estatua conmemorativa por el Día Clásico del Bombero ecuatoriano que representa a un bombero en labor de rescate con una niña en sus brazos.</p> <p>F6 Actual uso de herramientas tecnológicas y promoción virtual, redes sociales y páginas informativas, que permiten mantener actualizadas la información de eventos a la comunidad.</p> <p>F7 Cuentan con una Academia de Bomberos para capacitar al personal.</p> <p>F8 Creación de un guion museológico que plantee un rediseño del Museo del BCBG (no ejecutado).</p> <p>F9 El MBE se puede encontrar la historia, elementos y máquinas de los bomberos de Guayaquil usadas en incendios.</p> <p>F10 Comentarios positivos de los turistas que visitan el MBE, a través de encuestas o libros de visita.</p> <p>F11 Existen actividades de recreación organizadas por el BCBG en todo el año.</p> <p>F12 Promueven campañas de seguridad contra incendios a los guayaquileños.</p>	<p>O3 Posibilidad de captar turistas extranjeros por el valor histórico de los Bomberos de la ciudad de Guayaquil, y por ser considerado uno de los cuerpos de bomberos más capacitados y completos de Latinoamérica.</p> <p>O4 Posibilidad de incrementar la actividad económica de la institución a través de un mayor desarrollo en el ámbito del turismo.</p> <p>O5 La mejora de la ciudad mediante la regeneración urbana ayuda al crecimiento de la ciudad.</p> <p>O6 Se puede aprovechar el ecosistema de manglar para realizar actividades de recolección de crustáceos de forma turística.</p>
<p>Debilidades</p>	<p>Amenazas</p>
<p>D1 Falta de promoción turística a nivel local, regional y nacional.</p> <p>D2 Falta de promoción de los atractivos o productos turísticos del BCBG.</p>	<p>A1 El MINTUR⁴ en la actualidad no promueve rutas, recorridos o visitas a atractivos de la ciudad de Guayaquil.</p>

⁴ Siglas del Ministerio de Turismo del Ecuador

<p>D3 Cuenta con pocos productos turísticos que se podrían ofrecer a los visitantes nacionales o internacionales por toda su historia y el valor entregado a su ciudad.</p> <p>D4 Ausencia de infraestructura para personas discapacitadas.</p> <p>D5 Falta de personas en el servicio turístico con dominio del idioma inglés. (En caso de recibir turistas extranjeros).</p> <p>D6 Falta de intervención del departamento de comunicación en promover sus productos para atraer visitantes.</p> <p>D7 No posee un bus o furgoneta que permita a los turistas hacer un recorrido por ciertas instalaciones.</p>	<p>A2 Falta de promoción turística en la ciudad de Guayaquil por parte del Gobierno central podría reducir la afluencia de turistas.</p> <p>A3 Crisis económica a nivel mundial y en el país.</p> <p>A4 Posibilidad de inundación en caso de incrementarse la marea por la cercanía al río guayas.</p> <p>A5 El MBE por su ubicación y cercanía al cerro Santa Ana es blanco fácil cuando los visitantes caminan por los exteriores del museo de ser víctimas de la delincuencia.</p> <p>A6 El invierno que afecta principalmente a la zona costera del país podría disminuir la visita a los lugares de interés.</p>
--	---

CAPITULO 2

2. INVESTIGACIÓN DE MERCADO

La investigación de mercados es un elemento fundamental para conocer el nivel de impacto y aceptación de cualquier proyecto en planificación, es por ello que se ha determinado la vital necesidad de la aplicación de este capítulo como parte de la elaboración de la Ruta del Fuego con el fin de aplicar herramientas y técnicas que ayuden en la construcción y estructura de este proyecto con criterios fundamentados en la realidad y la necesidad de la demanda actual.

2.1. Definición de problema

2.1.1. Problema de decisión gerencial

¿Sería factible implementar una ruta turística para incrementar las visitas en el museo del bombero ecuatoriano?

2.1.2. Problema de investigación de mercado

Determinar cuáles son los factores que afectan al decrecimiento de visitas en el museo del bombero ecuatoriano.

2.2. Componentes de la investigación de mercado

2.2.1. Objetivos de investigación

A continuación, se presentan las tablas de objetivos, preguntas de investigación e hipótesis que tiene como meta la aplicación de esta investigación de mercado.

Tabla 2.1 Objetivos de la investigación. [Fuente: Elaboración propia]

Código	Objetivo
O1	Identificar si la falta de nuevos productos turísticos con dirección a un público específico afecta a las visitas en el MBE.
O2	Identificar las cualidades que los visitantes desean apreciar en un guía turístico al prestar su servicio.
O3	Identificar los principales medios de información que utilizan los visitantes para la obtención de información acerca de productos turísticos.

2.2.2. Preguntas de investigación

Tabla 2. 2 Preguntas de investigación. [Fuente: Elaboración propia]

Código	Preguntas de investigación
P1	¿Es posible que la falta de nuevos productos turísticos direccionado a un público específico afecte a la disminución de visitas en el MBE?
P2	¿Qué cualidades desean apreciar los visitantes en un guía turístico?
P3	¿Qué medios de información son usados con mayor frecuencia por los visitantes para la obtención de información de productos turísticos?

2.2.3. Hipótesis de investigación

Tabla 2. 3 Hipótesis de la Investigación. [Fuente: Elaboración propia]

Código	Hipótesis de investigación
H1	Ho: La falta de nuevos productos turísticos afecta la llegada de visitantes al MBE
	Ha: La falta de nuevos productos turísticos no afecta la llegada de visitantes al MBE.
H2	Ho: La ausencia de cualidades en un guía afecta en el incremento de visitas.
	Ha: La ausencia de cualidades en un guía no afecta en el incremento de visitas.
H3	Ho: Los medios de información no permiten que el visitante conozca acerca de productos turísticos.
	Ha: Los medios de información permiten que el visitante conozca acerca de productos turísticos.

2.3. Diseño de la investigación

Después de realizar el enfoque del problema tanto gerencial como el de investigación de mercados se procede a desarrollar el diseño de investigación que como Malhotra (2008) señala en su escrito, que la investigación de mercados se clasifica en dos grandes grupos, como lo muestra a continuación.

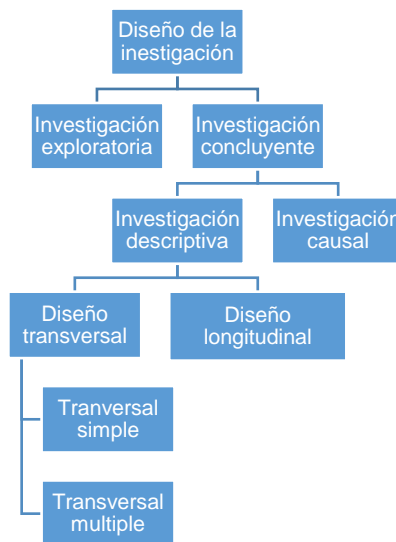


Figura 2. 1 Clasificación de los diseños de investigación. [Fuente: Malhotra]

Por lo cual, para el diseño de investigación de este proyecto, se seleccionó tanto la investigación exploratoria como la concluyente ya que ambas se ajustan a la metodología planteada.

2.3.1. Investigación exploratoria

La investigación exploratoria permite examinar un problema o situación que vincule directamente a la empresa a investigar, el análisis de los datos es cualitativo. Esta nos ayuda a conocer la comprensión del proyecto cuando en su etapa inicial se tenía un conocimiento superficial para poder avanzar con el proyecto.

2.3.1.1. Entrevistas a expertos

Las entrevistas se realizaron a expertos en el tema, esta nos permite tener un conocimiento general de ciertos criterios que más adelante serán corroborados con la investigación concluyente. La técnica utilizada para realizar en la entrevista a expertos fue estructurada con un cuestionario de preguntas y además por medio de preguntas que fluían según se transcurría la conversación y así seguir recolectando información para la investigación. Los entrevistados tenían conocimiento sobre el problema gerencial antes de iniciar con la entrevista. (Ver formulario de preguntas en Anexo 1)

Tabla 2. 4 Listado de entrevistas a expertos. [Fuente: Elaboración propia]

A continuación, se muestra el listado de expertos seleccionados para la aplicación de encuestas.

N.º	Cargo desempeñado	Nombre	Perfil
1	Guía del Museo del Bombero Ecuatoriano	Lic. Jacqueline Samaniego	Actual guía oficial del museo del bombero ecuatoriano y experta en conocimientos relacionados con la institución.
2	Coordinador de humanidades de la Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas.	MSc. Gabriel castro	Maestro de catedra en temas patrimoniales de ESPOL.
3	Rentado bombero - Cia. Nueve de octubre	Bombero Silfredo Castro	Bombero especializado en la actividad, con mas 25 años de labor en la institución.

2.3.1.2. Grupo focal

Para la realización de este proyecto integrador, se ha escogido una serie de herramientas que la investigación de mercados en su modalidad investigación cualitativa brinda, para lo cual, una de estas herramientas escogidas es un grupo focal que ayude a dar una dirección más definida y específica del alcance de este proyecto.

El grupo focal estará conformado por un número total de personas igual a 8 y será encabezada por miembros de la segunda brigada del cuartel 2, en el sector centro de Guayaquil del BCBG en una de sus reuniones de rutina con un formulario de preguntas para la ejecución del grupo focal. (Ver anexo N° 2)

2.3.2. Investigación concluyente

2.3.2.1. Encuestas

Además de la realización del grupo focal que ayudara a dar un enfoque más detallado del alcance del proyecto, se ha pensado que la palabra de la ciudadanía quienes en un futuro se convertirían en parte de nuestros actores claves al ser los futuros clientes que harán uso de esta ruta propuesta, es por ello que se ha escogido la herramienta de aplicación de encuestas que será respondida electrónicamente y físicamente, esta permitirá diagnosticar la aceptación de la ruta por parte de ellos, además de dar criterios de preferencia del consumidor, es decir, determinar qué es lo que el cliente desea ver y que es lo que el cliente desea recibir al momento de visitar la ruta, además de poder identificar el perfil del visitante ya que esta permite saber, actitudes, motivaciones, comportamientos, intereses y conocimientos a más de sus características demográficas y estilos de vida. Para realización de la encuesta se realizó un formulario de preguntas. (Ver anexo N° 3)

2.4. Población y Muestreo

2.4.1. Población

Es el compendio de elementos que tienen una o varias características similares, es decir es una representación del universo para el propósito del problema. (Malhotra, 2008)

Además de eso, el Ecuador en el año 2017 presento un arribo de turistas extranjeros de 1'617.914 así lo expresa la coordinación general de estadísticas e investigación del (Mintur, 2017).

Para la aplicación de encuestas, se ha considerado como referencia, información encontrada en la página oficial de la empresa de turismo de Guayaquil que brinda datos del número de turistas nacionales y extranjeros que arribaron Guayaquil en el año 2017, sin embargo la misma fuente también simula una proyección de llegada de visitantes para el año 2018 y menciona que el número de visitantes en la ciudad para este año según su pronóstico turístico, sería un aumento del 7.9% en comparación al año anterior es decir que la ciudad podría tener un arribo de 2'278.049 de turistas entre nacionales y extranjeros, en conclusión esta información es la base

para el marco muestral y posterior cálculo de la muestra final para la aplicación de encuestas.

2.4.2. Marco muestral

El marco muestral sería de 2`278.049 turistas nacionales y extranjeros que visitaron Guayaquil. (Empresa Pública Municipal de Turismo, Promoción Cívica y Relaciones Internacionales de Guayaquil, 2018)

2.4.3. Muestra

Es un subgrupo de elemento de la población para participar en el estudio de mercado (Malhotra, 2008)

2.4.4. Metodología de aplicación de muestreo

Tomando en cuenta los objetivos de la investigación, se procede a elegir el tipo de muestreo no probabilístico, aplicaremos el muestreo por conveniencia en base a la información encontrada en el marco muestral, que este caso sería los turistas nacionales y extranjeros que visitan la ciudad de Guayaquil que serán seleccionados por el criterio o porque son más accesibles para el investigador.

Para llevar a cabo la investigación se ha acudido a realizar la selección por juicio, a turistas nacionales y extranjeros, cuyas edades están comprendidas entre 18 años hasta 65 años o más.

2.4.4.1. Cálculo de la muestra

En esta investigación se propone con:

Tabla 2. 5 Datos para calcular la muestra. [Fuente: Elaboración propia]

Un 95% de confianza	Z = 1,96	
Error máximo	5%	
Probabilidad que una persona responda encuesta	50%	p: 0,5 q: 0,5
Marco muestral	2`278.049 visitantes	
	Entre turistas nacionales y extranjeros que visitan la ciudad de Guayaquil.	

La muestra estaría dada por:

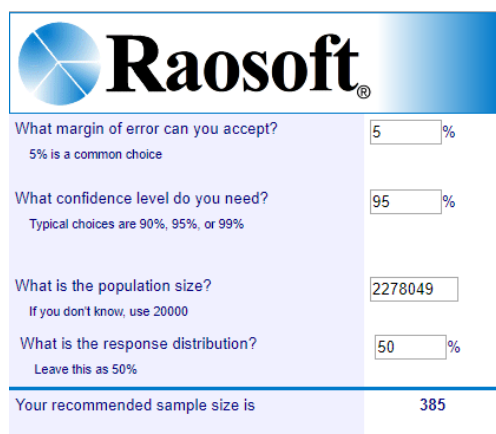
$$n = \frac{Z^2 * p * q}{e^2}$$
$$n = \frac{1,96^2 * 0,5 * 0,5}{0,05^2}$$

$$n = 385$$

Definiendo el marco muestral con un total de 2`278.049 turistas entre nacionales y extranjeros

$$nc = \frac{\sqrt{N - n}}{\sqrt{N - 1}}$$
$$nc = \frac{\sqrt{2'278.049 - 385}}{\sqrt{2'278.049 - 1}}$$
$$nc = 0,99 * 385$$
$$nc = 385$$

Cabe mencionar que dicho dato tiene un 100% de coincidencia con el valor proporcionado por la herramienta RAOSOFT, herramienta en línea que permite hacer cálculos de muestra a partir de una población específica de una manera rápida y sencilla. Como se muestra en la ilustración siguiente



The image shows the Raosoft online sample size calculator interface. It features a blue header with the Raosoft logo and name. Below the header, there are four input fields with corresponding labels and instructions:

- What margin of error can you accept? (5% is a common choice)
- What confidence level do you need? (Typical choices are 90%, 95%, or 99%)
- What is the population size? (If you don't know, use 20000)
- What is the response distribution? (Leave this as 50%)

At the bottom, it displays the result: "Your recommended sample size is 385".

Figura 2. 2 Cálculo de la muestra. [Fuente: Raosoft]

2.5. Resultados y análisis de datos

El análisis de datos tiene como objeto principal considerar la información recopilada para analizarla de forma cualitativa y cuantitativa para uso del proyecto. Entre los resultados obtenidos durante la investigación fueron: a) entrevistas b) grupo focal y c) encuestas. Para la encuesta y su análisis se utilizó la herramienta SPSS⁵

2.5.1. Análisis de datos entrevistas

El análisis de datos tiene como objeto principal considerar la información recopilada para analizarla de forma cualitativa y cuantitativa para uso del proyecto. Las entrevistas se las realizaron a tres individuos que permitieron tener una mayor comprensión de temas relevantes al proyecto.

- Entrevista a guía del Museo del bombero ecuatoriano

La entrevistada que tiene ya varios años en la institución como guía oficial del Museo del Bombero Ecuatoriano, fue seleccionada para la aplicación de la entrevista ya que ella cuenta con el conocimiento fundamental e información relevante acerca del actual funcionamiento e historia del museo. Entre lo más destacado en la entrevista realizada a la Lic. Jacqueline Samaniego se menciona textualmente su relato “llevo trabajando en el museo alrededor de 15 años y es importante que los visitantes que llegan al museo tengan otras opciones de entretenimiento y recreación como lo es su propuesta de una ruta turística”. Entre otros, (Ver anexo N° 4).

- Entrevista a personal rentado, bombero Silfredo Castro.

El bombero rentado Silfredo Castro es uno de los bomberos próximo a jubilarse y que ha dedicado más de 25 años al BCBG. Para lograr una cita con él, se esperó a que se encuentre de guardia o laborando debido a que el personal rentado o pagado del BCBG trabaja 24 horas de guardia y 24 horas franco. Lo más destacado de su entrevista fue su visión como persona que labora en las instalaciones o en los cuarteles por muchos años y ha podido ver la evolución de institución tanto en el ámbito de seguridad como el de la historia de sus miembros. Entre otros, (Ver anexo N°5).

⁵ Software de análisis predictivo para realizar análisis estadístico.

- **Entrevista a MSc. Gabriel Castro**

Con el fin de obtener una opinión verás y enfocada al uso de edificios patrimoniales de la ciudad de Guayaquil para la propuesta de este proyecto se agendo una cita con el licenciado en turismo y magister Gabriel Castro que, a más de haber formado parte de los colaboradores en la municipalidad de la ciudad en el ámbito cultural, es actualmente maestro de cátedra en la Escuela Superior Politécnica Del Litoral. Entre lo más relevante, el máster menciona que “todo Guayaquil desaparece en 1896, como lo que era Guayaquil con sus construcciones en madera y el después que esta enlazado con la llegada de los europeos a la ciudad y la llegada del cemento”. Entre otros (Ver anexo N° 6).

2.5.2. Análisis de datos grupo focal

Los integrantes escogidos para este grupo focal fueron 8 bomberos voluntarios que brindaron información.

- **Grupo focal a bomberos voluntarios del BCBG**

Entre lo más destacado para una comprensión más amplia del proyecto se les mostro un prototipo de baja resolución con el diseño de la ruta y los posibles puntos de interés a visitar en el recorrido. Pues uno de los integrantes que es de nacionalidad chilena menciona que “este proyecto es muy interesante, en el tiempo que viví en Chile no vi algo similar, además que ustedes están tratando de mostrar por medio de una ruta como la ciudad de Guayaquil y sus bomberos han evolucionado a lo largo del tiempo”. Entre otras, (Ver anexo N° 7).

2.5.3. Análisis de datos encuestas

Para el análisis de los datos cuantitativos se procedió a utilizar la herramienta SPSS que permite de una manera más amplia analizar diferentes variables y probar las hipótesis de la investigación. Se procedió a analizar preguntas generales que se encontraban en el formulario de encuestas y preguntas que un futuro, ayudaran a tomar decisiones en beneficio del proyecto. Entre otras, (Ver anexo N° 12).

Así mismo, se realizó el análisis de la información obtenida en las encuestas, utilizando gráficas, tablas de contingencias y frecuencias que nos brinda la herramienta SPSS para observar si existe una relación de los objetivos de investigación planteados previamente con las preguntas de las encuestas y por consiguiente, poder analizar detenidamente las opciones más seleccionadas por los individuos objetos de estudios y poder verificar si existe relación entre las variables para poder responder si se aprueba o rechazan las hipótesis planteadas. Entre otras, (Ver anexo N° 13).

2.5.4. Resultado de la investigación de mercados

Como resultado final de la investigación de mercados, se ha cumplido con la aplicación de las herramientas y técnicas escogidas para comprobar cada una de las distintas variables expuestas en los objetivos e hipótesis planteados, además de contestar y validar con una respuesta positiva y a favor de la propuesta de la Ruta del Fuego en la ciudad con el fin de incrementar el número de visitas en el museo, es decir, que para todos los actores que formaron parte de esta etapa del proyecto, les ha parecido una idea innovadora, interesante y factible para el turismo local.

1. Se comprobó la hipótesis nula relacionada al objetivo N°1, ya que la falta de nuevos productos turísticos afecta a la llegada de visitantes de acuerdo a la información recogida en la investigación de mercado; es decir que la mayoría de sus servicios se encuentran designados a un público objetivo y simplemente no existe nueva oferta turística.
2. De igual manera, se ha comprobado la hipótesis nula que la ausencia de cualidades en un guía afecta el incremento de visitas en el MBE por lo que se descarta la hipótesis alterna.
3. Por último, la hipótesis alterna se acepta debido a que los visitantes necesitan de medios de información para conocer información acerca de un producto turístico de acuerdo al objetivo N°3.

CAPITULO 3

3. Aspectos generales de la ruta

La ruta del fuego, como así se denomina esta propuesta, está enfocada en un contexto histórico – cultural, ya que pretende mostrar a los visitantes parte de la historia por la que hoy Guayaquil es una de las ciudades más importantes del país.

Esta ruta estará ubicada en la parte céntrica de la urbe porteña, es decir, se mostrará los principales edificios afectados por los siniestros del centro de Guayaquil a más de las distintas dependencias del BCBG, mismas que tienen valor histórico y significativo de gran escala gracias a su relación con los hechos y desastres ocurridos en el pasado. Para lograr captar mayor cantidad de visitantes en el museo, se ha puesto en marcha el proyecto de diseño de una ruta turística que permita mejorar la afluencia de turistas en el MBE y a su vez incluir atractivos y recursos de carácter histórico o arquitectónico que permita potenciar el producto estrella que es el museo, mostrándolo desde una perspectiva integradora que a su vez se pueda visitar este y otros sitios de interés bomberiles con la finalidad de mostrar una propuesta que se convierta en una opción de destino turístico en la ciudad de Guayaquil.

3.1. Análisis situacional

La primera fase para este capítulo consistió en recopilar, documentar y procesar información relevante acerca de los componentes turísticos de carácter cultural e histórico considerados fundamentales para la construcción del circuito turístico en la denominada “Ruta del Fuego”.

3.1.1. Caracterización de la comunidad.

Como parte de la primera fase del análisis situacional de la zona donde se desarrollará la ruta del fuego se ha escogido como técnica de levantamiento de información de la ficha de caracterización de comunidad de la Dr. Carla Ricaurte. La ficha de comunidad se levantó mediante información obtenida en campo y con ayuda de fuentes de información secundarias, así mismo para el llenado de diferentes secciones se obtuvo

información del (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos) INEC y el catastro turístico realizado por el MINTUR. Entre otras, (Ver anexo N° 14).

3.1.2. Caracterización de la demanda

Para la determinación de las características generales de la demanda que hará uso de la ruta turística propuesta, se usó como herramienta la “Ficha de caracterización de la demanda del Manual para el diagnóstico turístico local” de la MSc. Carla Ricaurte Quijano. Esta ficha se debería ejecutar al mismo tiempo que la ficha de caracterización de la comunidad, en ella se recopila información cualitativa en mayor porcentaje, realizando una serie de preguntas a turistas y a actores claves para lograr un correcto diagnóstico turístico local. Así, permitiendo tener una visión detallada de la demanda que frecuenta el Museo del Bombero Ecuatoriano “Crnl. Félix Luque Plata”. (Ver anexo N° 15). En esta ficha se recogió información relevante como:

- Frecuencia de la visita turística
- Forma de viaje
- Origen de la demanda
- Motivos de visita
- Tiempo de estadía
- Gasto promedio

3.1.3. Análisis de competitividad

Modelo estratégico establecido por Michael Porter en 1979 nos permite establecer un marco para definir el nivel competitivo dentro de una industria. Baena & Sánchez (2003) explican en su escrito como analizar las variables o fuerzas competitivas que estaría recibiendo un negocio, producto o servicio en la actualidad o al momento de operar. Se menciona que una empresa tiene la obligación de controlar sus recursos frente a estas fuerzas competitivas permitiendo analizar el entorno. Son 5 las fuerzas competitivas a analizar con sus respectivos factores.

El signo de más (+) significa una amenaza alta mientras que el signo menos (-) determina si es de amenaza baja para una fácil interpretación.

-Poder de Negociación de los clientes: Son las posibles personas que irían a comprar el producto o servicio. Así mismo, la capacidad que tienen los compradores de poner bajo presión la empresa y de contar con una dependencia de ciertos de clientes para la operación e inicio de ejercicios, esta fuerza influye y ejerce presión directa sobre la empresa.

(-) Productos estandarizados: existen alternativas que los clientes pueden optar como las rutas promocionadas por la Prefectura del guayas tales como la ruta del cacao, del arroz, entre otras. Sin embargo, la ruta turística del fuego espera tener elementos diferenciadores que se distinga de otras rutas con interés similares en el que los turistas puedan participar.

(+) Integración hacia atrás: Hace referencia a que tan interesados están los clientes en poder realizar la misma actividad y luego convertirse en nuestra competencia. Esta es importante debido a que la gran mayoría que visita las instalaciones del museo son bomberos de otros países que en su mayoría cuando visitan la ciudad de Guayaquil el MBE es una parada obligatoria en su visita y así podría tomar como referencia la ruta y realizarlo en sus lugares de destinos con las autoridades competentes.

(+) Disponibilidad de información: Las redes sociales mantienen a los clientes actualizados y enterados de los temas que surgen en el momento manteniendo informados a la comunidad. De igual manera, mantener al tanto al a los usuarios de publicaciones de nuevos productos o servicios que son lanzados al mercado. Para esto la Empresa Pública Municipal de Turismo en cuanto a la disponibilidad de información mantiene altamente informados y actualizadas sus páginas es por esto que representa una amenaza alta para el MBE. Puesto que el manejo de las redes sociales e información directa a los visitantes o turistas locales es mínimo.

-Poder de Negociación de los proveedores:

Dentro del sector los proveedores pueden ejercer alzas de precios, es decir pueden ejercer presión en las empresas obligando a las empresas del mercado a pagar valores altos por los insumos o servicio. Por ende, el poder de negociación de proveedores es bajo porque no se cuenta con un abanico de elecciones para comprar

o utilizar para en beneficio del museo y de la ruta que se espera poner en marcha y captar mayor cantidad de visitantes.

(-) No hay proveedores de productos sustitutos: El proveedor es único, pues depende únicamente y en su mayoría del BCBG para adquirir insumos, materiales y equipos para la operación de esta. Es decir, el proveedor para la operación es interna, pues se depende del BCBG para adquirir bienes bomberiles que se incluyan en la ruta.

-Amenaza de nuevas entrantes: El poder de negociación es bajo debido a que las barreras de entrada y salida permiten que existan nuevos competidores con mayor facilidad y poder ser sustituidos por otros rápido. Aquí hacemos referencia a los factores que pueden ser importantes para que existan rutas, pues así tenemos:

Barrera de entradas:

(-) Capital: El capital para la implementación de la ruta es bajo por lo que ya se cuenta con la mayoría de los insumos y atractivos para ser utilizados en beneficio de la ruta. Pero así mismo como es fácil la implementación de la ruta en un futuro, para otros competidores también será fácil ingresar en la actividad. Entonces la barrera de entrada es débil y por ende existirán más alternativas para que otros puedan entrar a competir en el sector turístico.

(-) Nivel de diferenciación: un aspecto positivo para que la ruta tenga existo podría ser que el producto de la ruta turística del fuego para el MBE que pertenece al BCBG, podría ser aprovechado por el nombre ya posicionado de la institución, por ende, la barrera de entrada es baja.

(-) Acceso a canales de distribución: Es también el medio por el cual el cliente obtiene el bien o servicio. En este caso sería en el MBE, siendo así una barrera de entrada de baja amenaza.

(-) Curva de aprendizaje: La operación del mercado es una barrera de entrada baja debido a que los productos y servicios ofrecidos en el MBE están bastante ligados a la interacción de grupos que se han venido realizando por varios años como ferias, talleres, cursos vacacionales, exposiciones y recorridos por sus instalaciones manejando grupos locales y de visitantes nacionales y extranjeros.

La mayoría de las barreras de entradas identificadas para la operación de la ruta son fáciles, sin embargo, si fueran difíciles para mi operación también serían difíciles para la competencia y no todos podrían participar para obtener una parte de la cuota del mercado.

-Amenaza de sustitución: Los productos sustitutos están listos para reemplazar el bien o servicio de alguna empresa. Las empresas deben adaptarse dentro del sector para que el modelo de negocio no se elimine.

(+) En cuanto al sector turístico de la ciudad de Guayaquil en el ámbito de las rutas turísticas existen 4 rutas promocionadas y difundidas por la Empresa Pública Municipal de Turismo, Promoción Cívica y Relaciones Internacionales de Guayaquil. Puesto que los productos sustitutos para la ruta turística del fuego serían las rutas turísticas temáticas denominadas a) Ruta de la Fe; b) Ruta de la Independencia; c) Ruta del Cacao y d) Ruta del Aviturismo. De igual manera, rutas ofrecidas y promocionadas por la Prefectura del Guayas.

-Rivalidad entre competidores:

Hace referencia a las empresas que compiten por tener una cuota del mercado ofreciendo el mismo tipo de bien o servicio.

(+) **Números de competidores:** Prefectura del Guayas y Empresa Pública Municipal de Turismo, Promoción Cívica y Relaciones internacionales de Guayaquil.

(+) **Nivel de crecimiento del mercado:** El sector turístico ha crecido de manera exponencial permitiendo posicionar a la ciudad de Guayaquil con relación a la ciudad de Quito ser una de las más visitadas para el 2017 e inicios del 2018.

3.2. Análisis turístico

3.2.1. Caracterización de los atractivos turísticos

Como parte de la elaboración de la etapa anteriormente mencionada y como sustento para la propuesta de la Ruta del Fuego, se ha decidido hacer uso de la ficha de caracterización y jerarquización de atractivos turísticos emitido por el Ministerio de Turismo del Ecuador. Mismo que tiene como finalidad brindar una determinada

jerarquización de los recursos turísticos seleccionados para el diseño de la ruta, así como también establecer el grado de simplicidad de aquellos recursos de interés en la temática planteada.

Después del llenado de los formularios antes mencionados, se muestra en la siguiente tabla los resultados de la valoración categórica de los puntos escogidos para la formación de la Ruta del Fuego.

Tabla 3. 1 Resultados de Fichas de caracterización y jerarquización de atractivos.
[Fuente: Elaboración propia]

<u>Atractivo</u>	<u>Calificación</u>	<u>Jerarquía</u>	<u>ANEXOS</u>
Estatua del bombero de Guayaquil	40.6	II	Ver anexo N°16
Cía. de bomberos de independencia N° 15	42.6	II	Ver anexo N° 17
Monumento de Vicente Rocafuerte	46.1	II	Ver anexo N° 18
Edif. Compañía salamandra N°2	46.1	II	Ver anexo N° 19
Iglesia santo domingo	50.6	II	Ver anexo N° 20
Edif. Jefatura del BCBG	51.1	III	Ver anexo N° 21
Museo del bombero ecuatoriano	50.5	II	Ver anexo N° 22
Edif. Gobernación del Guayas	58.1	III	Ver anexo N° 23
OBSERVACIONES			
<p>Jerarquía II. Atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas nacionales.</p> <p>Jerarquía III. 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.</p>			

3.2.2. Determinación del espacio turístico

Basado en la teoría del espacio turístico expuesta por (Boullon, 1985), se ha identificado que el espacio (Ver Figura N° 3.1) donde se desarrollara la propuesta de la ruta del fuego sea un centro turístico de tipología de centro turístico de distribución urbana ya que el autor define al mismo como zonas que tienen los atractivos turísticos en entornos más o menos amplios a estos y además de que cuentan con equipamiento turístico completo que permite a los visitantes recorrer cerca del lugar donde se están alojando, hacer uso de la oferta turística que se encuentra dentro de su rango de influencia y regresar a dormir al alojamiento establecido.

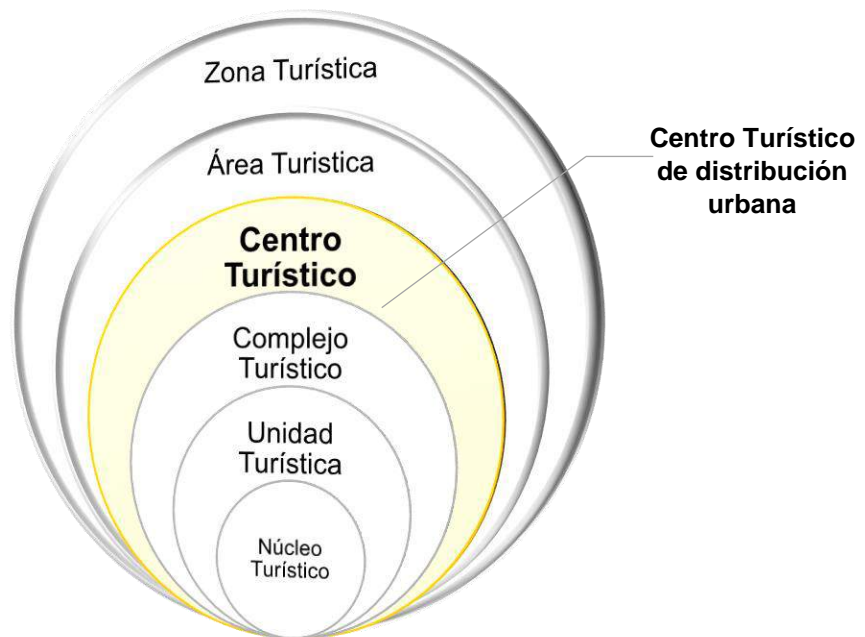


Figura 3. 1 Teoría del espacio Turístico [Fuente: Boullon, adaptación propia]

3.2.3. Tipología de ruta

La tipología de ruta determinada acorde a la temática planteada es de carácter de circuito cerrado, ya que los puntos escogidos inician y terminan en el MBE. Los puntos a recorrer tienen relación con respecto a la temática principal, que para este proyecto son los distintos incendios soportados por la ciudad de Guayaquil a través de su historia y de cómo estos influyeron en el modo de vida de sus habitaciones. Además de mostrar edificaciones, estatuas y diferentes dependencias del BCBG.

3.2.4. Análisis de involucrados

Los involucrados identificados como parte esencial para la ejecución de este proyecto son los siguientes:

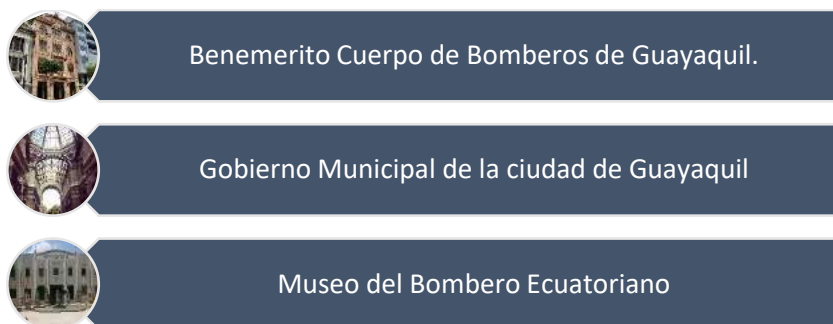


Figura 3. 2Lista de actores involucrados. [Fuente: Elaboración propia]

A continuación se detalla en la matriz de análisis de involucrados los aspectos importantes para el proyecto.

Tabla 3. 2 Matriz análisis de involucrados. [Fuente: Elaboración propia]

Involucrados	Intereses	Recursos	Mandatos
Benemérito Cuerpo de Bomberos de Guayaquil.	Aprobación de la propuesta turística como parte de la cartera de productos de la institución. Brindar apoyo económico y sustancial en el desarrollo del proyecto.	Registro de la actividad	Alcaldía de la ciudad
Gobierno Municipal de la ciudad de Guayaquil	Permisos de funcionamiento de la actividad y soporte en promoción y publicidad en sus medios sociales	Certificación	Ministerio de Turismo

Museo del Bombero Ecuatoriano	Pre aprobación de la propuesta turística. Solicitud de apoyo financiero de la Primera Jefatura para la ejecución del proyecto.	Asesoría	Benemérito Cuerpo de Bomberos de Guayaquil.
-------------------------------	--	----------	---

3.3. Estudio técnico

Se conforma la siguiente etapa de del proyecto en el que se contemplan aspectos importantes para el desarrollo del estudio analizando los atractivos pertinentes, prestadores de servicios, georreferenciación y un diseño del mapa necesarios para la Ruta del Fuego.

3.3.1. Estructura de componentes

En esta sección se exponen los principales elementos que formaran parte de la Ruta del Fuego, así como su georreferenciación y muestra del prototipo final sobre un lienzo con elementos fundamentales en el mapeo de ruta.

3.3.1.1. Atractivos considerados para la ruta

Se procedió a considerar como atractivos turísticos por los resultados obtenidos previamente en las fichas de caracterización y jerarquización de atractivos. Así mismo, se solicitó al (Instituto Nacional de Patrimonio Cultural) INPC brindar información a cargo del Arq. Alex Freire del departamento técnico, solicitando saber si son o no considerados patrimoniales estas edificaciones y monumentos, debido a que la página institucional se encontraba deshabilitada. De las cuales nos comentaba que de los atractivos en listados 2 de estas no son considerados patrimoniales, como lo es la Estatua conmemorativa del Bombero y el Museo del Bombero Ecuatoriano.

Tabla 3. 3 Atractivos considerados para la ruta. [Fuente: Elaboración propia]

Compañía de bomberos de independencia número 15.	Antigua estación de bomberos y considerada como bien inmueble de interés simbólico por el INPC se
--	---

	encuentra ubicada en el centro de la urbe en la calle Rocafuerte y Mendiburo.
Plaza Vicente Rocafuerte, monumento de Vicente Rocafuerte	Ubicado en la Av. Nueve de Octubre y Pedro Carbo, en la Plaza San Francisco. Fue inaugurado en 1880 siendo el primer monumento de carácter público de la ciudad. Sin embargo, el gran incendio de 1896 afectó la estatua y se tuvo que organizar su restauración. Un dato curioso es que el monumento soportó todos los incendios que azotaron a la ciudad de Guayaquil.
Compañía salamandra N°2	Fundada inicialmente en 1840. Y reconstruida en 1953, ubicada en nueve de octubre y Vélez tuvo una remodelación para el 2015. En la actualidad es la oficina de protocolo, salones de capacitaciones y 4 pisos que almacena información del BCBG. La edificación se quemó 2 veces en los grandes incendios.
Jefatura del Benemérito cuerpo de bomberos de Guayaquil	Considerado como un edificio patrimonial, fue inaugurado en 1931. Cuenta con tres pisos en la que se pueden observar balcones adornados. Así mismo en la misma edificación se encuentra la estación de bomberos "Cía. nueve de Octubre".
Iglesia Santo Domingo	Fue creada en 1548 y se estableció en la antigua ciudad vieja. Considerada la iglesia más antigua de la ciudad habiendo soportado incendios y ataques piratas en tiempos de la colonia.
Estatua conmemorativa del bombero ecuatoriano	Ubicada en el exterior de la primera jefatura se encuentra la estatua conmemorativa por el Día Clásico del Bombero ecuatoriano que representa a un bombero en labor de rescate con una niña en sus brazos.

Museo del Bombero Ecuatoriano	Inaugurado oficialmente el 25 de Julio de 1982. Ya para el año 2001 se estableció las dimensiones que actualmente se observan, conservando maquinas, uniformes, retratos entre otros artículos de interés histórico que guarda relación con los bomberos y la historia de Guayaquil azotada por grandes incendios.
Gobernación del Guayas	Se toma de referencia el edificio de la gobernación por que se dice que el gran incendio de 1896 se inició en este punto de la ciudad hasta llegar el voraz fuego al Barrio de las Peñas.

3.3.1.2. Prestadores de servicios turísticos en la ruta

La ciudad de Guayaquil la cual es considerada como una de las principales del país, cuenta con una gran variedad de prestadores de servicios turísticos a disposición de los ciudadanos y turistas. Prestadores que incursionan en el área del alojamiento, restauración y otros ámbitos, estos que se encuentran registrados en la lista del catastro turístico elaborado por el ministerio de turismo y son el complemento para los distintos atractivos que tiene la ciudad.

3.3.1.3. Alojamiento y alimentación

Al ser una propuesta de ruta turística que busca impulsar el número de visitas en la MBE el cual, como se mencionó anteriormente no cuenta con cobro económico en su ingreso además del bajo índice de prioridad en el servicio de alimentación para una ruta de tal envergadura como parte del resultado en el capítulo anterior se ha determinado que la ruta expuesta no contara con un espacio de alimentación antes, durante y después del recorrido. Sin embargo, se ha observado la necesidad de dicho servicio en el ámbito turístico global, es por ello por lo que se ha determinado brindar a las visitantes opciones de lugares donde podrían alimentarse, mismos que se encuentran descritos en la guía de establecimientos gastronómicos “Guayaquil es mi

destino para saborear su gastronomía”, esto mediante folletos turísticos demostrativos.

3.3.1.4. Transportación

Así mismo como el sector alimenticio no es la prioridad principal en la Ruta del Fuego, parte de los resultados en la investigación, se identificó la baja necesidad del uso de transporte turístico en el recorrido, ya que los puntos escogidos para la ruta al ser de distancias cercanas se determinaron que la ruta no tendrá el uso de transportación turística, es decir que el desarrollo de la ruta será de manera de walking tour por los puntos establecidos en el diagrama principal.

3.3.1.5. Accesibilidad y conectividad

Por su parte las principales vías de acceso para llegar a la propuesta Ruta del Fuego es través de la Av. Malecón 2000 o la otra arteria principal del casco comercial la Av. Boulevard Nueve de octubre. Sin embargo, como alternativas de conectividad el centro de la urbe cuenta con un variado número vías que acceden a las dos principales mencionadas anteriormente, esto mediante el uso de cooperativas de transporte locales o mediante el uso del sistema integrado de transporte terrestre masivo de la ciudad de Guayaquil.

3.3.1.6. Aeropuertos y Terminales de transporte terrestre

La ciudad de Guayaquil cuenta con un terminal de transporte aéreo principal denominado como Aeropuerto Internacional José Joaquín de Olmedo y localizado a 5 kilómetros del centro de Guayaquil, en la Avenida de las Américas mismo que sirve como centro de distribución para la población en general y que es considerado de mucha importancia para el arribo de turistas extranjeros para el disfrute de los atractivos turísticos tanto del país como de la ciudad. Así mismo Guayaquil a más de contar con terminales aéreas también cuenta con terminales de transporte terrestre que ayudan a los ciudadanos a movilizarse por todo el país, como la Fundación Terminal Terrestre de Guayaquil que tiene sus operaciones ubicadas en la Avenida Benjamín Rosales y Avenida de Las Américas frente al terminal del sistema integrado de transporte terrestre masivo de la ciudad de Guayaquil, el cual también forma parte de esta lista de componentes facilitadores de acceso para la ruta del fuego.

3.3.2. Georreferenciación

3.3.2.1. Coordenadas de atractivos

La siguiente etapa consiste en la búsqueda de las coordenadas geográficas de cada uno de los atractivos planteados para la propuesta de la ruta para realizar esta fase de georreferenciación se usó la información brindada por el Sistema de Información Geográfica (SIG) de Código Abierto licenciado bajo GNU - General Public License.

Tabla 3. 4 Tabla de coordenadas geográficas. Fuente: Elaboración propia]

Atractivo	Coordenadas Geográficas		Coordenadas UTM	
	Latitud	Longitud	Latitud	Longitud
Cía. de bomberos de independencia N° 15	S2° 11' 14"	W79° 49' 10"	-2187373	-79819520
Monumento de Vicente Rocafuerte	S2° 11' 31"	W79° 72' 73"	-2192028	-79881475
Edif. Compañía salamandra N°2	S2° 11' 32"	W79° 72' 72"	-2192494	-79881309
Edif. Jefatura del BCBG	S2° 11' 28"	W79° 73' 01"	-2191191	-79889764
Iglesia santo domingo	S2° 10' 56"	W79° 49' 02"	-2182420	-79817429
Estatua del bombero de Guayaquil	S2° 11' 28"	W59° 73' 01"	-2191261	-79883628
Museo del bombero ecuatoriano	S2° 11' 00"	W79° 52' 36"	-2183343	-79876766
Edif. Gobernación del Guayas	S2° 11' 40"	W79° 52' 49"	-2194589	-79880377

3.3.2.2. Mapa de la Ruta del fuego

Para el diseño de la ruta la herramienta SIG brinda opciones de escala, la cual tiene una dimensión de 1:10000, a más de la función grid/cuadrícula que permite trazar líneas dentro del mapa para resaltar la escala tomada. De igual manera se insertó la flecha norte que permite ubicarnos en tiempo y espacio dentro del mapa. Se agregó también una leyenda que sirve para identificar los atractivos expuestos por medio de una simbología turística. Y por último la etiqueta o título para poder identificar el nombre del mapa y darle sentido de identidad.



Figura 3. 3 Mapa de la Ruta del Fuego [Fuente: QGIS]



Figura 3. 4 Acercamiento de la Ruta del Fuego [Fuente: QGIS]

3.4. Estrategias de marketing

Con el diseño de la ruta turística del fuego se pretende mostrar una alternativa de recreación en la ciudad de Guayaquil ofreciendo a su vez en este proyecto algunas directrices como estrategias de promoción turística que permita a los involucrados tener mayor cantidad de información que pueda ser utilizada en un futuro. Proponer estrategias de promoción para que conozcan los recursos o atractivos que se cuenta en la ruta y así crear un posicionamiento en la mente del consumidor.

3.4.1. Estrategias de producto

- **Presentar novedades en el mercado:** Gracias a la necesidad de captar más visitas al Museo del Bombero Ecuatoriano y como parte de las etapas propuestas se presenta una serie de estrategias visuales pensadas en base a las tendencias actuales del consumidor, tales como propuesta de logo, slogan que forman parte de una propuesta de marca y presentados a continuación.



Figura 3. 5 Propuesta del logo “Ruta del Fuego” [Fuente: Photoshop, elaboración propia]

Marca: Para la idea central de esta marca se ha usado la herramienta Adobe Illustrator que permite realizar creaciones gráficas de un tema determinado y para ello se ha usado dos colores bases tales como el naranja con codificación #ffa040 y tonalidad del 25% más ligero; y el naranja con codificación #cc6600 con tonalidad del 25% más oscuro. Además, se escogió la imagen del Ave Fénix que representa a la ciudad de Guayaquil resurgiendo de las cenizas frente a los grandes incendios combatidos.

Slogan: Es una frase complementaria a la marca y que pretende por medio de un conjunto de palabras exponer el valor del producto y los beneficio que este ofrece. Además, es importante que un slogan no tenga más de 7 palabras y con estas llegar de inmediato a la mente del consumidor. El slogan que se utilizara para la Ruta del Fuego es “Revive la historia” que pretende cumplir con lo dicho en la frase realizando el recorrido. Así, invitando a los visitantes revivir la historia de los Bomberos de Guayaquil a lo largo del tiempo.

- **Merchandising:** La variedad de gama de productos permite tener a los visitantes más alternativos a la hora de acceder y comprar un recuerdo. Es por esto que de acuerdo a la investigación de mercado la que mayor aceptación tuvieron fueron la tasa con el logo de la ruta, la camisa con las mismas características y variedades de llaveros.



Figura 3. 6 Souvenirs propuestos. [Fuente: Photoshop, elaboración propia]

3.4.2. Estrategias de promoción

Videos promocionales: se trabajará en un video promocional que muestre los atractivos que formarán parte de la ruta, imágenes y personas actuando, realizando el recorrido para así realizar una difusión nacional del video en las páginas principales de la institución, mostrando en ferias o eventos importantes de BCBG. Para que posteriormente también sean presentados en canales de televisión a nivel local en temporadas altas como los periodos vacacionales y festividades. De igual manera, sería cargado a la página oficial del Museo del Bombero Ecuatoriano.

Relaciones públicas: El departamento de relaciones públicas y de comunicación social se encargarían de invitar a medios de comunicación escrita y oral, a la presentación oficial del video promocional y de la socialización de este proyecto que

tendrá como finalidad atraer visitantes al MBE y a su vez atraer más turistas para la ciudad de Guayaquil.

Promociones en ferias institucionales: Así como el MBE se encarga de realizar exposiciones, feria del niño, feria de los museo entre otros, sería de gran relevancia que se aproveche estas ferias que se realizan por lo general en los feriados para mostrar el proyecto de la ruta turística del fuego para que los visitantes que frecuentemente asisten a estas actividades puedan transmitir a sus amigos y familiares de una nueva actividad recreativa para el disfrute de la ciudad y conocimiento más participativo de la historia de los bomberos y los incendios.

Redes sociales: La red social Facebook es un canal que permite atraer a toda clase de público, sobre todo al público joven. Además de ser activamente usada por sus usuarios esta les brinda información relevante de lugares. Pues sabiendo utilizar esta herramienta se pretende enganchar y motivarlos para que participen en dicha visita.

Con la ayuda de esta herramienta se espera poder subir contenido a la fan page del Museo del Bombero Ecuatoriano con el video promocional de la ruta. Sin embargo, previamente se debe modificar con información actualizada y relevante para la promoción de esta con la finalidad de brindar a los visitantes una fuente de información confiable, respaldada y actualizada de primera mano, además de incrementar el número de visitas.

Flyer/Volante: Esta comunicación impresa publicitaria contiene información precisa acerca de un destino, objeto o producto, entre otros. Así siendo entregada en mano al público objetivo permite ser un método directo y efectivo.

Para el fin del proyecto su tamaño es de 22x15cm en el cual se detalla información relevante acerca de la ruta turística.

Figura 3. 7 Flyer propuesto para promoción de la ruta [Fuente: Crello.com, elaboración propia]



CAPÍTULO 4

4. Estudio financiero

En esta parte de la propuesta se presenta el detalle del presupuesto y financiamiento del proyecto de la ruta del fuego. Para el desarrollo del estudio financiero se ha tomado en consideración que para la posible ejecución del proyecto se deberá contar con insumos que deben ser adquiridos anualmente para stock de la tienda de souvenir todo esto, se detallará mediante un plan de formato de estructura de presupuesto y un plan de financiamiento.

4.1. Estructura de Presupuesto Ruta del Fuego

En la tabla expuesta (Ver tabla N° 4.1) se muestra los diferentes elementos que conforman el plan presupuestario de ejecución del proyecto, misma tabla que al final muestra la inversión total reflejada al primer año.

Además, como refuerzo de la tabla de estructura de presupuesto de la Ruta del Fuego se detalla a continuación los elementos que la conforman de manera más específica con el fin de aclarar detalles de interpretación. Tanto los afiches, llaveros, tazas y camisetas estampadas están proyectadas a ser adquiridas en unidades de 100 respectivamente, así mismo cabe recalcar que estos artículos ser comercializados en un tiempo igual a 1 año, es decir que estos deberán ser adquiridos en los años consecuentes.

Por otro lado, tanto para la elaboración del diseño de los artículos mencionados y para el diseño de los tótems se ha determinado contratar a profesionales en diseño gráfico para la construcción de los mismos. Cabe recalcar que este rubro será tomado en cuenta en el año 1 y para posteriores actualizaciones de diseño se deja total libertad de edición.

Tabla 4. 1 Elementos que conforman el plan presupuestario. [Fuente: Elaboración propia]

<i>Cuenta</i>	<i>Detalle</i>
<i>Costos fijos administrativos</i>	Pago a guía turístico de la ruta
<i>Costos mano de obra</i>	Pago a honorarios de diseñadores de souvenir, pago por horas trabajadas.
<i>Costos por inventario</i>	Adquisición de tazas, llaveros y afiches
<i>Gastos por mantenimiento</i>	Mantenimiento anual de tótems
<i>Gastos por instalación</i>	Instalación de tótems informativos
<i>Gastos por infraestructura</i>	Elaboración de tótems
<i>Gastos por publicidad</i>	Publicidad fija en la red social Facebook

Tabla 4. 2 Presupuesto anual de ejecución de proyecto. [Fuente: Elaboración propia]

PRESUPUESTO ANUAL DE EJECUCIÓN DE PROYECTO			
COSTOS			
COSTOS FIJOS			
Costos fijos	Costo mensual	Meses	Costo anual
Costos fijos administrativos	675	12	8100
Sub Total anual			\$8.100,00
TOTAL COSTO FIJO ANUAL			\$8.100,00

COSTOS VARIABLES				
Costos por mano de obra	Costo por hora	Horas		Costo total anual
Diseñador de insumos y souvenir	15	3		45
Diseñador gráfico de Tótem	15	2		30
Sub Total anual				\$75,00
Costos por inventario	Costo unitario	Cantidad	Medidas	Costo total anual
Afiches	0,3	100	22cm*15cm	30
Llaveros	2	100	7cm*5cm	200
Tazas	3,5	100	variadas	350
camisetas estampadas	8	100	variadas	800
Sub Total anual				\$1.380,00
TOTAL COSTO VARIABLE ANUAL				\$1.455,00
GASTOS				
Gastos	Costo unitario	Cantidad / meses		Costo total anual
Gastos por mantenimiento	100	7		700

Gastos por instalación	200	7		1.400
Gastos por infraestructura	1000	7		7.000
Gastos por publicidad	56		12	672
Sub Total anual				\$9.772,00

Este estudio financiero a más de tomar en cuenta insumos de corto plazo, como los ya expuestos, también hace uso de servicios publicitarios de señalización turística, tótems, mismos que tienen las siguientes características:

- Ancho: 80cm
- Alto: 1,80cm
- Vidrio templado de 10mm de grosor
- Estructura metálica interna de 3mm
- Recubrimiento de planchas galvanizadas pintadas para exteriores
- Base de hormigón
- Impresión de viniles adhesivos para vidrio templado

Las características expuestas de los tótems se basan en la durabilidad que tienen dichos materiales ya que los tótems informativos estarán ubicados en exteriores, expuestos a temperaturas variadas y fenómenos climáticos (Ver anexo N° 24)

Por último, en la estructura presupuestaria de la ruta del fuego y gracias a los previos resultados de la investigación de mercado se ha identificado la necesidad de contrato de un guía turístico con las principales cualidades como el dominio de dos idiomas y la proactividad en el servicio.

Como resultado final de todos los elementos que forman la parte de la ejecución del proyecto, se muestra a continuación el valor final del presupuesto planificado a 1 año de la ruta del fuego. Con un total de \$19.327,00 como monto de inversión inicial.

Tabla 4. 3 Total presupuesto anual. [Fuente: Elaboración propia]

Total Presupuesto anual	Valores
Costos fijos	\$8.100,00
Costos variables	\$1.455,00
Gastos	\$9.772,00
Total	\$19.327,00

Para el apartado de los tótems se ha considerado realizar la deprecación de mueble que tiene una vida útil de 10 años, sin embargo al quinto año se considera el reemplazo por nuevos tótems efectuando una depreciación acelerada de los bienes, es así como se llegó a realizar la tabla de vida útil del mueble dando como resultado una depreciación anual de \$700 dólares, que es \$100 dólares por cada tótem, sin embargo, si la institución considera conveniente vender estos muebles tendría un valor de desecho de \$3500 dólares a favor.

Tabla 4. 4 Depreciación acelerada de activo. [Fuente: Elaboración propia]

Activo	Valor de compra	Vida contable	Depreciación anual	Años depreciándose	Depreciación acumulada	Valor en libros
$M_{0,5}$	7000					
M_5	7000	10	700	5	3500	3500
Depreciación Anual Total			700,00	Valor de Desecho =		3.500,00

Por último, (Ver tabla N° 4.5) que refleja el flujo de caja de todos los costos y gastos que incurren la ejecución del proyecto, para ello se ha tomado como análisis los siguientes aspectos:

- a. La tasa de crecimiento porcentual de honorarios profesionales y adquisición de insumos es de 5% anual.
- b. El costo administrativo para pago de guía turístico se mantiene en los años consecuentes, con un salario mensual de \$675.
- c. Para los gastos de instalación e infraestructura de tótems se consideran únicamente en el año 1 ya que se adquieren por primera vez y en el año 5 al reemplazarlos por tótems nuevos.
- d. En cuanto a los gastos por publicidad, se consideran como gastos los primeros 3 años ya que son los que mayor publicidad necesita por reconocimiento y posicionamiento de la Ruta del Fuego en la mente del consumidor.

Tabla 4. 5 Detalle de cotos y gastos. [Fuente: Elaboración propia]

En la siguiente tabla se detalla de manera general los costos y gastos inducidos en el proyecto para su posterior ejecución.

DETALLE DE COSTOS, GASTOS E INVERSION FINAL						
Años	0	1	2	3	4	5
Detalle						
Costos fijos						
Costos administrativos		\$8.100,00	\$8.100,00	\$8.100,00	\$8.100,00	\$8.100,00
Costos variables						
Diseñador de insumos y souvenir		\$45,00	\$47,25	\$49,61	\$52,09	\$54,70
Diseñador gráfico de Tótem		\$30,00	\$31,50	\$33,08	\$34,73	\$36,47
Afiches		\$30,00	\$31,50	\$33,08	\$34,73	\$36,47
Llaveros		\$200,00	\$210,00	\$220,50	\$231,53	\$243,10
Tazas		\$350,00	\$367,50	\$385,88	\$405,17	\$425,43
Camisetas estampadas		\$800,00	\$840,00	\$882,00	\$926,10	\$972,41
Gastos						
Gastos por mantenimiento		\$700,00	\$700,00	\$700,00	\$700,00	\$700,00
Gastos por instalación		\$1.400,00	-	-	-	\$1.400,00
Gastos por infraestructura		\$7.000,00	-	-	-	\$7.000,00
Gastos por publicidad		\$672,00	\$672,00	\$672,00	-	-
Inversion						
Inversion inicial	\$19.327,00					

4.2. Plan de Financiamiento

Puesto que el Benemérito Cuerpo de Bomberos de Guayaquil es una institución del sector público y al identificar que el ingreso al Museo del Bombero Ecuatoriano no genera ingresos monetarios por contexto de ingreso de visitantes, en consecuencia, no existirá un retorno de inversión que se espere recibir por uso y recorrido de la ruta turística.

La institución del Benemérito cuerpo de bomberos de Guayaquil recibe su ingreso económico para el funcionamiento de la institución del cobro de la tasa denominada “impuesto bomberos”, predios urbanos de viviendas, permisos anuales de funcionamientos para locales comerciales, capacitaciones a empresas,

Puesto que la institución cuenta con ingresos propios para su funcionamiento a más de que el BCBG otorga un porcentaje anual para proyectos turísticos ejecutables para el Museo del Bombero Ecuatoriano se ha determinado que el proyecto va a ser financiado en su totalidad por la Benemérita institución bajo la pre-aprobación de la Directora del Museo, el primer jefe y por último al departamento contable para analizar la viabilidad económica de la ejecución de la Ruta del Fuego.

Conclusiones

A través de la metodología realizada para el Diseño de la Ruta Turística del Fuego para promover la visita al Museo del Bombero Ecuatoriano “Crnl. Félix Luque Plata” de la Ciudad de Guayaquil se llegó a cumplir con los objetivos planteados.

1. Para el cumplimiento de uno de los objetivos específicos del proyecto, se hizo el levantamiento del Inventario y jerarquización de atractivos turísticos mediante un manual de diagnóstico turístico, georreferenciando los componentes de la Ruta del Fuego mediante un mapeo turístico.
2. Por su parte, mediante el análisis de competitividad se identificaron los principales competidores potenciales y directos de la Ruta del fuego, además de las barreras de entrada como el capital y el nivel de diferenciación que son aspectos débiles para el producto turístico pues este se encontrara más expuesto a nuevos competidores dispuestos a ingresar a la industria.
2. Además, se ha podido determinar la viabilidad económica mediante un estudio financiero respaldado por un presupuesto detallado de cada insumo a ser utilizado dentro de la ejecución de la Ruta y mediante un plan de financiamiento que permitió conocer el actor involucrado que sustentara la inversión del proyecto.

Recomendaciones

A partir del estudio realizado en conjunto con los resultados obtenidos y como parte de la propuesta de la Ruta del Fuego, se recomienda que:

1. La dirección del Museo Del Bombero Ecuatoriano realice la gestión de nombramiento del museo como parte del inventario de patrimonio cultural ecuatoriano con las autoridades competentes.
2. la actualización de información en la página web oficial del Museo del Bombero Ecuatoriano.
3. Que, en la aplicación de este proyecto, se realice un plan de marketing con mayor envergadura tomando en cuenta las distintas modalidades aplicables en la promoción de la Ruta.
4. A partir de la Ruta del Fuego, se creen más rutas turísticas alternativas o circuitos con el fin de incrementar el interés de los turistas, a partir de las diferentes dependencias bomberiles encontradas en la ciudad.
5. Que el museo del bombero ecuatoriano tenga mayor presencia en redes sociales en donde puedan compartir información relevante y que permita atraer nuevos visitantes por medio de publicaciones constantes.

BIBLIOGRAFÍA

- Baena, E., & Sánchez, J. (Diciembre de 2003). EL ENTORNO EMPRESARIAL Y LA TEORÍA DE LAS CINCO FUERZAS COMPETITIVAS. (S. e. Technica, Ed.) 3(23), 62-65. Obtenido de <http://revistas.utp.edu.co/index.php/revistaciencia/article/view/7385/4397>
- Benemerito Cuerpo de Bomberos de Guayaquil . (s.f.). *Benemerito Cuerpo de Bomberos de Guayaquil* . Obtenido de <https://www.bomberosguayaquil.gob.ec/mision-y-vision/>
- Benemerito Cuerpo de Bomberos de Guayaquil. (s.f.). *Bomberos Guayaquil*. Recuperado el 13 de noviembre de 2018, de <https://www.bomberosguayaquil.gob.ec/mision-y-vision/>
- Cambridge. (s.f.). *Cambridge dictionary*. Recuperado el Octubre de 2018, de <https://dictionary.cambridge.org/es/diccionario/ingles/tourist-attraction>
- como se cita en Tisalema , S., Sancez , M., Sotomayor, M., & Piñeira, M. (2017). *Estudio para el rescate de edificios que son clasificados como patrimonio arquitectonico historico de la ciudad de Guayaquil*. Guayaquil: Revista Científica Dominios de las Ciencias.
- Empresa Pública Municipal de Turismo, Promoción Cívica y Relaciones Internacionales de Guayaquil. (2018). *Guayaquil es mi Destino*. Obtenido de <http://www.guayaquilesmidestino.com/es/content/guayaquil-lidera-el-turismo-en-el-pa%C3%ADs-con-el-mayor-n%C3%BAmero-de-turistas-nacionales-y>
- Girini, L., Manzini, L., & Vicchi, J. (2016). Los sistemas patrimoniales de la vid y el vino y las rutas culturales. *Revista de las Facultades de Arquitectura e Ingeniería*.
- Gobierno de Mexico . (s.f.). *secretaria de turismo*. Obtenido de <https://www.gob.mx/sectur/>
- ICOMOS. (Octubre de 1999). *Carta Internacional Sobre el Turismo Cultural*. Obtenido de La adopción por ICOMOS en la 12ª Asamblea General en México: https://www.icomos.org/charters/tourism_sp.pdf
- Krapf , k., & Hunziker, W. (1942). *Allgemeine Fremdenverkehrslehre, Polygraphischer*. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/4255/425553381016.pdf>
- Malhotra, N. K. (2008). *Investigación de mercados* (Quinta edición ed.). Mexico: Pearson Educacion de Mexico.
- Navarro, D. (2015). Recursos turísticos y atractivos turísticos: conceptualización, clasificación y valoración. *Redalyc.org*, 5(35), 335-337. doi:10.6018/turismo.35.221641

OMT. (s.f.). *Los recursos de los destinos turísticos*. Obtenido de <https://www.e-unwto.org/action/showPublications?pubType=bookOnly>

UNESCO. (1972). *Convención sobre la protección del Patrimonio mundial, cultural y natural*. París. Recuperado el 20 de Octubre de 2018, de <https://whc.unesco.org/archive/convention-es.pdf>

ANEXOS

Anexo 1 Formulario de Preguntas a expertos: Guía del Museo del bombero ecuatoriano y personal rentado bombero Silfredo Castro

1. ¿Después de escuchar la idea de nuestro proyecto qué piensa con respecto a lo expuesto?
2. ¿Nos puede definir a su criterio qué abarca una ruta turística?
3. Después de observar el diagrama propuesto acerca del diseño de la ruta. ¿Cree que los aspectos expuestos podrían ser de gran interés para los visitantes?
4. A su punto de vista, ¿cree usted qué es factible la implementación y ejecución de la ruta propuesta?
5. ¿Qué cree que sería necesario para promocionar esta ruta?
6. ¿Cuál considera usted que debe ser el tiempo de duración y frecuencia del recorrido?
7. ¿Qué se debería tomar en cuenta para que este producto turístico sea parte de las rutas que ofrece Guayaquil es mi destino?
8. ¿Cree usted que la aplicación de este proyecto tendría un resultado positivo o negativo para el BCBG?
9. ¿Qué directrices se debe tomar en cuenta al momento de ejecutar la ruta con los visitantes?
10. ¿Qué recomendación sugiere usted acerca del diseño de ruta expuesta?

Formulario de Preguntas a expertos: M. Sc Gabriel Castro

1. ¿Después de escuchar la idea de nuestro proyecto qué piensa con respecto a lo expuesto?
2. Después de observar el diagrama propuesto acerca del diseño de la ruta. ¿Cree que los aspectos expuestos podrían ser de gran interés para los visitantes?
3. A su punto de vista, ¿cree usted qué es factible la implementación y ejecución de la ruta propuesta?
4. ¿Qué cree que sería necesario para promocionar esta ruta?
5. ¿Qué directrices cree usted que se deba tomar en cuenta en la posible ejecución de la ruta turística del Fuego?
6. ¿Cree usted que la aplicación de este proyecto tendría un resultado positivo o negativo para el BCBG?

7. ¿Qué puntos de la ciudad de Guayaquil, cree usted que deban formar parte de la ruta turística?
8. ¿Cuál cree usted que deba ser la correcta gestión y manejo en el ámbito turístico y en especial en este proyecto, los edificios patrimoniales?
9. ¿Qué implemento considera que deba formar parte de la ruta turística del Fuego para que sea más atractiva?

Anexo 2 Formulario de grupo focal

Tabla 2. 6 Guía de preguntas para el grupo focal. [Fuente: Elaboración propia]

Nombre del moderador:	Génesis Bósquez Velásquez
Nombre (encargado técnico)	José Luis Bravo Cortéz
Pregunta de apertura	Digan su nombre, cargo en el BCBG, lugar donde viven.
Pregunta de introducción	Ustedes como miembros de BCBG ¿Les gustaría contar con una ruta turística que muestre la historia de la ciudad y los principales hechos que hicieron que esta institución sea lo que ahora es? ¿Por qué?
	¿Qué puntos creen ustedes que pueden formar parte de la ruta turística pensando en el interés de los turistas?
	En su opinión ¿qué elementos debe tener una ruta turística?
Pregunta de transición	Tomen unos momentos para revisar este material el cual muestra un diagrama de la propuesta de diseño de la ruta.
	¿Cuál es su primera impresión sobre estos materiales?
	¿Qué les transmite esta ruta?
	¿A su criterio que le añadirían o le quitarían a la ruta propuesta?
	¿Cuánto creen ustedes que se estaría el tiempo de recorrido de la ruta y están de acuerdo con ese tiempo?
Preguntas centrales	Refiriéndonos al museo: La última vez que decidieron visitar el museo, ¿cuál fue la causa que les motivo a ir?
	Poniéndose en el lugar del visitante: ¿cuál sería la motivación principal por la que visitara esta ruta?
	¿Qué opinan ustedes con respecto a la utilización de métodos de información e interceptación como guías con dominio de otro idioma a más del español, señalética turística en cada punto, uso de afiches e impresos gráficos y el uso de leyendas en cada uno de los puntos en la implementación de esta ruta?
	¿Ustedes como parte de los colaboradores del BCBG estarían dispuestos a formar parte en la implementación y desarrollo de esta ruta turística?



Anexo 3 Formulario de encuestas

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL

¡Buenos días! Somos estudiantes de la ESPOL que actualmente están realizando una investigación de mercado para conocer la percepción y opinión de los clientes sobre la implementación de una ruta turística con una temática referente del Benemérito Cuerpo de Bomberos de Guayaquil y la historia de los incendios en la ciudad.

Se le pedirá que ofrezca sus opiniones y preferencias sobre el tema antes expuesto. Esta encuesta sólo tomará algunos minutos de su tiempo; sus respuestas se mantendrán confidenciales y solo serán para uso educativo. Agradecemos su participación.

DATOS DEMOGRÁFICOS

Las respuestas a estas preguntas serán para ayudarnos a interpretar la información que ha proporcionado.

Género

Femenino Masculino

Otros: _____

¿Cuál de las siguientes opciones describe mejor su grupo de edad?

1	18 o menos	
2	19 - 30	
3	31 - 42	
4	43 - 54	
5	55 - 66	
6	67 – más	

¿En qué sector de la ciudad vive?

1	Sur	
2	Centro sur	
3	Norte	
4	Alrededores	
5	Nacionalidad en caso de ser extranjero	

SECCION 1: INFORMACIÓN GENERAL

1. ¿Conoce usted la ubicación del museo del bombero ecuatoriano?

Si

No

2. ¿Considera a la ruta temática del fuego como un nuevo producto turístico?

Si

No

- 3. Valore, ¿Qué tan interesante le parece las siguientes actividades que se podrían implementar en la ruta?
(Siendo 1 muy poco interesante y 5 muy interesante)**

N°	Actividades	1	2	3	4	5
1	Visita al museo del bombero ecuatoriano					
2	Ejercicio de agua (presentaciones con agua)					
3	Recorrido por los principales edificios arquitectónicos del BCBG					
4	Muestras fotográficas para acompañar el recorrido					
5	Vista al monumento del bombero					
6	Visitar principales hitos consumidos por el gran incendio de 1896					

- 4. ¿Con qué medios le interesaría conocer información acerca de la ruta? Elija máximo 2 opciones de respuestas.**

1	Publicaciones en redes sociales	
2	Publicaciones en periódicos o revistas	
3	Publicaciones en medio de televisión	
4	Cuñas publicitarias radiales	
5	Volantes y afiches	
6	Página Guayaquil es mi destino (Municipal)	

SECCION 2: SISTEMA DE RESERVA

- 5. ¿Cree usted que es importante contar con un sistema de reserva?**

Si

No

Nota: En caso de que su respuesta sea afirmativa, conteste la pregunta 6, caso contrario salte a la pregunta 7.

- 6. ¿Qué tipo de sistema de reserva le gustaría que cuenta la ruta? Elija 1 opción de respuesta.**

	Tipo de reserva	Respuesta
1	Reserva telefónica	
2	Reserva online	
3	Reserva presencial	
4	Reserva por empresas turísticas	

SECCION 3: CARACTERÍSTICAS DEL RECORRIDO

7. Indique ¿Cuál cree que debe ser la duración de la ruta? Elija 1 opción de respuesta.

	Opciones	respuesta
1	30 minutos	
2	45 minutos	
3	60 minutos o más	

8. Indique, ¿Cuál cree que debe ser la frecuencia óptima de salida del recorrido? Elija 1 opción de respuesta.

	Opciones	respuesta
1	Una vez a la semana	
2	Viernes, sábados y domingos	
3	Todos los días de la semana	
4	Ferados	

9. ¿Cuál cree usted que debe ser la característica más relevante de un guía turístico? Elia 2 opciones de respuesta.

	Opciones	respuesta
1	Dominio de dos idiomas	
2	Empatía	
3	Proactivo	
4	Dominio del tema	
5	Animación	

10. ¿Qué servicios le gustaría recibir durante el recorrido? Seleccione 2 opciones de respuestas

	Opciones	respuesta
1	Guianza	
2	Sin Guianza	
3	Alimentación	
4	Sistema de audio guías	
5	Elementos fotográficos para la comprensión de la ruta	

11. ¿Qué clase de compañía le gustaría tener al realizar el recorrido? Elija 1 opción de respuesta.

	Opciones	respuesta
1	Amigos	
2	Familiares	
3	Solo	
4	Amigos y familiares	
5	Grupo intercultural	

12. ¿Le gustaría que la ruta cuente con un espacio de compra de recuerdos?

Si
No

Nota: En caso de que su respuesta sea afirmativa, conteste la pregunta 13, caso contrario salte a la pregunta 14.

13. ¿Qué tipos de recuerdos le gustaría encontrar en este espacio? Elija 3 opciones de respuestas.

	Opciones	respuesta
1	Jarros	
2	Tazas	
3	Imanes con figuras de la ruta	
4	Pergaminos con imagen de la ruta	
5	Camisas con imagen de la ruta	
6	Llaveros con imagen de la ruta	

SECCIÓN 4: RECOMENDACIÓN

14. ¿Recomendaría la ruta temática del fuego a conocidos y familiares?

Si
No

Nota: En caso de que su respuesta sea afirmativa, conteste la pregunta 15, caso contrario finalice la encuesta.

15. ¿A través de qué medio recomendaría la ruta temática del Fuego? Elija 2 opciones de respuesta.

	Opciones	respuesta
1	Facebook	
2	Instagram	
3	Twitter	
4	Youtube	
5	Interacciones personales	

Anexo 4 Resultados de entrevista a guía del MBE

- La entrevista se dio de manera estructurada y no estructurada debido que en el transcurso de esta se obtenía información relevante del proyecto.
- La Lic. Jacqueline Samaniego explico como ella siendo una servidora pública, siempre estará dispuesta a colaborar con cualquier proyecto que se presente para beneficio de su ciudad y de la institución que labora como lo es el BCBG. Así mismo, nos cuenta que antes el MBE contaba con muy pocas visitas, en la actualidad no ha variado mucho este número de llegadas de visitantes y es beneficioso que se esté pensando en una propuesta de ruta que permita que los visitantes tengan más opciones de recorrer la ciudad con nuevas alternativas turísticas y a su vez incrementar el número de visitantes al museo. No obstante, explica que el museo va para 2 años que no cobran valor por la entrada a este, anteriormente se cobraba 0,75ctvs por persona y se les daba el recorrido que duraba alrededor de 30 min por todas las instalaciones del museo.
- Respondiendo la pregunta si tendría o no un resultado positivo para el BCBG, explico sería positivo para la institución ya que esta siempre está en constante evolución para que tanto los ciudadanos guayaquileños como los extranjeros conozcan de la historia de los héroes de la casaca roja que día a día muestran su valor y lucha desinteresada por ayudar al prójimo.
- Entre las sugerencias que hace para el proyecto de la ruta del fuego, es que la ruta no sea pensada solo en recorrer ciertas edificaciones arquitectónicas y ciertos cuarteles o estaciones de bomberos, sino mencionar la historia de los incendios o los más grandes incendios que destruyeron casi toda la ciudad como lo fue el incendio grande de 1896, dándole un toque más histórico, relato de historias y muestras fotográficas del Guayaquil antiguo de su antes y después del incendio.

Anexo 5 Resultados de entrevista al bombero Silfredo Castro

- La entrevista se dio de manera no estructurada en el transcurso de esta se obtenía información relevante para el proyecto.
- Don Silfredo Castro menciono que es importante que la compañía nueve de octubre donde el labora es un edificio considerado patrimonio cultural del Ecuador y que para él es un honor que este sea su segundo hogar. Además, menciono que es relevante que la compañía sea un punto de interés en los sitios a visitar en la ruta y que es bueno que nosotros lo estemos considerando en el proyecto.
- El bombero rentado destaco que como un adicional en la ruta se muestre las instalaciones del cuartel y enseñar a los visitantes sus uniformes y las dependencias de la misma. Él nos señala que el estaría gustoso de poder mostrar a los visitantes y dar un recorrido por las instalaciones de su estación bomberil, siempre y cuando esto se socialice con jefatura y ellos den la aprobación de que los bomberos rentados puedan dar una breve explicación de sus uniformes y como asisten a una emergencia.
- Con respecto si es factible o no la ruta según su punto de vista manifestó que si sería factible realizar el diseño de la ruta y ponerla en marcha por el bajo costo que representa realizarla. Lo que él considera más costoso seria la promoción de esta. Mencionó “considero que hay que dar inicio a que la gente ubique primero la ubicación del MBE y luego pensar en una promoción para la ruta” si bien es cierto muy poco son los que conocen la ubicación del museo.

Anexo 6 Entrevista a MSc. Gabriel Castro

- La entrevista se realizó en las inmediaciones de la administración del pregrado de la facultad de ciencias sociales y humanísticas y se dio de manera no estructurada ya que la información brindada por el máster no seguía una directriz exacta y aclaraba dudas relevantes en este proyecto.
- El máster Gabriel también menciona que según su punto de vista uno de los lugares que debe formar parte el recorrido en la expuesta ruta del fuego, debe ser el Barrio las Peñas ya que esta zona puede dar una imagen de lo que fue la vida y arquitectura colonial.
- Por otra parte el entrevistado menciona que una realidad muy importante es que cuando llegó el gran incendio en 1896 casi todo Guayaquil se quemó y que a su vez con la llegada del mismo también se dieron otros acontecimientos que coinciden y que marcaron el después de la ciudad tras los siniestros, como el triunfo del iberismo junto con la primera guerra mundial y que repercutió con la llegada de pobladores europeos que huían de la guerra y que se asentaron en Guayaquil a más de la llegada del cemento como material de construcción, es por ello que la arquitectura de la ciudad tiene grandes rasgos europeos en la actualidad.
- Además, recalcó que el proyecto es una buena estrategia de promoción para el museo y para el turismo en general de la ciudad sin embargo se debería poner una idea extra que complemente un ámbito de innovación a la propuesta con el fin que sea de mayor interés para los visitantes. Una de las ideas propuestas por el master para complementar el proyecto es algún fundamento en artes escénicas ya que llaman la atención del visitante y ayuda a promover más el producto turístico.

Anexo 7 Resultados del grupo focal

- Para el grupo focal se contó con un formulario de preguntas estructuradas y con la participación de ocho bomberos voluntarios. Además, se contó con un prototipo de baja resolución del diseño de la ruta con los posibles puntos de interés para conocer opiniones y sugerencias de esta. Antes de empezar con las preguntas se les dio a conocer de que trataba el proyecto y la entrega de unas hojas a cada integrante para que conozcan de cómo sería la ruta.
- Dos de los ocho bomberos voluntarios son de nacionalidad chilena y residen en el Ecuador por más de diez años. Las edades que oscilaban los participantes eran de veinte años hasta los treinta y cinco años.
- Entre los resultados más relevantes y que los participaron mencionaron con respecto al diseño es que es importante que se ubiquen los puntos cardinales en la ruta y se dé una breve explicación del tema del proyecto.
- El Sub Oficial Marcelo León menciona “es necesario que en el trayecto de regreso hacia el museo existe un espacio muy largo de la ruta donde no hay nada que observar o visitar, te recomendaría que para que la caminata no sea tan silenciosa en esos espacios se cuente cosas interesantes como cuando los bomberos utilizaban el rio guayas como proveedor de agua se explique como hacían para transportar el agua”
- El Sub Oficial Bruno Maridueña que a su vez es estudiante de la carrera de ingeniería ambiental acotó que también sería importante que se investigue cual era el hospital más cercano donde trasladaban a los quemados en el gran incendio de 1896 como los transportaban hasta ese lugar con el fin de contar en el recorrido con datos curiosos que mantengan siempre atentos en todo el trayecto.
- El Sub Teniente Gustavo Giler menciona “sería interesante que se entregue una fotografía totalmente gratuita a los visitantes que realicen el recorrido como lo hacen en el Palacio de Carondelet cuando se hace una visita”
- Entre otras cosas, como análisis del grupo focal podemos llegar a la conclusión que se debería de hacer una ruta en la cual siempre se mantenga viva la atención de los visitantes. Además de que en la ruta nunca exista un espacio en el cual el guía se quede en silencio y que esta ruta tenga un elemento diferenciador a las otras rutas que se hacen en Guayaquil y que por lo general

no tienen tanta acogida por falta de promoción. Con la ruta del fuego se espera que se implemente y se atraiga más visitas tanto para el museo como para la ciudad.

Anexo 8 Evidencias fotográficas de la entrevista a guía del MBE



Anexo 9 Evidencia fotográfica de entrevista a bombero rentado



Anexo 10 Evidencia fotográfica de entrevista M.Sc Gabriel Castro



Anexo 11 Evidencia fotográfica del grupo focal



Anexo 12 Resultados de datos de encuestas

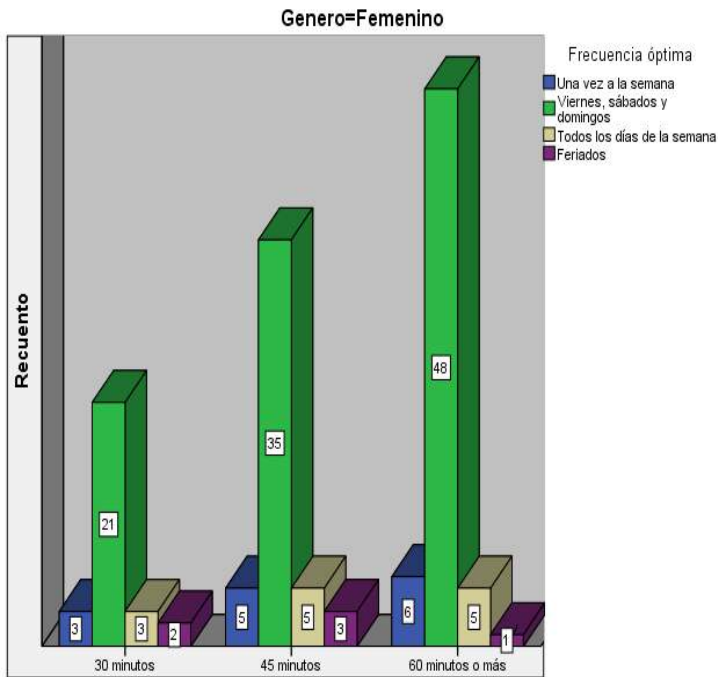


Gráfico 2. 1 Sexo-Frecuencia óptima-Duración. [Fuente: elaborado en SPSS]

30 minutos. Siendo todas estas la opción de frecuencia óptima de salida los viernes, sábados y domingo.

Contestaron un total de 137 o un 35% fueron encuestadas del género femenino. Analizando estas 3 variables se puede observar que 48 de las encuestadas les gustaría que el recorrido tenga una duración de 60 minutos o más y que la salida sea los viernes, sábados y domingos como la opción más aprobada. Seguido de 35 encuestadas que eligieron la duración de 45 minutos y 21 encuestadas con la duración de

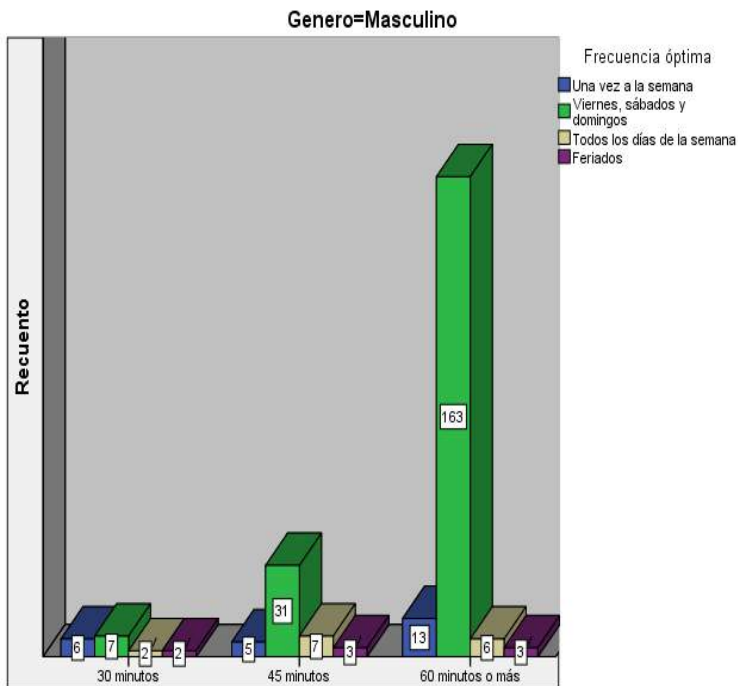


Gráfico 2. 2 Sexo-Frecuencia óptima-Duración. [Fuente: elaborado en SPSS]

Un total de 248 o 65% de los encuestados fueron del género masculino eligiendo en su mayoría la opción de que la ruta tenga una duración de 60 minutos o más y que salga los días viernes, sábados y domingo.

Seguido de la opción de la frecuencia óptima de salida los días viernes, sábados y domingos con una duración de 45 minutos.

Resultados:

Con un total de 248 encuestas y siendo el 65% los hombres son los más interesados en el producto turístico para el MBE mencionando que la ruta debería tener una duración de 60 minutos o más y que el recorrido de la ruta se opere los días viernes, sábados y domingos. No obstante, en el caso de las mujeres fueron igual las opciones de respuestas. Siendo así, estos hallazgos se esperan tomar en consideración para futuras decisiones como la duración apropiada que según los objetos de estudios seleccionaron y la frecuencia optima de salida que debería realizarse días viernes, sábados y domingos.

Tabla 2. 7 Tabla de contingencia Sistema de reserva-Metodología de reserva. [Fuente: elaborado en SPSS]

	Casos					
	Válidos		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
importancia de contar con un sistema de reserva * Metodología de reserva	379	98,4%	6	1,6%	385	100,0%

Tabla de contingencia importancia de contar con un sistema de reserva ^ Metodología de reserva

			Tipo de reserva				Total
			Reserva telefónica	Reserva online	Reserva presencial	Reserva por empresas turísticas	
importancia de contar con un sistema de reserva	Si	Recuento	59	263	29	28	379
		% dentro de importancia de contar con un sistema de reserva	15,6%	69,4%	7,7%	7,4%	100,0%
		% dentro de Metodología de reserva	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Total		Recuento	59	263	29	28	379
		% dentro de importancia de contar con un sistema de reserva	15,6%	69,4%	7,7%	7,4%	100,0%
		% dentro de Metodología de reserva	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

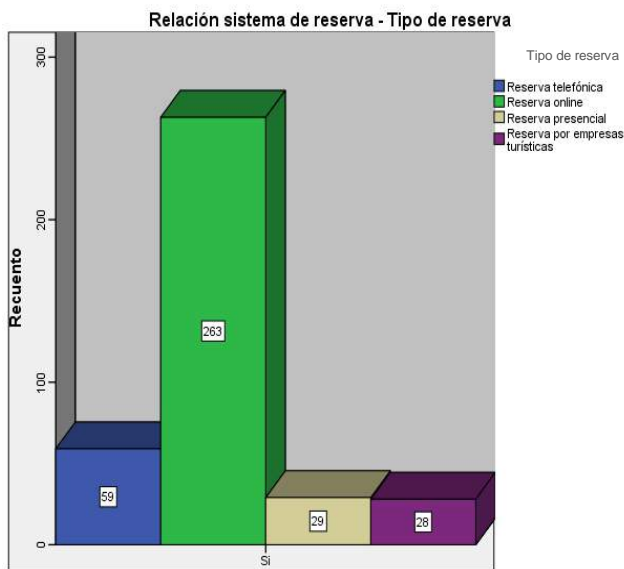


Gráfico 2. 3 Variables Sistema de reserva-Tipo de reserva [Fuente: elaborado en SPSS]

Se procedió hacer el análisis de estas 2 variables a través de una tabla de contingencia en el que de los 385 de los encuestas tuvimos 6 valores perdidos o personas que no contestaron esta pregunta, es por esto que solo para el estudio se tomaran en cuenta 379 encuestados o el 98,4% que son parte del objeto de estudio.

Resultados: Los encuestados que fueron 379 mencionaron que sería bueno contar con un sistema de reserva y que el tipo de reserva fuera la online con mayor cantidad de aceptación, seguida de 59 respuestas a favor de la reserva telefónica y por ultimo con 29 y 28 encuestados llegando a las opciones menos favorecidas como la reserva presencial y reserva por empresas turísticas respectivamente.

Anexo 13 Resultados de datos de encuestas por objetivos

Objetivo 1:

Identificar si la falta de nuevos productos turísticos con dirección a un público específico afecta a las visitas en el MBE.

Hipótesis 1:

Ho: La falta de nuevos productos turísticos afecta la llegada de visitantes al MBE

Ha: La falta de nuevos productos turísticos no afecta la llegada de visitantes al MBE.

Pregunta de encuesta: ¿Qué tan interesante le parece las siguientes actividades que se podrían implementar en la ruta?

Análisis:

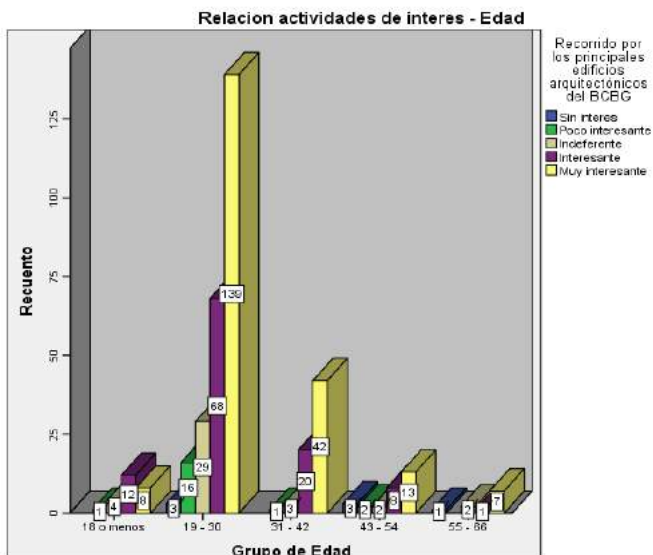


Gráfico 2. 4 Recorrido por los principales edificios arquitectónicos del BCBG. [Fuente: elaborado en SPSS]

La opción de principales edificios arquitectónicos pertenecientes al BCBG, seleccionaron 139 de los encuestados con un rango de edad de 19 a 30 años que sería muy interesante realizar esta actividad. Seguido de 42 encuestados con un rango de 31 a 42 años, 13 encuestados de 43 a 54 años. Todos mencionando que les parece muy interesante esta actividad.

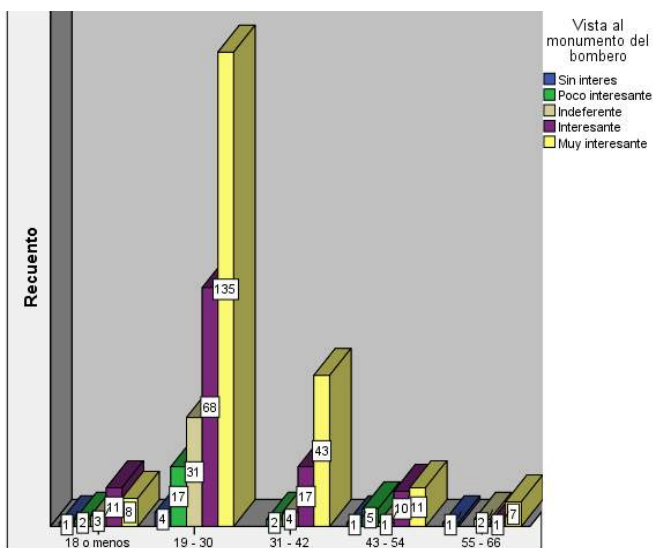


Gráfico 2. 5 Visita al monumento del bombero. [Fuente: Elaborado en SPSS]

Para la opción de visitar al monumento del bombero 135 de los encuestados con un rango de edad de 19 a 30 años, luego 43 de los encuestados con un rango de edad de 31 a 42 años seguido de 11 encuestados con un rango de edad de 43 a 54 años seleccionaron como muy interesante esta actividad.

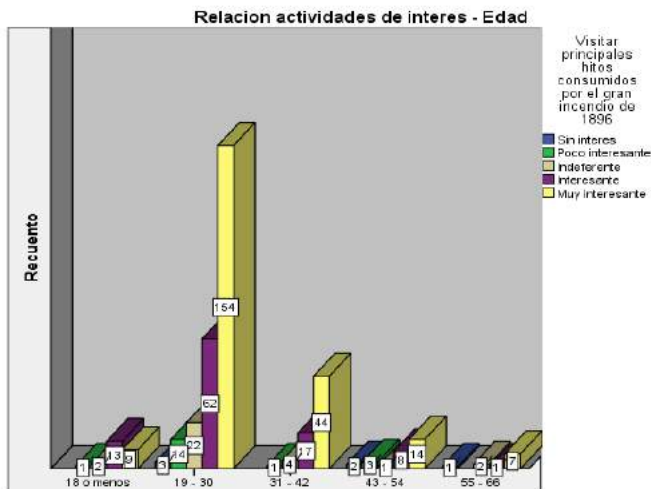


Gráfico 2. 6 Visitar principales hitos consumidos por el gran incendio de 1896.
[Fuente: Elaborado en SPSS]

Para la opción de visitar los principales hitos consumidos por el gran incendio de 1896 154 de los encuestados con un rango de edad de 19 a 30 años, luego 44 de los encuestados con un rango de edad de 31 a 42 años, seguido de 14 encuestados con un rango de edad de 43 a 54 años seleccionaron como muy interesante esta actividad.

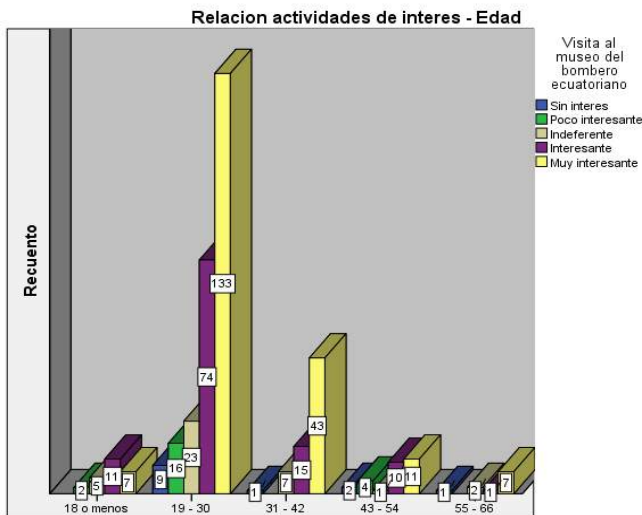


Gráfico 2. 7 Visita al Museo del Bombero Ecuatoriano "Crnl. Félix Luque Plata".
[Fuente: SPSS]

La alternativa de visitar el museo del bombero ecuatoriano 133 de los encuestados con un rango de edad de 19 a 30 años, luego 43 de los encuestados con un rango de edad de 31 a 42 años, seguido de 7 encuestados con un rango de edad de 43 a 54 años seleccionaron como muy interesante esta actividad.

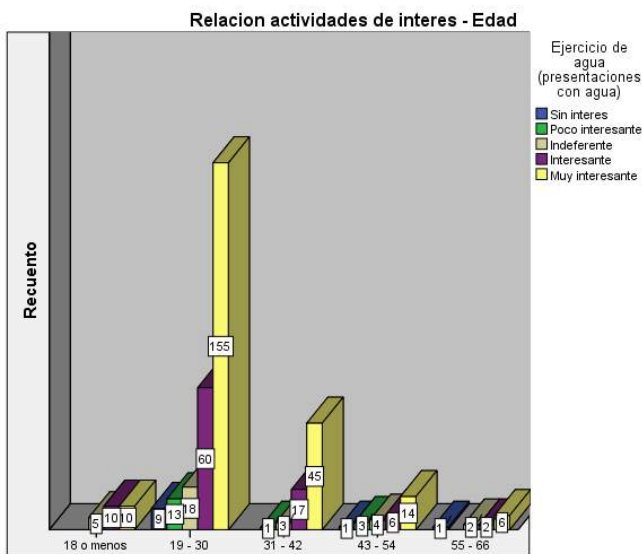


Gráfico 2. 8 Ejercicio de agua. [Fuente: elaborado en SPSS]

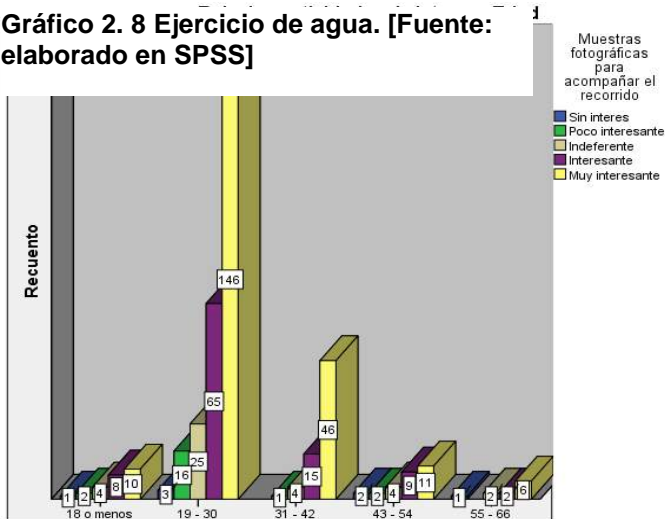


Gráfico 2. 9 Muestras fotográficas para acompañar el recorrido. [Fuente: SPSS]

Ejercicio de agua que son presentaciones con agua y las unidades seleccionaron 155 de los encuestados con un rango de edad de 19 a 30 años, luego 45 de los encuestados con un rango de edad de 31 a 42 años, seguido de 14 encuestados con un rango de edad de 43 a 54 años seleccionaron como muy interesante esta actividad.

Las muestras fotográficas para acompañar en el recorrido seleccionaron como muy interesante 146 de los encuestados con un rango de edad de 19 a 30 años, luego 46 de los encuestados con un rango de edad de 31 a 42 años, seguido de 11 encuestados con un rango de edad de 43 a 54 años.

Entre las opciones de mayor preferencia por los encuestados y que consideraron como muy interesante fue ejercicio de agua como la más seleccionada, seguida de visitar los principales hitos que fueron consumidos en el incendio grande de 1896 y por ultimo muestras fotográficas para acompañar el recorrido entre las opciones más destacadas por los encuestados.

Resultados:

La mayor cantidad de los encuestados en esta pregunta se muestran favorables a estas opciones, pues se exponen posibles nuevas actividades a realizarse en el recorrido de la ruta para complementar la oferta de productos del MBE. Aparte de que los productos ofertados por la institución son designados mayormente a un público en

específico que son los niños. Se pudo notar que la gran mayoría eran individuos de 19 a 30 años. Por consiguiente, se aprueba la hipótesis nula (H_0) que menciona que “La falta de nuevos productos afecta la llegada de visitantes al MBE” por lo que se puede decir que es un factor clave a la disminución de visitantes al museo por dirigirse a un solo público.

Objetivo 2:

Identificar las cualidades que los visitantes desean apreciar en un guía turístico al prestar su servicio.

Hipótesis 2:

Ho: La ausencia de cualidades en un guía afecta en el incremento de visitas.

Ha: La ausencia de cualidades en un guía no afecta en el incremento de visitas.

Pregunta de encuesta: ¿Cuál cree usted que debe ser la característica más relevante de un guía turístico?

Análisis:

Tabla 2. 8 Característica relevante guía turístico. [Fuente: Elaborado en SPSS]

		Respuestas	
		Nº	Porcentaje
Cualidades de un guía ^a	Dominio de dos idiomas	184	24,8%
	Empatía	172	23,2%
	Proactivo	147	19,8%
	Dominio del tema	175	23,6%
	Animación	63	8,5%
Total			

El 24,8% de los encuestados consideran entre la principal cualidad que debería tener un guía es el del dominio de dos idiomas, seguido de un 23,6% que hace mención al dominio del tema y muy seguido por empatía con un 23,2%. Otras 2 opciones más distantes fueron la de proactividad con un 19,8% y por último la de animación con 8,5%.

Resultados:

La gran parte de los encuestados escogieron como las 2 opciones con mayor relevancia, el dominio de dos idiomas y dominio del tema como las cualidades que debería tener un guía. Por con siguiente, la hipótesis nula (Ho) se acepta siendo probablemente otro factor de disminución de visitantes extranjeros por no dominar otro idioma a parte del idioma natal.

Objetivo 3:

Identificar los principales medios de información que utilizan los visitantes para la obtención de información acerca de productos turísticos.

Hipótesis 3

Ho: Los medios de información no permiten que el visitante conozca acerca de productos turísticos.

Ha: Los medios de información permiten que el visitante conozca acerca de productos turísticos.

Análisis:

Tabla 2. 9 Medios de información. [Fuente: Elaborado en SPSS]

		Respuestas		Porcentaje de casos
		Nº	Porcentaje	
medios para conocerinformacion ^a	Publicaciones en redes sociales	266	34,5%	69,5%
	Publicaciones en periódicos o revistas	195	25,3%	50,9%
	Publicaciones en medio de televisión	174	22,5%	45,4%
	Cuñas publicitarias radiales	29	3,8%	7,6%
	Volantes y afiches	108	14,0%	28,2%
Total		772	100,0%	201,6%

Para conocer acerca de un producto turístico, les gustaría enterarse de información relevante por medio de redes sociales siendo el 34,5% de encuestados, seguido por publicaciones en prensa escrita con un 25,3%, luego otra opción medianamente seleccionada fue la distribución de información por medio de volantes y afiches con 14% y por último, con tan solo un 3,8% fue transmitir en medios radiales mediante cuñas publicitarias. Sumando todos estos un 100% o un total de 385 encuestados para alcanzar uno de los objetivos.

Resultados:

En gran cantidad entre las opciones más destacadas fueron la de publicaciones tanto en redes sociales como en periódicos o revistas, para conocer información acerca del producto turístico. Consecuentemente, la hipótesis nula (Ho) se rechaza y se acepta la hipótesis alterna (Ha) puesto que hace mención que “Los medios de información permiten que el visitante conozca acerca de productos turísticos” siendo como principales generadores de obtención de información según la encuesta las publicaciones en redes sociales y prensa escrita.

CARACTERIZACIÓN DE LA COMUNIDAD

1.- Datos Generales

La comunidad está ubicada en la Provincia Del Guayas, el nombre del Cantón es Guayaquil. Su número aproximado de habitantes que hay en el conglomerado urbano es de 2'671.801 habitantes del último censo realizado en el 2010 por el INEC misma información está proyectada al año 2018 según el observatorio de Guayaquil.

2.- Oferta de servicios

En la comunidad existe un gran número de establecimientos en el área de alojamiento y están distribuidos de la siguiente manera:

- ✓ 65 Hoteles
- ✓ 47 Hosterías
- ✓ 1 Hostales

Establecimientos de alimentos y bebidas encontramos:

- ✓ 2635 Restaurantes.
- ✓ 310 Cafeterías
- ✓ 310 Bares
- ✓ 1084 fuentes de soda

Establecimientos de intermediación:

- ✓ 62 agencias de viajes
- ✓ 70 operadoras de turismo

3.- Infraestructura de servicios básicos.

Transporte y accesibilidad

Desde el pueblo más cercano de que es el denominado Cantón Duran hay una distancia de 3.5 km hasta la entrada de la ciudad de Guayaquil, misma distancia que en vehículo se encuentra a un determinado tiempo de 5 minutos aproximadamente

Las principales vías de acceso a la comunidad están pavimentadas, asfaltadas y adoquinadas en otros sectores. Para llegar a la comunidad existe señalización vial, sin embargo, no existe señalización turística.

En la comunidad de Guayaquil hacen uso de varios tipos de transporte público como:

- ✓ Bus
- ✓ Taxis
- ✓ Y el principal sistema integrado de transporte masivo urbano de la ciudad de Guayaquil.

Las terminales o estaciones que existen en la comunidad son:

- ✓ Terminal terrestre de Guayaquil.
- ✓ Terminales principales del sistema integrado de transporte masivo urbano de la ciudad de Guayaquil.
- ✓ Estaciones de taxis

Las Cooperativas de transporte público que prestan servicio de transporte a la comunidad son:

Todas las cooperativas mencionadas en el siguiente cuadro brindan su servicio de transportación desde el lugar de origen hasta el destino Guayaquil, poniendo a disposición su servicio a todos los pobladores y turistas para la distribución desde o hacia destinos fuera de la ciudad, cada uno con una frecuencia aproximada estándar de 30 minutos.

Baños	Zaracay	Reina del camino	Loja	Ejecutivo San Luis	Ciudad de Piñas
Chimborazo	Alausi	Rutas Balzareñas	El dorado	Express sucre	Liberpesa
CITA express	Trans. Esmeraldas TEISA	Riobamba	Express Atenas	Super Semeria	Eurotaxi
Flota pilileo	FBI	Colta	Nambija	Libertad Peninsular	Flota Imbabura
Transandina express	Salitre	Nuca llacta	Carlos Alberto Aray	Occidentales	Panamericana internacional

Santa	Coactur	Caluma	Santa rosa de colimes	TAC	San Cristóbal
-------	---------	--------	-----------------------------	-----	---------------

4.- Comunicaciones

La ciudad de Guayaquil cuenta con numero amplio de servicio de líneas telefónicas, como claro, sin embargo, CNT es la principal y más importante empresa de línea telefónica fija, misma que cuenta con su edificio matriz ubicado en la Av. Guillermo Pareja Rolando

5.- Sanidad

Por medio de la red pública llega el servicio de agua entubada, la que es tratada con cloro, se beneficia al 100% de la población.

El sistema de alcantarillado que existe en la ciudad es la red pública misma que está liderada por el GAD municipal y la alianza con la empresa Interagua.

En la comunidad de Guayaquil el 100% de los habitantes hacen uso del excusado y alcantarillado para la eliminación de excretas. Además, el medio de eliminación de la basura de La comunidad es a través de carros recolectores de basura, mismos que son liderados por la empresa "Puerto Limpio"

De los establecimientos de salud encontramos:

- ✓ 3 subcentro de salud.
- ✓ 2 Centro de salud
- ✓ 19 hospitales

7.- Energía

Si hay servicio de energía eléctrica en la comunidad, el 100% de la población tiene este servicio. Este servicio es brindado por la corporación nacional de electricidad CNEL.

En la ciudad existen aproximadamente 46 estaciones servicio de combustible distribuidos tanto en el norte, como centro y sur de la urbe porteña así también como en las afueras de la ciudad.

8.- Gobernanza

La Comunidad de Guayaquil ha recibido apoyo para su desarrollo.

- ✓ La ciudad de Guayaquil cuenta con el respaldo de su ente gubernamental principal, GAD municipal que plantea proyectos de mejora urbana y turística.
- ✓ Los principales ministerios están ubicados a través de toda la ciudad
- ✓ El ministerio de turismo a categorizado a Guayaquil como una ciudad de turismo de negocios
- ✓ Algunos edificios de la ciudad son considerados patrimonio cultural, como la jefatura del cuerpo de bomberos de Guayaquil y el barrio las peñas.
- ✓ Existe un plan de desarrollo urbano denominado Plan Masa para desarrollo urbano del sector sur de Guayaquil

Actualmente Existe un Plan de desarrollo en nacional que tiene como foco principal la ciudad de Guayaquil, proyecto denominado Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021

9.- Comunidad receptora

Basándonos en la Fuente INEC obtuvimos la información del Censo de Población y Vivienda realizado en el 2010, donde se detallan las principales actividades económicas a las que se dedica la población:

- ✓ Comercio al por mayor y menor.
- ✓ Suministro de electricidad.
- ✓ Industrias Manufactureras
- ✓ Turismo

De las personas encuestadas el 80% trabaja formalmente en el turismo y el 20% informalmente. En la comunidad realizan trabajos en grupo o mingas si así lo solicita la comunidad. La Comunidad ha participado en la elaboración de planes tanto con el municipio como con el gobierno provincial.

Destrezas para turismo encontradas en la comunidad.

- ✓ Personas con dominio de idioma Ingles
- ✓ Ferias de turismo y gastronomía
- ✓ Actividades turísticas y recreativas

Actitud de la comunidad al turismo

Un 80% considera al turismo como un instrumento importante de desarrollo. Un 20% considera al turismo como actividad alterna.

CARACTERIZACIÓN DE LA DEMANDA

1.1. Existe demanda turística hacia la comunidad.

SI

1.2. La comunidad tiene una demanda diaria aproximada de:

Visitantes de martes a viernes: 100 personas

Visitantes días sábados: 40 personas

Visitantes los domingos: 40 personas

Visitantes los días feriados: 600 personas

Fuente de información: Lic. Jacqueline Samaniego

1.3. Frecuencia de demanda:

Es permanente todo el año, sin embargo, hay días que solo van de 1 a 3 visitantes.

Las temporadas de mayor afluencia de turistas son los meses de Junio (Día Internacional del Niño), Julio (Fiesta de fundación de la ciudad de Guayaquil) y Octubre (Fiestas Octubrinas).

1.4. Forma de viaje

Al momento de decidir su forma de viajar lo hace de dos formas: independiente y organizada todo varía del perfil del turista, no obstante, las personas que visitan el MBE lo hacen de las 2 formas. La primera de forma independiente cuando pasan por el lugar y la segunda de forma organizada por medio de empresas de turistas como agencias de viajes que llevan a grupos de turistas para realizar el recorrido.

1.5. Tipo de demanda que posee la comunidad:

Con respecto al origen de la demanda en un menor porcentaje son turistas internacionales, seguido de un gran porcentaje y casi en su totalidad son turistas nacionales y regionales.

Con respecto al tipo de estadía de la demanda tenemos excursionistas del día y turistas que pernoctan en hoteles que se encuentran en el centro de Guayaquil.

Fuente de información: Lic. Jacqueline Samaniego

1.6. El gasto promedio diario de los visitantes es:

El gasto diario que efectúan los turistas extranjeros es en promedio es de \$380 dólares por personas del segmento de congresos y eventos, a diferencia de los excursionistas que gastan en promedio \$3.00 hasta \$10,00 en gastos varios para llegar al Museo y los turistas nacionales gastan alrededor de \$250.

1.7. Indique tres razones o atractivos principales por los cual es visitada la comunidad

Las 3 razones principales por el cual un turista o excursionista llega a este atractivo es por formar parte de la institución siendo bomberos y querer mostrar a sus conocidos información e historia relevante de hechos, datos o imágenes que se encuentran dentro de las instalaciones del museo. Además, debido a la distancia entre los atractivos más cercanos como el barrio las peñas y el Malecón permiten que los visitantes pasen y noten la existencia del MBE y por último, de igual importancia por ser considerado el Museo de Bombero más grande y completo de Latinoamérica.

1.8. Los servicios turísticos que consumen los visitantes son:

Los servicios que el visitante consume con más frecuencia son los servicios de guianza, seguido de compras de recuerdos y participación de talleres que se abren en el periodo vacacional.

Anexo 16 Ficha para el levantamiento y jerarquización de atractivo turístico - Monumento conmemorativo al bombero ecuatoriano



FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																				
Código del atractivo:	0	9	0	1	0	3	M	C	0	1	0	7	0	2	0	0	1			
	Provincia	Cantón			Parroquia			Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía		Atractivo							
1. DATOS GENERALES																				
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																				
Monumento del Bombero Ecuatoriano																				
1.2 Categoría					1.3 Tipo					1.4 Subtipo										
MANIFESTACIONES CULTURALES					ARQUITECTURA					MONUMENTOS										
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO																				
2.1 Provincia					2.2 Cantón					2.3 Parroquia										
GUAYAS					GUAYAQUIL					CARBO (CONCEPCIÓN)										
2.4 Barrio, Sector o Comuna					2.5 Calle Principal					2.6 Número		2.7 Transversal								
CENTRICO					AV. NUEVE DE OCTUBRE					ESCOBEDO		ESCOBEDO								
2.8 Latitud (grados decimales)					2.9 Longitud (grados decimales)					Clic		2.10 Altura (msnm)								
-2.191298					-79.863711							4M								
2.11 Información del administrador																				
a. Tipo de Administrador:					b. Nombre de la Institución:					c. Nombre del Administrador:										
JEFE					BENEMERITO CUERPO DE BOMBEROS DE GUAYAQUIL					CORNONEL MARTIN CUCALON DE ICAZA										
d. Cargo que ocupa:					e. Teléfono / Celular:					f. Correo Electrónico:										
PRIMER JEFE					0423714840					CINTHYA.CHAVEZ@BOMBEROSGUAYAQUIL.GOB.EC										
Observaciones:																				
3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO																				
3.1 Características climatológicas <input checked="" type="checkbox"/>																				
a. Clima:					b. Temperatura(°C):					c. Precipitación Pluviométrica (mm):										
CALIDO Y HUMEDO					27 - 31					265										
3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U) <input type="checkbox"/>																				
a. Cultura					b. Naturaleza					c. Aventura										
<input checked="" type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>										
3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico <input type="checkbox"/>																				
a. Prístino			b. Primitivo			c. Rústico Natural			d. Rural			e. Urbano								
<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>								
3.4 Ingreso al atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>																				
a. Tipo de Ingreso:			b. Horario de Atención			c. Atención														
						Todos los días			Fines de semana y feriados			Solo días hábiles			Otro			Especificar		
Libre <input checked="" type="checkbox"/>			Ingreso: 8:00 Salida: 17:00			<input checked="" type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>			texto		
Restringido <input type="checkbox"/>			Ingreso: 0:00 Salida: 0:00			<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>			texto		
Pagado <input type="checkbox"/>			Ingreso: 0:00 Salida: 0:00			<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>			texto		
d. Maneja un sistema de reservas:					f. Forma de Pago					e. Precio:										
<input type="checkbox"/>					Efectivo <input type="checkbox"/> Dinero Electrónico <input type="checkbox"/> Depósito Bancario <input type="checkbox"/> Tarjeta de Débito <input type="checkbox"/>					Desde: 0.00 Hasta: 0.00										
					Tarjeta de Crédito <input type="checkbox"/> Transferencia Bancaria <input type="checkbox"/> Cheque <input type="checkbox"/>															
g. Meses recomendables de visita:																				
Observaciones: AL SER UN ELEMENTO QUE SE ENCUENTRA EN EXTERIORES NO SE TIENE UNA HORA ESTABLECIDA, SIN EMBARGO SE SUGIERE ESTAS HORAS ESTABLECIDAS EN EL ÍTEM 3.4.																				
4. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO <input checked="" type="checkbox"/>																				
a. Nombre de la ciudad o poblado más cercano (Que presente condiciones mínimas de servicios):																				
DURAN																				
b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano:					c. Tiempo estimado de desplazamiento en auto:					d. Coordenadas (grados decimales):										
9.2 km					0.16 h/min					Lat.: -2.16039 Long.: -79.845671										
Observaciones: LA REFERENCIA DE POBLACIÓN MÁS CERCANA ES EL CANTÓN DURAN ESPECIFICAMENTE LA ESTACIÓN DEL TREN																				
4.2 Vías de Acceso (M) <input checked="" type="checkbox"/>																				
a. Tipo de vía																				
Tipo de vía																				
Coordenada de inicio																				
Coordenada de fin																				
Distancia (km)																				
Tipo de material																				
Estado																				
a. Primer orden <input checked="" type="checkbox"/>																				
-2.150163;-79.886749																				
-2.192476;-79.879533																				
1.4																				
ADOQUINADA																				
Bueno																				

		b. Segundo orden	<input type="checkbox"/>	0	0	0	texto				
		c. Tercer orden	<input type="checkbox"/>	0	0	0	texto				
Observaciones: DESDE EL PARQUE CENTENARIO HASTA EL EMICICLO DE LA ROTONDA MALECON 2000											
b. Acuático (U)	<input type="checkbox"/>	Marítimo	<input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto	Estado	Puerto / Muelle de Llegada	texto	Estado		
	<input type="checkbox"/>	Lacustre	<input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto		Puerto / Muelle de Llegada	texto			
	<input type="checkbox"/>	Fluvial	<input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto		Puerto / Muelle de Llegada	texto			
Observaciones:											
c. Aéreo (U)		Nacional:			<input type="checkbox"/>	Internacional:			<input type="checkbox"/>		
Observaciones:											
4.3 Servicio de transporte (M) <input checked="" type="checkbox"/>											
a. Bus	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Buseta	<input type="checkbox"/>	c. Transporte 4x4	<input type="checkbox"/>	d. Taxi	<input checked="" type="checkbox"/>	e. Moto taxi	<input type="checkbox"/>	f. Teleférico	<input type="checkbox"/>
g. Lancha	<input type="checkbox"/>	h. Bote	<input type="checkbox"/>	i. Barco	<input type="checkbox"/>	j. Canoa	<input checked="" type="checkbox"/>	k. Avión	<input type="checkbox"/>	l. Avioneta	<input type="checkbox"/>
m. Helicóptero	<input type="checkbox"/>	n. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique							
Observaciones:											
4.3.1 Detalle de transporte hacia el atractivo (M) <input type="checkbox"/>											
a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio		b. Estación / terminal		c. Frecuencia				d. Detalle (Traslado origen / destino)			
				Diaria	Semanal	Mensual	Eventual				
SISTEMA INTEGRADO DE TRANSPORTE MASIVO URBANO DE LA CIUDAD DE GUAYACUIL		TERMINAL PASCUALES		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	TRASLADO POR ESTACIONES DESIGNADAS			
				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
4.4 Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad (M) <input type="checkbox"/>											
a. Accesibilidad motriz		<input type="checkbox"/>	b. Accesibilidad visual		<input type="checkbox"/>	c. Accesibilidad auditiva		<input type="checkbox"/>	d. No es accesible		<input checked="" type="checkbox"/>
Observaciones:											
4.5 Señalización <input type="checkbox"/>											
a. Señalización de aproximación al atractivo		<input type="checkbox"/>	Estado (U)		Bueno	<input type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	Malo		<input type="checkbox"/>
Observaciones:											
5. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>											
5.1 Planta turística (M) <input checked="" type="checkbox"/>											
a. En el Atractivo					b. En la ciudad o poblado cercano						
<input checked="" type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>						
Alojamiento	<input checked="" type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas	Alojamiento	<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas		

Hotel	<input checked="" type="checkbox"/>	65	5103	9723	Hotel	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Hostel	<input checked="" type="checkbox"/>	47	876	1775	Hostal	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Hosteria	<input checked="" type="checkbox"/>	1	30	74	Hosteria	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Hacienda Turística	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hacienda Turística	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Lodge	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Lodge	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Resort	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Resort	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Refugio	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Refugio	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Campamento Turístico	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Campamento Turístico	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Casa de Huéspedes	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Casa de Huéspedes	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Observaciones:					Observaciones:						
Alimentos y bebidas		<input checked="" type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas	Alimentos y bebidas		<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas
Restaurantes	<input checked="" type="checkbox"/>	2635	28523	108944	Restaurantes	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Cafeterías	<input checked="" type="checkbox"/>	310	3009	12036	Cafeterías	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Bares	<input checked="" type="checkbox"/>	310	3543	14172	Bares	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Fuentes de soda	<input checked="" type="checkbox"/>	1064	4061	15811	Fuentes de soda	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Observaciones:					Observaciones:						
Agencias de Viaje		<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados		Agencias de Viaje		<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados			
Mayoristas	<input type="checkbox"/>	26		Mayoristas	<input type="checkbox"/>	0					
Internacionales	<input type="checkbox"/>	96		Internacionales	<input type="checkbox"/>	0					
Operadoras	<input type="checkbox"/>	70		Operadoras	<input type="checkbox"/>	0					
Observaciones:					Observaciones:						
Guía	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	Aventura	Guía	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	Aventura
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Observaciones:					Observaciones:						
5.2 Facilidades en el entorno al atractivo					<input type="checkbox"/>						
Categoría (M)	Tipo (M)	Cantidad	Coordenadas	Administrador	Accesibilidad universal	Estado (U)					
						B	R	M			
a. De apoyo a la gestión turística	Punto de Información	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	I-Tur	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	Centro de Interpretación	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	Centro de facilitación turística	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
b. De observación y vigilancia	Centros de recepción de visitantes	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	Cariles de guardería	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	Miradores	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	Torres de avistamiento de aves	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
c. De recorrido y descanso	Torres de vigilancia para salvavidas	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	Senderos	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	Estaciones de sombra y descanso	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	Áreas de acampar	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
d. De servicio	Refugio de alta montaña	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	Baterías sanitarias	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
e. Otros	Estacionamiento	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
		<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			

Observaciones:					
6.3 Complementarios a la actividad turística (M) <input checked="" type="checkbox"/>					
a. En el Atractivo <input checked="" type="checkbox"/>			b. En la ciudad o poblado cercano <input checked="" type="checkbox"/>		
Aquiler y venta de equipo especializado <input type="checkbox"/>	Venta de artesanías y merchandising <input type="checkbox"/>		Aquiler y venta de equipo especializado <input type="checkbox"/>	Venta de artesanías y merchandising <input checked="" type="checkbox"/>	
Casa de cambio <input checked="" type="checkbox"/>	Cajero automático <input checked="" type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>	Casa de cambio <input type="checkbox"/>	Cajero automático <input checked="" type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>
Especifique: <u>leído</u>			Especifique: <u>leído</u>		
Observaciones:					
6. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/N <input type="checkbox"/>					
6.1 Atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>					
a. Conservado <input checked="" type="checkbox"/>	b. Alterado <input type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/>	d. Deteriorado <input type="checkbox"/>		
Observaciones:					
6.1.1 Factores de alteración y deterioro (M)					
6.1.1.1 Naturales (M)			6.1.1.2 Antropicos / Antropogénicos (M)		
a. Erosión <input type="checkbox"/>	b. Humedad <input type="checkbox"/>	c. Desastres naturales <input type="checkbox"/>	d. Flora/Fauna <input type="checkbox"/>	e. Clima <input checked="" type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>
a. Actividades agrícolas y ganaderas <input type="checkbox"/>	b. Actividades forestales <input type="checkbox"/>	c. Actividades extractivas / mineras <input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales <input type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono <input type="checkbox"/>	f. Husquearías <input type="checkbox"/>
g. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/>	h. Condiciones de uso y exposición <input type="checkbox"/>	i. Falta de mantenimiento <input type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente <input checked="" type="checkbox"/>	k. Generación de residuos <input type="checkbox"/>	l. Expansión urbana <input checked="" type="checkbox"/>
m. Conflicto político / social <input type="checkbox"/>	n. Desarrollo industrial / comercial <input checked="" type="checkbox"/>	o. Vandalismo <input type="checkbox"/>	Especifique:		
Observaciones:					
6.2 Entorno (U) <input checked="" type="checkbox"/>					
a. Conservado <input checked="" type="checkbox"/>	b. Alterado <input type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/>	d. Deteriorado <input type="checkbox"/>		
Observaciones:					
6.2.1 Factores de alteración y deterioro (M)					
6.2.1.1 Naturales (M)			6.2.1.2 Antropicos / Antropogénicos (M)		
a. Erosión <input type="checkbox"/>	b. Humedad <input type="checkbox"/>	c. Desastres naturales <input type="checkbox"/>	d. Flora/Fauna <input type="checkbox"/>	e. Clima <input checked="" type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>
a. Actividades agrícolas y ganaderas <input type="checkbox"/>	b. Actividades forestales <input type="checkbox"/>	c. Actividades extractivas / mineras <input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales <input type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono <input type="checkbox"/>	f. Husquearías <input type="checkbox"/>
g. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/>	h. Condiciones de uso y exposición <input type="checkbox"/>	i. Falta de mantenimiento <input type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente <input checked="" type="checkbox"/>	k. Generación de residuos <input type="checkbox"/>	l. Expansión urbana <input checked="" type="checkbox"/>
m. Conflicto político / social <input type="checkbox"/>	n. Desarrollo industrial / comercial <input checked="" type="checkbox"/>	o. Vandalismo <input type="checkbox"/>	Especifique:		
Observaciones:					
6.3. Declaratoria del espacio turístico asociado al atractivo <input checked="" type="checkbox"/>					
a. Declarante:	ALCALDIA DE GUAYAZUL	b. Denominación:	HUMENAJE AL BOMBERO GUAYAZULENSE	b. Fecha de declaración:	30 DE OCTUBRE DE 2018
c. Alcance:	LOCAL				
Observaciones:					
7. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/N <input type="checkbox"/>					
7.1 Servicios Básicos <input checked="" type="checkbox"/>					
a. En el atractivo <input checked="" type="checkbox"/>			b. En la ciudad o poblado mas cercano <input checked="" type="checkbox"/>		
Agua <input checked="" type="checkbox"/>	Especifique: <u>POTABLE</u>		Agua <input checked="" type="checkbox"/>	Especifique: <u>TANQUERO</u>	
Energía eléctrica <input checked="" type="checkbox"/>	Especifique: <u>RED DE EMPRESA ELECTRICA DE SERVICIO PUBLICO</u>		Energía eléctrica <input checked="" type="checkbox"/>	Especifique: <u>RED DE EMPRESA ELECTRICA DE SERVICIO PUBLICO</u>	
Saneamiento <input checked="" type="checkbox"/>			Saneamiento <input checked="" type="checkbox"/>		

Especifique: RED PÚBLICA		Especifique: POZO SEPTICO						
Disposición de desechos <input checked="" type="checkbox"/>		Disposición de desechos <input type="checkbox"/>						
Especifique: CARRO RECOLECTOR		Especifique: CARRO RECOLECTOR						
Observaciones:								
7.2 Señalética en el atractivo <input checked="" type="checkbox"/>								
7.2.1 Ambiente	7.2.2. Tipo	7.2.3. Materialidad				7.2.4. Estado		
		a. Madera	b. Aluminio	c. Otro	Especifique	B	R	M
En áreas urbanas <input type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de atractivos turísticos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de sitio	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems direccionales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
En áreas naturales <input type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Señales turísticas de aproximación	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Paneles de direccionamiento hacia atractivos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de atractivos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de direccionamiento hacia atractivos, servicios y actividades	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Mesas interpretativas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Totem de sitio	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Totem de direccionamiento	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Leteros informativos <input type="checkbox"/>	De información botánica	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Normativos de concienciación	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Señalética interna de seguridad <input type="checkbox"/>	Protección de los elementos del atractivo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otros <input checked="" type="checkbox"/>	PLACA CONMEMORATIVA INFORMATIVA							
Observaciones:								
7.3 Salud (más cercano) (M) <input checked="" type="checkbox"/>								
a. En el atractivo <input checked="" type="checkbox"/>		b. En la ciudad o poblado más cercano <input checked="" type="checkbox"/>						
Hospital o Clínica <input checked="" type="checkbox"/>	Cambios	3	Hospital o Clínica <input checked="" type="checkbox"/>	1				
Puesto / Centro de salud <input type="checkbox"/>		0	Puesto / Centro de salud <input checked="" type="checkbox"/>	17				
Dispensario médico <input checked="" type="checkbox"/>		1	Dispensario médico <input type="checkbox"/>	0				
Botiquín de primeros auxilios <input checked="" type="checkbox"/>		1	Botiquín de primeros auxilios <input type="checkbox"/>	0				
Otros <input type="checkbox"/>		0	Otros <input type="checkbox"/>	0				
Observaciones:								
7.4 Seguridad (M) <input type="checkbox"/>								
a. Privada <input type="checkbox"/>	Cambios	texto						
b. Policía nacional <input checked="" type="checkbox"/>		0	UPC NUEVE DE OCTUBRE POLICIA NACIONAL					

c. Policía metropolitana / Municipal <input checked="" type="checkbox"/>		POLICIA METROPOLITANA MUNICIPAL DE GUAYAQUIL	
d. Otra <input type="checkbox"/>		texto	
Observaciones:			
7.5 Servicio de comunicación de uso público (M) <input checked="" type="checkbox"/>			
a. En el atractivo <input checked="" type="checkbox"/>		b. En la ciudad o poblado mas cercano <input checked="" type="checkbox"/>	
Telefonía (M) <input type="checkbox"/>		Conexión a internet (M) <input type="checkbox"/>	
Fija <input checked="" type="checkbox"/>	Linea telefónica <input checked="" type="checkbox"/>	Fibra óptica <input type="checkbox"/>	Telefonia (M) <input checked="" type="checkbox"/>
Móvil <input type="checkbox"/>	Satélite <input type="checkbox"/>	Redes inalámbricas <input checked="" type="checkbox"/>	Conexión a internet (M) <input checked="" type="checkbox"/>
Satelital <input type="checkbox"/>	Telefonia móvil <input type="checkbox"/>		Fija <input checked="" type="checkbox"/>
		Linea telefónica <input checked="" type="checkbox"/>	
		Fibra óptica <input type="checkbox"/>	
		Móvil <input type="checkbox"/>	
		Satélite <input type="checkbox"/>	
		Redes inalámbricas <input type="checkbox"/>	
		Satelital <input type="checkbox"/>	
		Telefonia móvil <input type="checkbox"/>	
Observaciones:			
Radio portátil (U) <input type="checkbox"/>			
De uso exclusivo para el visitante <input type="checkbox"/>			
De uso exclusivo para comunicación interna <input type="checkbox"/>			
De uso exclusivo en caso de emergencia <input type="checkbox"/>			
Observaciones:			
7.6 Multiamenazas (M) <input checked="" type="checkbox"/>			
Destaves <input type="checkbox"/>		Sismos <input checked="" type="checkbox"/>	
		Erupciones volcánicas <input type="checkbox"/>	
		Incendios forestales <input type="checkbox"/>	
Sequia <input type="checkbox"/>		Inundaciones <input checked="" type="checkbox"/>	
		Agujes <input type="checkbox"/>	
		Tsunami <input type="checkbox"/>	
¿Existe un plan de contingencia en caso de catástrofes? <input type="checkbox"/>		Institución que elaboro el documento: texto	
		Nombre del documento: texto	
		Año de elaboración: 0	
Observaciones:			
8. POLÍTICAS Y REGULACIONES SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> SI/ <input type="checkbox"/>			
a. ¿El GAD cuenta con el Plan de Desarrollo Turístico Territorial? SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>		Año de elaboración: 2018	
b. ¿El atractivo se encuentra dentro de la planificación turística territorial (GAD SI)? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>		Especifique:	
c. ¿Existen normativas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>		Especifique:	
d. ¿Existen ordenanzas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>		Especifique:	
Observaciones:			
9. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U) SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> SI/ <input type="checkbox"/>			
9.1 ATRACTIVOS NATURALES (M) <input type="checkbox"/>			
9.1.1 En el Agua (M) <input type="checkbox"/>			
a. Buceo <input type="checkbox"/>	b. Kayak de mar <input type="checkbox"/>	c. Kayak lacustre <input type="checkbox"/>	d. Kayak de Rio <input type="checkbox"/>
e. Surf <input type="checkbox"/>	f. Kite surf <input type="checkbox"/>	g. Rafting <input type="checkbox"/>	h. Snorkel <input type="checkbox"/>
i. Tubing <input type="checkbox"/>	j. Regata <input type="checkbox"/>	k. Paseo en panga <input type="checkbox"/>	l. Paseo en bota <input type="checkbox"/>
m. Paseo en lancha <input type="checkbox"/>	n. Paseo en moto acuática <input type="checkbox"/>	o. Parasailing <input type="checkbox"/>	p. Esquí acuático <input type="checkbox"/>
q. Banana flotante <input type="checkbox"/>	r. Boys <input type="checkbox"/>	s. Pesa deportiva <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>
texto			
Observaciones:			
9.1.2 En el Aire (M) <input type="checkbox"/>			
a. Alias Delta <input type="checkbox"/>	b. Canopy <input type="checkbox"/>	c. Parapente <input type="checkbox"/>	d. Otro <input type="checkbox"/>
texto			
Observaciones:			
9.1.3 En Superficie Terrestre (M) <input type="checkbox"/>			
a. Montañismo <input type="checkbox"/>	b. Escalada <input type="checkbox"/>	c. Senderismo <input type="checkbox"/>	d. Cicloturismo <input type="checkbox"/>
e. Canyoning <input type="checkbox"/>	f. Exploración de cuevas <input type="checkbox"/>	g. Actividades Recreativas <input type="checkbox"/>	h. Cabalgata <input type="checkbox"/>
i. Caminata <input type="checkbox"/>	j. Camping <input type="checkbox"/>	k. Pícnic <input type="checkbox"/>	l. Observación de flora y fauna <input type="checkbox"/>
m. Observación de astros <input type="checkbox"/>	n. Otro <input type="checkbox"/>	texto	
Observaciones:			
9.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U) <input checked="" type="checkbox"/>			

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

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

13. DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO (500 caracteres)

EL MONUMENTO AL BOMBERO GUAYAQUILEÑO SE ENCUENTRA UBICADO EN EL PLENO CENTRO GUAYAQUILEÑO, EN LAS CALLES NUEVE DE OCTUBRE Y ESCOBEDO, FUERA DE LAS INSTALACIONES DE LA PRIMERA JEFATURA DEL BENEMÉRITO CUERPO DE BOMBEROS DE GUAYAQUIL.


14. ANEXOS

a. Archivo Fotográfico (dos) (HD)



Fuente:

c. Ubicación gráfica del Atractivo



Fuente:

FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)					
ELABORADO POR:		VALIDADO POR:		APROBADO POR:	
Apellido y Nombre	JOSE LUIS BRAVO CORTEZ	Apellido y Nombre		Apellido y Nombre	
Institución	ESPOL	Institución		Institución	
Cargo	ESTUDIANTE	Cargo		Cargo	
Correo Electrónico	JLBRAVO@ESPOL.EDU.EC	Correo Electrónico		Correo Electrónico	
Teléfono	24866138	Teléfono		Teléfono	
Firma		Firma		Firma	
Fecha	12/12/2018	Fecha		Fecha	

Anexo 17 Ficha para el levantamiento y jerarquización de atractivo turístico-Compañía de bomberos de indendencia N° 15



FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																	
Código del atractivo:	0	9	0	1	0	3	M	C	0	1	0	2	0	2	0	0	1
	Provincia	Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo			
1. DATOS GENERALES																	
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																	
Compañía de bomberos de independencia numero 15																	
1.2 Categoría			1.3 Tipo			1.4 Subtipo											
MANIFESTACIONES CULTURALES			ARQUITECTURA			INFRAESTRUCTURA CULTURAL											
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO																	
2.1 Provincia			2.2 Cantón			2.3 Parroquia											
GUAYAS			GUAYAQUIL			CARBO (CONCEPCIÓN)											
2.4 Barrio, Sector o Comuna			2.5 Calle Principal			2.6 Número		2.7 Transversal									
CENTRICO			PEDRO CARBO					MENDIBURO									
2.8 Latitud (grados decimales)			2.9 Longitud (grados decimales)			Click		2.10 Altura (msnm)									
-2187373			-79819520					4M									
2.11 Información del administrador:																	
a. Tipo de Administrador:			JEFE			b. Nombre de la Institución:		BENEMERITO CUERPO DE BOMBEROS DE GUAYAQUIL									
c. Nombre del Administrador:			CORONEL MARTIN GUDALON DE ICAZA			d. Cargo que ocupa:		PRIMER JEFE									
e. Teléfono / Celular:			0423714840			f. Correo Electrónico:		GINHYA_CHAVEZ@BOMBERCOSGUAYAQUIL.GOB.ES									
Observaciones:																	
3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO																	
3.1 Características climatológicas <input checked="" type="checkbox"/>																	
a. Clima:			CALIDO Y HUMEDO			b. Temperatura(°C):		27 - 31		c. Precipitación Pluviométrica (mm):	289						
3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U) <input type="checkbox"/>																	
a. Cultura			<input checked="" type="checkbox"/>			b. Naturaleza		<input type="checkbox"/>		c. Aventura	<input type="checkbox"/>						
3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico <input type="checkbox"/>																	
a. Pristino		<input type="checkbox"/>		b. Primitivo		<input type="checkbox"/>		c. Rustico Natural		<input type="checkbox"/>							
d. Rural		<input type="checkbox"/>		e. Urbano		<input checked="" type="checkbox"/>											
3.4 Ingreso al atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>																	
a. Tipo de Ingreso		b. Horario de Atención			c. Atención												
		Ingreso	Salida	Todos los días		Fines de semana y feriados		Solo días hábiles		Otro	Especificar						
Libre		<input checked="" type="checkbox"/>	8:00	17:00	<input checked="" type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		texto						
Restringido		<input type="checkbox"/>	0:00	0:00	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		texto						
Pagado		<input type="checkbox"/>	0:00	0:00	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		texto						
d. Maneja un sistema de reservas:			<input type="checkbox"/>			f. Forma de Pago:		Efectivo		<input type="checkbox"/>							
								Dinero Electrónico		<input type="checkbox"/>							
								Depósito Bancario		<input type="checkbox"/>							
								Tarjeta de Débito		<input type="checkbox"/>							
e. Precio:		Desde	0,00	Hasta	0,00			Tarjeta de Crédito		<input type="checkbox"/>							
								Transferencia Bancaria		<input type="checkbox"/>							
								Cheque		<input type="checkbox"/>							
g. Meses recomendables de visita:																	
Observaciones: LA INFRAESTRUCTURA PERTENECIENTE AL CUERPO DE BOMBEROS DE LA CIUDAD ESTA DISPONIBLE EN LOS HORARIOS ESTABLECIDOS																	
4. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO																	
a. Nombre de la ciudad o poblado más cercano (Que presente condiciones mínimas de servicios):																	
DURAN																	
b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano:		6,3 km	c. Tiempo estimado de desplazamiento en auto:		0:14 h/min	d. Coordenadas (grados decimales):											
						Lat.: -2.16039 Long.: -79.845571											
Observaciones: LA REFERENCIA DE POBLACION MAS CERCANA ES EL CANTON DURAN ESPECIFICAMENTE LA ESTACION DEL TREN																	
4.2 Vías de Acceso (M) <input checked="" type="checkbox"/>																	
Tipo de vía		Coordenada de inicio		Coordenada de fin		Distancia (km)		Tipo de material		Estado							
a. Primer orden		<input checked="" type="checkbox"/>		-2.183646; 79.877907		-2.186483; 79.882978		1.4		PAVIMENTADA	Bueno						

b. Segundo orden		<input type="checkbox"/>	0	0	0	0	texto		
c. Tercer orden		<input type="checkbox"/>	0	0	0	0	texto		
Observaciones: DESDE EL PARQUE CENTENARIO HASTA EL EMICICLO DE LA ROTONDA MALECON 2000									
b. Acuático (U)	Marítimo	<input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto	Estado		Puerto / Muelle de Llegada	texto	
	Lacustre	<input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto			Puerto / Muelle de Llegada	texto	
	Fluvial	<input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto			Puerto / Muelle de Llegada	texto	
Observaciones:									
c. Aéreo (U)		<input type="checkbox"/>	Nacional:		<input type="checkbox"/>	Internacional:		<input type="checkbox"/>	
Observaciones:									
4.3 Servicio de transporte (M) <input checked="" type="checkbox"/>									
a. Bus	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Buseta	<input type="checkbox"/>	c. Transporte 4x4	<input type="checkbox"/>	d. Taxi	<input checked="" type="checkbox"/>	e. Moto taxi	<input type="checkbox"/>
f. Teleférico	<input type="checkbox"/>	g. Lancha	<input type="checkbox"/>	h. Bote	<input type="checkbox"/>	i. Barco	<input type="checkbox"/>	j. Canoa	<input checked="" type="checkbox"/>
k. Avión	<input type="checkbox"/>	l. Avioneta	<input type="checkbox"/>	m. Helicóptero	<input type="checkbox"/>	n. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique	
Observaciones:									
4.3.1 Detalle de transporte hacia el atractivo (M) <input checked="" type="checkbox"/>									
a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio		b. Estación / terminal		c. Frecuencia			d. Detalle (Traslado origen / destino)		
				Diaria	Semanal	Mensual	Eventual		
SISTEMA INTEGRADO DE TRANSPORTE MASIVO URBANO DE LA CIUDAD DE QUITO		TERMINAL PASCUALES		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	TRASLADO POR ESTACIONES DESIGNADAS	
				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
4.4 Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad (M) <input type="checkbox"/>									
a. Accesibilidad motriz		<input type="checkbox"/>	b. Accesibilidad visual		<input type="checkbox"/>	c. Accesibilidad auditiva		<input type="checkbox"/>	
d. No es accesible		<input checked="" type="checkbox"/>							
Observaciones:									
4.5 Señalización <input type="checkbox"/>									
a. Señalización de aproximación al atractivo		<input type="checkbox"/>	Estado (U)	Bueno	<input type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	Malo	<input type="checkbox"/>
Observaciones:									
5 PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS <input checked="" type="checkbox"/> SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> SI/ <input type="checkbox"/>									
5.1 Planta turística (M) <input checked="" type="checkbox"/>									
a. En el Atractivo				b. En la ciudad o poblado cercano					
Alojamiento	<input checked="" type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas	Alojamiento	<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas

Hotel	<input checked="" type="checkbox"/>	65	5103	9723	Hotel	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Hostal	<input checked="" type="checkbox"/>	47	876	1775	Hostal	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Hosteria	<input checked="" type="checkbox"/>	1	30	74	Hosteria	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Hacienda Turística	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hacienda Turística	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Lodge	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Lodge	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Resort	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Resort	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Refugio	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Refugio	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Campamento Turístico	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Campamento Turístico	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Casa de Huéspedes	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Casa de Huéspedes	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Observaciones:					Observaciones:						
Alimentos y bebidas		<input checked="" type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Piazas	Alimentos y bebidas		<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Piazas
Restaurantes	<input checked="" type="checkbox"/>	2635	28523	106944	Restaurantes	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Cafeterías	<input checked="" type="checkbox"/>	310	3009	12036	Cafeterías	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Bares	<input checked="" type="checkbox"/>	310	3543	14172	Bares	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Fuentes de soda	<input checked="" type="checkbox"/>	1064	4061	15811	Fuentes de soda	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Observaciones:					Observaciones:						
Agencias de Viaje		<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados		Agencias de Viaje		<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados			
Mayoristas	<input type="checkbox"/>	26		Mayoristas	<input type="checkbox"/>	0					
Internacionales	<input type="checkbox"/>	96		Internacionales	<input type="checkbox"/>	0					
Operadoras	<input type="checkbox"/>	70		Operadoras	<input type="checkbox"/>	0					
Observaciones:					Observaciones:						
Guía	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	0	Guía	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	0
<input type="checkbox"/>	0	0	0	Aventura	0	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Aventura	0
Observaciones:					Observaciones:						
5.2 Facilidades en el entorno al atractivo <input type="checkbox"/>											
Categoría (M)		Tipo (M)		Cantidad	Coordenadas	Administrador	Accesibilidad Universal		Estado (U)		
a. De apoyo a la gestión turística	<input type="checkbox"/>	Punto de Información	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	I-Tur	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	Centro de Interpretación	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	Centro de facilitación turística	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	Centro de recepción de visitantes	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. De observación y vigilancia	<input type="checkbox"/>	Carillas de guardiana	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	Miradores	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	Torres de avistamiento de aves	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	Torres de vigilancia para salvavidas	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. De recorrido y descanso	<input type="checkbox"/>	Senderos	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	Estaciones de sombra y descanso	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	Áreas de acampar	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	Refugio de alta montaña	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. De servicio	<input type="checkbox"/>	Baterías sanitarias	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	Estacionamientos	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. Otros	<input type="checkbox"/>		0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

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

Especifique: RED PUBLICA		Especifique: POZO SEPTICO						
Disposición de desechos <input checked="" type="checkbox"/>		Disposición de desechos <input type="checkbox"/>						
Especifique: CARRO RECOLECTOR		Especifique: CARRO RECOLECTOR						
Observaciones:								
7.2 Señalética en el atractivo <input checked="" type="checkbox"/>								
7.2.1 Ambiente	7.2.2 Tipo	7.2.3. Materialidad				7.2.4. Estado		
		a. Madera	b. Aluminio	c. Otro	Especifique	B	R	M
En áreas urbanas <input type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de atractivos turísticos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de sitio	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems direccionales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
En áreas naturales <input type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Señales turísticas de aproximación	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Paneles de direccionamiento hacia atractivos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de atractivos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de direccionamiento hacia atractivos, servicios y actividades	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Mexas interpretativas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótem de sitio	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tótem de direccionamiento	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Letreros informativos <input type="checkbox"/>	De información botánica	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Normativos de concientización	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Señalética interna de seguridad <input type="checkbox"/>	Protección de los elementos del atractivo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otros <input checked="" type="checkbox"/>	PLACA CONMEMORATIVA INFORMATIVA							
Observaciones:								
7.3 Salud (más cercano) (M) <input checked="" type="checkbox"/>								
a. En el atractivo <input checked="" type="checkbox"/>			b. En la ciudad o poblado más cercano <input checked="" type="checkbox"/>					
Hospital o Clínica <input checked="" type="checkbox"/>	Cantidad	3	Hospital o Clínica <input checked="" type="checkbox"/>	Cantidad	1			
Puesto / Centro de salud <input type="checkbox"/>		0	Puesto / Centro de salud <input checked="" type="checkbox"/>		17			
Dispensario médico <input checked="" type="checkbox"/>		1	Dispensario médico <input type="checkbox"/>		0			
Botiquín de primeros auxilios <input checked="" type="checkbox"/>		1	Botiquín de primeros auxilios <input type="checkbox"/>		0			
Otros <input type="checkbox"/>		0	Otros <input type="checkbox"/>		0			
Observaciones:								
7.4 Seguridad (M) <input checked="" type="checkbox"/>								
a. Privada <input type="checkbox"/>	Cantidad	texto						
b. Policía nacional <input checked="" type="checkbox"/>		UPC NUEVE DE OCTUBRE POLICIA NACIONAL						

c. Policía metropolitana / Municipal <input checked="" type="checkbox"/>		De	POLICIA METROPOLITANA MUNICIPAL DE GUAYAQUIL	
d. Otra <input type="checkbox"/>			texto	
Observaciones:				
7.5 Servicio de comunicación de uso público (M) <input checked="" type="checkbox"/>				
a. En el atractivo <input checked="" type="checkbox"/>			b. En la ciudad o poblado mas cercano <input checked="" type="checkbox"/>	
Telefonia (M) <input type="checkbox"/>		Conexión a internet (M) <input type="checkbox"/>		Telefonia (M) <input checked="" type="checkbox"/>
Fija <input checked="" type="checkbox"/>		Linea telefonica <input checked="" type="checkbox"/>	Fibra optica <input type="checkbox"/>	Fija <input checked="" type="checkbox"/>
Móvil <input type="checkbox"/>		Satélite <input type="checkbox"/>	Redes inalámbricas <input checked="" type="checkbox"/>	Móvil <input type="checkbox"/>
Satelital <input type="checkbox"/>		Telefonia móvil <input type="checkbox"/>		Satelital <input type="checkbox"/>
Observaciones:				
Radio portátil (U) <input type="checkbox"/>				
De uso exclusivo para el visitante <input type="checkbox"/> De uso exclusivo para comunicación interna <input type="checkbox"/> De uso exclusivo en caso de emergencia <input type="checkbox"/>				
Observaciones:				
7.6 Multiamenazas (M) <input checked="" type="checkbox"/>				
Deslaves <input type="checkbox"/>		Sismos <input checked="" type="checkbox"/>	Erupciones volcánicas <input type="checkbox"/>	Incendios forestales <input type="checkbox"/>
Sequia <input type="checkbox"/>		Inundaciones <input checked="" type="checkbox"/>	Aguajes <input type="checkbox"/>	Tsunami <input type="checkbox"/>
¿Existe un plan de contingencia en caso de catástrofes? <input type="checkbox"/>		Institución que elaboro el documento: texto	Nombre del documento: texto	Año de elaboración: 0
Observaciones:				
B. POLÍTICAS Y REGULACIONES SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> SI/ <input type="checkbox"/>				
a. ¿El GAD cuenta con el Plan de Desarrollo Turístico Territorial? SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>		Año de elaboración: 2018		
b. ¿El atractivo se encuentra dentro de la planificación turística territorial (GAD S)? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>		Especifique:		
c. ¿Existen normativas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>		Especifique:		
d. ¿Existen ordenanzas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>		Especifique:		
Observaciones:				
9. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U) SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> SI/ <input type="checkbox"/>				
9.1 ATRACTIVOS NATURALES (M) <input type="checkbox"/>				
9.1.1 En el Agua (M) <input type="checkbox"/>				
a. Buceo <input type="checkbox"/>	b. Kayak de mar <input type="checkbox"/>	c. Kayak lacustre <input type="checkbox"/>	d. Kayak de Rio <input type="checkbox"/>	e. Surf <input type="checkbox"/>
f. Kite surf <input type="checkbox"/>	g. Rafting <input type="checkbox"/>	h. Snorkel <input type="checkbox"/>	i. Tubing <input type="checkbox"/>	j. Regata <input type="checkbox"/>
k. Paseo en panga <input type="checkbox"/>	l. Paseo en bota <input type="checkbox"/>	m. Paseo en lancha <input type="checkbox"/>	n. Paseo en moto acuática <input type="checkbox"/>	o. Parasailing <input type="checkbox"/>
p. Esquí acuático <input type="checkbox"/>	q. Banana flotante <input type="checkbox"/>	r. Boys <input type="checkbox"/>	s. Pesa deportiva <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/> texto
Observaciones:				
9.1.2 En el Aire (M) <input type="checkbox"/>				
a. Alias Delta <input type="checkbox"/>	b. Canopy <input type="checkbox"/>	c. Parapente <input type="checkbox"/>	d. Otro <input type="checkbox"/>	texto
Observaciones:				
9.1.3 En Superficie Terrestre (M) <input type="checkbox"/>				
a. Montañismo <input type="checkbox"/>	b. Escalada <input type="checkbox"/>	c. Senderismo <input type="checkbox"/>	d. Cicloturismo <input type="checkbox"/>	e. Canyoning <input type="checkbox"/>
f. Exploración de cuevas <input type="checkbox"/>	g. Actividades Recreativas <input type="checkbox"/>	h. Cabalgata <input type="checkbox"/>	i. Caminata <input type="checkbox"/>	j. Camping <input type="checkbox"/>
k. Pícnic <input type="checkbox"/>	l. Observación de flora y fauna <input type="checkbox"/>	m. Observación de astros <input type="checkbox"/>	n. Otro <input type="checkbox"/>	texto
Observaciones:				
9.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U) <input checked="" type="checkbox"/>				

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

12. RECURSO HUMANO										SI	NO	S/N
a. Número de personas a cargo de la administración y operación del atractivo					d. Número de personas especializadas en turismo					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. Número de personas con nivel de instrucción (M):			f. Número de personas capacitadas por temáticas (M)			g. Número de personas que manejan algún de idiomas (M)				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Primaria	<input type="checkbox"/>	Secundaria	<input type="checkbox"/>	Primeros Auxilios	<input type="checkbox"/>	Hospitalidad	<input type="checkbox"/>	Inglés	<input type="checkbox"/>	Alemán	<input type="checkbox"/>	
Tercer Nivel	<input type="checkbox"/>	Cuarto Nivel	<input type="checkbox"/>	Atención al Cliente	<input type="checkbox"/>	Guianza	<input type="checkbox"/>	Francés	<input type="checkbox"/>	Italiano	<input type="checkbox"/>	
Otro	<input type="text"/>			Sensibilización de capacidades	<input type="checkbox"/>	Otro	<input type="text"/>	Chino	<input type="checkbox"/>	Otro	<input type="text"/>	
Observaciones:												
13. DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO (500 caracteres)												
ESTE CENTRO DE OPERACIONES SE ENCUENTRA UBICADO PLENO CENTRO DE GUAYAQUIL A UNAS POCAS CUADRAS DEL MALECON 2000												
14. ANEXOS												
a. Archivo Fotográfico (dos) (HD)												
Fuente:												
c. Ubicación gráfica del Atractivo												
Fuente:												
FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)												
ELABORADO POR:				VALIDADO POR:				APROBADO POR:				
Apellido y Nombre	JOSE LUIS BRAVO CORTEZ			Apellido y Nombre				Apellido y Nombre				
Institución	ESPCL			Institución				Institución				
Cargo	ESTUDIANTE			Cargo				Cargo				
Correo Electrónico	J.BRAVO@ESPCL.EDU.EC			Correo Electrónico				Correo Electrónico				
Teléfono	24966138			Teléfono				Teléfono				
Firma				Firma				Firma				
Fecha	12/12/2018			Fecha				Fecha				

Anexo 18 Ficha para el levantamiento y jerarquización de atractivo turístico- Monumento a Vicente Rocafuerte



FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																	
Código del atractivo:	0	9	0	1	0	3	M	G	0	1	0	7	0	2	0	0	1
	Provincia	Cantón	Parroquia	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía	Atractivo									
1. DATOS GENERALES																	
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																	
MONUMENTO A VICENTE ROCAFUERTE																	
1.2 Categoría			1.3 Tipo			1.4 Subtipo											
MANIFESTACIONES CULTURALES			ARQUITECTURA			MONUMENTOS											
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO																	
2.1 Provincia			2.2 Cantón			2.3 Parroquia											
GUAYAS			GUAYAQUIL			CARBO (CONCEPCIÓN)											
2.4 Barrio, Sector o Comuna			2.5 Calle Principal			2.6 Número			2.7 Transversal								
CENTRICO			PEDRO CARBO			MENDIBURO											
2.8 Latitud (grados decimales)			2.9 Longitud (grados decimales)			2.10 Altura (msnm)											
-2197177			-79681475			4M											
2.11 Información del administrador																	
a. Tipo de Administrador:			b. Nombre de la Institución:			c. Nombre del Administrador:			d. Cargo que ocupa:								
GUBERNAMENTAL			INPC			Lodo, Luis Musckay			DIRECTOR DE CULTURA								
e. Teléfono / Celular:			f. Correo Electrónico:			Observaciones:											
(04) 462 8671 / 463 1577 / 463 0457						sede en Guayaquil, está ubicada en la calle Numa Pompilio Linares											
3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO																	
3.1 Características climatológicas																	
a. Clima:			b. Temperatura(°C):			c. Precipitación Pluviométrica (mm):											
CALDO Y HUMEDO			27 - 31			289											
3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U)																	
a. Cultura			b. Naturaleza			c. Aventura											
<input checked="" type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>											
3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico																	
a. Prístino			b. Primitivo			c. Rústico Natural			d. Rural			e. Urbano					
<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>					
3.4 Ingreso al atractivo (U)																	
3. Tipo de Ingreso		b. Horario de Atención		c. Atención													
		Ingreso		Salida		Todos los días		Fines de semana y feriados		Solo días hábiles		Otro		Especificar			
Libre		<input checked="" type="checkbox"/>		8:00		17:00		<input checked="" type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		texto	
Restringido		<input type="checkbox"/>		0:00		0:00		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		texto	
Pagado		<input type="checkbox"/>		0:00		0:00		<input type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		texto	
d. Maneja un sistema de reservas:			e. Precio:			f. Forma de Pago:			g. Meses recomendables de visita:								
<input type="checkbox"/>			Desde: 0,00 Hasta: 0,00			Efectivo <input type="checkbox"/>			Dinero Electrónico <input type="checkbox"/>			Depósito Bancario <input type="checkbox"/>			Tarjeta de Débito <input type="checkbox"/>		
						Tarjeta de Crédito <input type="checkbox"/>			Transferencia Bancaria <input type="checkbox"/>			Cheque <input type="checkbox"/>					
Observaciones: EL MONUMENTO ESTA UBICADO EN UNA PARTE EXTERIOR A UN EDIFICIO POR LO QUE SU INGRESO NO TIENE HORARIOS																	
4. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO																	
a. Nombre de la ciudad o poblado más cercano (Que presente condiciones mínimas de servicios):																	
DURAN																	
b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano:																	
9,2 km c. Tiempo estimado de desplazamiento en auto: 0:14 minutos d. Coordenadas (grados decimales): Lat.: -2.16009 Long.: -79.945871																	
Observaciones: LOS DATOS FUERON TOMADOS CON REFERENCIA AL INICIO DEL PUENTE DE LA UNIDAD NACIONAL CON SENTIDO DURAN GUAYAQUIL																	
4.2 Vías de Acceso (M)																	
a. Primer orden		Tipo de vía		Coordenada de inicio		Coordenada de fin		Distancia (km)		Tipo de material		Estado					
<input checked="" type="checkbox"/>				-2.190182;-79.896855		-2.192479;-79.879072		1,4		ADQUINADA		Bueno					

b. Segundo orden		<input type="checkbox"/>	0	0	0	texto	
c. Tercer orden		<input type="checkbox"/>	0	0	0	texto	
Observaciones: DESDE EL PARQUE CENTENARIO HASTA EL EMICICLO DE LA ROTONDA MALECON 2000							
b. Acuático (U)	Marítimo	<input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto	Estado	Puerto / Muelle de Llegada	texto
	Lacustre	<input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto		Puerto / Muelle de Llegada	texto
	Fluvial	<input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto		Puerto / Muelle de Llegada	texto
Observaciones:							
c. Aéreo (U)		<input type="checkbox"/>	Nacional	<input type="checkbox"/>	Internacional	<input type="checkbox"/>	
Observaciones:							
4.3 Servicio de transporte (M) <input type="checkbox"/>							
a. Bus	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Buseta	<input type="checkbox"/>	c. Transporte 4x4	<input type="checkbox"/>	d. Taxi	<input checked="" type="checkbox"/>
e. Moto taxi	<input type="checkbox"/>	f. Teleférico	<input type="checkbox"/>	g. Lancha	<input type="checkbox"/>	h. Bote	<input type="checkbox"/>
i. Barco	<input type="checkbox"/>	j. Canoa	<input checked="" type="checkbox"/>	k. Avión	<input type="checkbox"/>	l. Avioneta	<input type="checkbox"/>
m. Helicóptero	<input type="checkbox"/>	n. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique			
Observaciones:							
4.3.1 Detalle de transporte hacia el atractivo (M) <input type="checkbox"/>							
a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio		b. Estación / terminal		c. Frecuencia		d. Detalle (Traslado origen / destino)	
SISTEMA INTEGRADO DE TRANSPORTE URBANO DE LA CIUDAD DE GUAYACUIL		TERMINAL PASCUALES		Día	Semana	Mensual	Eventual
				<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.4 Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad (M) <input type="checkbox"/>							
a. Accesibilidad motriz	<input type="checkbox"/>	b. Accesibilidad visual	<input type="checkbox"/>	c. Accesibilidad auditiva	<input type="checkbox"/>	d. No es accesible	<input checked="" type="checkbox"/>
Observaciones:							
4.5 Señalización <input type="checkbox"/>							
a. Señalización de aproximación al atractivo	<input type="checkbox"/>	Estado (U)	Buena	<input type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	Mala
Observaciones:							
5. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/>							
5.1 Planta turística (M) <input type="checkbox"/>							
a. En el Atractivo <input checked="" type="checkbox"/>				b. En la ciudad o poblado cercano <input type="checkbox"/>			
Alojamiento	<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas	Alojamiento	<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados
							Número de Habitaciones
							Número de Plazas

Hotel	<input checked="" type="checkbox"/>	65	5103	9723	Hotel	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Hostal	<input checked="" type="checkbox"/>	47	876	1775	Hostal	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Hostería	<input checked="" type="checkbox"/>	1	30	74	Hostería	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Hacienda Turística	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hacienda Turística	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Lodge	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Lodge	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Resort	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Resort	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Refugio	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Refugio	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Campamento Turístico	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Campamento Turístico	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Casa de Huéspedes	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Casa de Huéspedes	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Observaciones:					Observaciones:						
Alimentos y bebidas		Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas	Alimentos y bebidas		Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas		
Restaurantes	<input checked="" type="checkbox"/>	2635	2823	10894	Restaurantes	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Cafeterías	<input checked="" type="checkbox"/>	310	369	12036	Cafeterías	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Bares	<input checked="" type="checkbox"/>	310	3543	14172	Bares	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Fuentes de soda	<input checked="" type="checkbox"/>	1064	4081	15811	Fuentes de soda	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Observaciones:					Observaciones:						
Agencias de Viaje		Establecimientos registrados			Agencias de Viaje		Establecimientos registrados				
Mayoristas	<input checked="" type="checkbox"/>	26			Mayoristas	<input type="checkbox"/>	0				
Internacionales	<input checked="" type="checkbox"/>	96			Internacionales	<input type="checkbox"/>	0				
Operadoras	<input type="checkbox"/>	70			Operadoras	<input type="checkbox"/>	0				
Observaciones:					Observaciones:						
Guía	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	0	Guía	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	0
<input type="checkbox"/>	0	0	0	Aventura	0	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Aventura	0
Observaciones:					Observaciones:						
5.2 Facilidades en el entorno al atractivo					<input type="checkbox"/>						
Categoría (M)	Tipo (M)	Cantidad	Coordenadas	Administrador	Accesibilidad universal	Estado (U)					
						B	R	M			
a. De apoyo a la gestión turística	Punto de Información	11	0	0	texto	11	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	I-Tur	0	0	0	texto	0	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	Centro de interpretación	0	0	0	texto	0	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	Centro de facilitación turística	11	0	0	texto	11	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
b. De observación y vigilancia	Centros de recepción de visitantes	0	0	0	texto	0	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	Garitas de guardería	0	0	0	texto	0	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	Miradores	11	0	0	texto	11	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	Torres de evitamiento de aves	0	0	0	texto	0	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
c. De recorrido y descanso	Torres de vigilancia para salvavidas	0	0	0	texto	0	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	Senderos	0	0	0	texto	0	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	Estaciones de sombra y descanso	0	0	0	texto	0	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	Áreas de acampar	11	0	0	texto	11	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
d. De servicio	Refugio de alta montaña	0	0	0	texto	0	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	Baterías sanitarias	0	0	0	texto	0	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
e. Otros	Estacionamientos	11	0	0	texto	11	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
			0	0	texto	0	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			

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

Especifique: RED PÚBLICA		Especifique: POZO SEPTICO						
Disposición de desechos <input checked="" type="checkbox"/>		Disposición de desechos <input type="checkbox"/>						
Especifique: CARRO RECOLECTOR		Especifique: CARRO RECOLECTOR						
Observaciones:								
7.2 Señalética en el atractivo 14								
7.2.1 Ambiente	7.2.2 Tipo	7.2.3 Materialidad				7.2.4 Estado		
		a. Madera	b. Aluminio	c. Otro	Especifique	B	R	M
En áreas urbanas <input type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Táctas de atractivos turísticos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Táctas de sitio	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Táctas direccionales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
En áreas naturales <input type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Señales turísticas de aproximación	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panels de direccionamiento hacia atractivos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de atractivos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de direccionamiento hacia atractivos, servicios y actividades	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Mesas interpretativas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Táctas de sitio	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Táctas de direccionamiento	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Letreros informativos <input type="checkbox"/>	De información botánica	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Normativos de concientización	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Señalética interna de seguridad <input type="checkbox"/>	Protección de los elementos del atractivo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otros <input checked="" type="checkbox"/>	ESTATUA CONMEMORATIVA							
Observaciones:								
7.3 Salud (más cercano) (M) <input checked="" type="checkbox"/>								
a. En el atractivo <input type="checkbox"/>					b. En la ciudad o poblado más cercano <input checked="" type="checkbox"/>			
Hospital o Clínica <input checked="" type="checkbox"/>	Cantidad	0	Hospital o Clínica <input checked="" type="checkbox"/>	1				
Puesto / Centro de salud <input type="checkbox"/>		0	Puesto / Centro de salud <input checked="" type="checkbox"/>	12				
Dispensario médico <input checked="" type="checkbox"/>		1	Dispensario médico <input type="checkbox"/>	0				
Botiquín de primeros auxilios <input checked="" type="checkbox"/>		1	Botiquín de primeros auxilios <input type="checkbox"/>	0				
Otros <input type="checkbox"/>		0	Otros <input type="checkbox"/>	0				
Observaciones:								
7.4 Seguridad (M) 14								
a. Privada <input type="checkbox"/>	Cantidad	texto						
b. Policía nacional <input type="checkbox"/>		LPC NUEVE DE OCTUBRE POLICIA NACIONAL						

c. Policía metropolitana / Municipal <input checked="" type="checkbox"/>		POLICIA METROPOLITANA MUNICIPAL DE GUAYAQUIL	
d. Otra <input type="checkbox"/>		texto	
Observaciones:			
7.5 Servicio de comunicación de uso público (M) <input checked="" type="checkbox"/>			
a. En el atractivo <input checked="" type="checkbox"/>		b. En la ciudad o poblado mas cercano <input type="checkbox"/>	
Telefonía (M) <input type="checkbox"/>		Conexión a Internet (M) <input type="checkbox"/>	
Fija <input checked="" type="checkbox"/>	Línea telefónica <input checked="" type="checkbox"/>	Fibra óptica <input type="checkbox"/>	Fija <input checked="" type="checkbox"/>
Móvil <input type="checkbox"/>	Satélite <input type="checkbox"/>	Redes inalámbricas <input checked="" type="checkbox"/>	Móvil <input type="checkbox"/>
Satélite <input type="checkbox"/>	Telefonía móvil <input type="checkbox"/>		Satélite <input type="checkbox"/>
Observaciones:			
Radio portátil (U) <input type="checkbox"/>			
De uso exclusivo para el visitante <input type="checkbox"/>		De uso exclusivo para comunicación interna <input type="checkbox"/>	
De uso exclusivo en caso de emergencia <input type="checkbox"/>			
Observaciones:			
7.6 Multiamenazas (M) <input checked="" type="checkbox"/>			
Deslaves <input type="checkbox"/>		Sismos <input checked="" type="checkbox"/>	
Erupciones volcánicas <input type="checkbox"/>		Inundaciones forestales <input type="checkbox"/>	
Sequia <input type="checkbox"/>	Inundaciones <input checked="" type="checkbox"/>	Aguajes <input type="checkbox"/>	Tsunami <input type="checkbox"/>
¿Existe un plan de contingencia en caso de catástrofes? <input type="checkbox"/>	Institución que elaboró el documento: <input type="text"/>	Nombre del documento: <input type="text"/>	Año de elaboración: <input type="text"/>
Observaciones:			
8. POLÍTICAS Y REGULACIONES			SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/>
a. ¿El GAD cuenta con el Plan de Desarrollo Turístico Territorial? SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>		Año de elaboración: 2018	
b. ¿El atractivo se encuentra dentro de la planificación turística territorial (GAD'S)? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>		Especifique: <input type="text"/>	
c. ¿Existen normativas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>			
Especifique: <input type="text"/>			
d. ¿Existen ordenanzas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>			
Especifique: <input type="text"/>			
Observaciones:			
9. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U)			SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/>
9.1 ATRACTIVOS NATURALES (M) <input type="checkbox"/>			
9.1.1 En el Agua (M) <input type="checkbox"/>			
a. Buceo <input type="checkbox"/>	b. Kayak de mar <input type="checkbox"/>	c. Kayak lacustre <input type="checkbox"/>	d. Kayak de Río <input type="checkbox"/>
e. Surf <input type="checkbox"/>	f. Kite surf <input type="checkbox"/>	g. Rafting <input type="checkbox"/>	h. Snorkel <input type="checkbox"/>
i. Tubing <input type="checkbox"/>	j. Regata <input type="checkbox"/>	k. Paseo en panga <input type="checkbox"/>	l. Paseo en bote <input type="checkbox"/>
m. Paseo en lancha <input type="checkbox"/>	n. Paseo en moto acuática <input type="checkbox"/>	o. Parasailing <input type="checkbox"/>	p. Esquí acuático <input type="checkbox"/>
q. Banana flotante <input type="checkbox"/>	r. Boya <input type="checkbox"/>	s. Pesa deportiva <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>
texto			
Observaciones:			
9.1.2 En el Aire (M) <input type="checkbox"/>			
a. Alas Delta <input type="checkbox"/>	b. Canopy <input type="checkbox"/>	c. Parapente <input type="checkbox"/>	d. Otro <input type="checkbox"/>
texto			
Observaciones:			
9.1.3 En Superficie Terrestre (M) <input type="checkbox"/>			
a. Montañismo <input type="checkbox"/>	b. Escalada <input type="checkbox"/>	c. Senderismo <input type="checkbox"/>	d. Ciclismo <input type="checkbox"/>
e. Canyoning <input type="checkbox"/>	f. Exploración de cuevas <input type="checkbox"/>	g. Actividades Recreativas <input type="checkbox"/>	h. Cabalgata <input type="checkbox"/>
i. Caminata <input type="checkbox"/>	j. Camping <input type="checkbox"/>	k. Picnic <input type="checkbox"/>	l. Observación de flora y fauna <input type="checkbox"/>
m. Observación de astros <input type="checkbox"/>	n. Otro <input type="checkbox"/>	texto	
Observaciones:			
9.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U) <input type="checkbox"/>			

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

12. RECURSO HUMANO										SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	SI	<input type="checkbox"/>
a. Número de personas a cargo de la administración y operación del atractivo					LI	0	d. Número de personas especializadas en turismo					LI	0		
e. Número de personas con nivel de instrucción (M):			f. Número de personas capacitadas por temática (M)			g. Número de personas que manejan algún idioma (M)									
Primaria	0	Secundaria	0	Primeros Auxilios	0	Hospitalidad	0	Inglés	0	Alemán	0				
Tercer Nivel	0	Cuarto Nivel	0	Atención al Cliente	0	Guianza	0	Francés	0	Italiano	0				
Otro	texto		Sensibilización discapacitados		de	0	Otro	texto		Chino	0	Otro	texto		
Observaciones:															
13. DESCRIPCION DEL ATRACTIVO (500 caracteres)															
EL MONUMENTO FUE CONSTRUIDO EN HONOR AL SR. VICENTE BOGAFUERTE Y RESULTO ILESO EN LOS DISTINTOS INCENDIOS OCURRIDO EN LA CIUDAD															
14. ANEXOS															
a. Archivo Fotográfico (dos) (HD)															
Fuente: http://ve-historia-tematica.blogspot.com/2011/12/los-principales-monumentos-de-la-ciudad.html															
c. Ubicación gráfica del Atractivo															
Fuente:															
FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)															
ELABORADO POR:				VALIDADO POR:				APROBADO POR:							
Apellido y Nombre		JOSE LUIS BRAVO CORTEZ		Apellido y Nombre				Apellido y Nombre							
Institución		ESPOL		Institución				Institución							
Cargo		ESTUDIANTE		Cargo				Cargo							
Correo Electrónico		JL BRAVO@ESPOL.EDU.EC		Correo Electrónico				Correo Electrónico							
Teléfono		24806138		Teléfono				Teléfono							
Firma				Firma				Firma							
Fecha		12/1/2018		Fecha				Fecha							

Anexo 19 Ficha para el levantamiento y jerarquización de atractivo turístico-Compañía salamandra N° 2



FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																																											
Código del atractivo:	0	9	0	1	0	3	M	C	0	1	0	8	0	2	0	0	1																										
	Provincia	Cantón		Parroquia	Categoría			Tipo	Subtipo	Jerarquía		Atractivo																															
1. DATOS GENERALES																																											
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																																											
COMPAÑIA SALAMANDRA N°2																																											
1.2 Categoría				1.3 Tipo				1.4 Subtipo																																			
MANIFESTACIONES_CULTURALES				ARQUITECTURA				ESPACIO PÚBLICO																																			
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO																																											
2.1 Provincia				2.2 Cantón				2.3 Parroquia																																			
GUAYAS				QUAYAQUIL				CARBO (CONCEPCIÓN)																																			
2.4 Barrio, Sector o Comuna				2.5 Calle Principal				2.6 Número				2.7 Transversal																															
CENTRICO				AV. NUEVE DE OCTUBRE				PEDRO CARBO																																			
2.8 Latitud (grados decimales)				2.9 Longitud (grados decimales)				Click		2.10 Altura (msnm)																																	
-2192494				-79881309						4M																																	
2.11 Información del administrador																																											
a. Tipo de Administrador:				JEFE				b. Nombre de la Institución:				BENEMERITO CUERPO DE BOMBEROS DE GUAYAQUIL																															
c. Nombre del Administrador:				CORONEL MARTIN CUCALON DE ICAZA				d. Cargo que ocupa:				PRIMER JEFE																															
e. Teléfono / Celular:				0423714840				f. Correo Electrónico:				CINTHYA_CHAVEZ@BOMBEROSGUAYAQUIL.GOB.EC																															
Observaciones:																																											
3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO																																											
3.1 Características climatológicas <input checked="" type="checkbox"/>																																											
a. Clima:				CALIDO Y HUMEDO				b. Temperatura(°C):				27 - 31				c. Precipitación Pluviométrica (mm):				289																							
3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U)																																											
a. Cultura				<input checked="" type="checkbox"/>				b. Naturaleza				<input type="checkbox"/>				c. Aventura				<input type="checkbox"/>																							
3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico <input type="checkbox"/>																																											
a. Prístino				<input type="checkbox"/>				b. Primitivo				<input type="checkbox"/>				c. Rústico Natural				<input type="checkbox"/>				d. Rural				<input type="checkbox"/>				e. Urbano				<input checked="" type="checkbox"/>							
3.4 Ingreso al atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>																																											
a. Tipo de Ingreso		b. Horario de Atención				c. Atención																																					
		Ingreso		Salida		Todos los días			Fines de semana y feriados			Solo días hábiles			Otro			Especificar																									
Libre		<input checked="" type="checkbox"/>		8:00		17:00		<input checked="" type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>			texto																							
Restringido		<input type="checkbox"/>		0:00		0:00		<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>			texto																							
Pagado		<input type="checkbox"/>		0:00		0:00		<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>			texto																							
d. Maneja un sistema de reservas:				<input type="checkbox"/>				f. Forma de Pago:				Efectivo				<input type="checkbox"/>				Dinero Electrónico				<input type="checkbox"/>				Depósito Bancario				<input type="checkbox"/>				Tarjeta de Débito				<input type="checkbox"/>			
e. Precio:				Desde		0,00		Hasta		0,00		Tarjeta de Crédito				<input type="checkbox"/>				Transferencia Bancaria				<input type="checkbox"/>				Cheque				<input type="checkbox"/>											
g. Meses recomendables de visita:																																											
Observaciones: EL MONUMENTO ESTA UBICADO EN UNA PARTE ETERIOR A UN EDIFICIO POR LO QUE SU INGRESO NO TIENE HORARIOS																																											
4. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO																																											
a. Nombre de la ciudad o poblado más cercano (Que presente condiciones mínimas de servicios):																																											
DURAN																																											
b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano:				9,2 km		c. Tiempo estimado de desplazamiento en auto:				0:14 h:min		d. Coordenadas (grados decimales):				Lat.:		-2.16039		Long.:				-79.845871																			
Observaciones: LOS DATOS FUERON TOMADOS CON REFERENCIA AL INICIO DEL PUENTE DE LA UNIDAD NACIONAL CON SENTIDO DURAN GUAYAQUIL																																											
4.2 Vías de Acceso (M) <input checked="" type="checkbox"/>																																											
		Tipo de vía		Coordenada de inicio				Coordenada de fin				Distancia (km)		Tipo de material		Estado																											
		a. Primer orden		<input checked="" type="checkbox"/>				-2.190182;-79.886855				-2.192479;-79.879672				1,4		ADOQUINADA		Buena																							

a. Ferrocarril (M) <input type="checkbox"/>		b. Segundo orden <input checked="" type="checkbox"/>	-2.19699;79.862502	-2.183603;-79.877942	13	texto	
		c. Tercer orden <input type="checkbox"/>	0	0	0	texto	
Observaciones: DESDE EL PARQUE CENTENARIO HASTA EL EMVICILO DE LA ROTONDA MALECON 2000							
b. Acuático (U) <input type="checkbox"/>	Marítimo <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto	Estado	Puerto / Muelle de Llegada	texto	Estado
	Lacustre <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto		Puerto / Muelle de Llegada	texto	
	Fluvial <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto		Puerto / Muelle de Llegada	texto	
Observaciones:							
c. Aéreo (U) <input type="checkbox"/>		Nacional: <input type="checkbox"/>		Internacional: <input type="checkbox"/>			
Observaciones:							
4.3 Servicio de transporte (M) <input checked="" type="checkbox"/>							
a. Bus <input checked="" type="checkbox"/>	b. Buseta <input type="checkbox"/>	c. Transporte 4x4 <input type="checkbox"/>	d. Taxi <input checked="" type="checkbox"/>	e. Moto taxi <input type="checkbox"/>	f. Teleférico <input type="checkbox"/>		
g. Lancha <input type="checkbox"/>	h. Bote <input type="checkbox"/>	i. Barco <input type="checkbox"/>	j. Canoa <input checked="" type="checkbox"/>	k. Avión <input type="checkbox"/>	l. Avioneta <input type="checkbox"/>		
m. Helicóptero <input type="checkbox"/>	n. Otro <input type="checkbox"/>	Especifique					
Observaciones:							
4.3.1 Detalle de transporte hacia el atractivo (M) <input checked="" type="checkbox"/>							
a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio	b. Estación / Terminal	c. Frecuencia				d. Detalle (Traslado origen / destino)	
		Diana	Semanal	Mensual	Eventual		
SISTEMA INTEGRADO DE TRANSPORTE MASIVO URBANO DE LA CIUDAD DE QUAYACULI	TERMINAL PASCAUALES	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	TRASLADO POR ESTACIONES DESIGNADAS	
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
4.4 Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad (M) <input type="checkbox"/>							
a. Accesibilidad móvil <input type="checkbox"/>	b. Accesibilidad visual <input type="checkbox"/>	c. Accesibilidad auditiva <input type="checkbox"/>	d. No es accesible <input checked="" type="checkbox"/>				
Observaciones:							
4.5 Señalización <input type="checkbox"/>							
a. Señalización de aproximación al atractivo <input type="checkbox"/>	Estado (U)	Buena <input type="checkbox"/>	Regular <input type="checkbox"/>		Mala <input type="checkbox"/>		
Observaciones:							
5. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/>							
5.1 Planta turística (M) <input checked="" type="checkbox"/>							
a. En el Atractivo <input checked="" type="checkbox"/>				b. En la ciudad o poblado cercano <input type="checkbox"/>			
Alojamiento <input checked="" type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas	Alojamiento <input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas

Hotel	<input checked="" type="checkbox"/>	65	5103	9723	Hotel	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Hostal	<input type="checkbox"/>	47	876	1775	Hostal	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Hostería	<input checked="" type="checkbox"/>	1	30	74	Hostería	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Hacienda Turística	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hacienda Turística	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Lodge	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Lodge	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Resort	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Resort	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Refugio	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Refugio	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Campamento Turístico	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Campamento Turístico	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Casa de Huéspedes	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Casa de Huéspedes	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Observaciones:					Observaciones:						
Alimentos y bebidas	<input checked="" type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas	Alimentos y bebidas	<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas		
Restaurantes	<input checked="" type="checkbox"/>	2636	2823	10894	Restaurantes	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Cafeterías	<input type="checkbox"/>	310	3609	12036	Cafeterías	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Bares	<input checked="" type="checkbox"/>	310	3545	14172	Bares	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Fuentes de soda	<input checked="" type="checkbox"/>	1064	4081	15811	Fuentes de soda	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Observaciones:					Observaciones:						
Agencias de Viaje	<input checked="" type="checkbox"/>	Establecimientos registrados			Agencias de Viaje	<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados				
Mayoristas	<input checked="" type="checkbox"/>	26			Mayoristas	<input type="checkbox"/>	0				
Internacionales	<input type="checkbox"/>	96			Internacionales	<input type="checkbox"/>	0				
Operadoras	<input type="checkbox"/>	70			Operadoras	<input type="checkbox"/>	0				
Observaciones:					Observaciones:						
Guía	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	0	Guía	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	0
<input type="checkbox"/>	0	0	0	Aventura	0	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Aventura	0
Observaciones:					Observaciones:						
5.2 Facilidades en el entorno al atractivo <input type="checkbox"/>											
Categoría (M)	Tipo (M)		Cantidad	Coordenadas	Administrador	Accesibilidad universal	Estado (U)				
							B	R	M		
a. De apoyo a la gestión turística <input type="checkbox"/>	Punto de información	TI	0	0	estado	II	II	II	II		
	ITur	CI	0	0	estado	II	II	II	II		
	Centro de interpretación	CI	0	0	estado	II	II	II	II		
	Centro de facilitación turística	TI	0	0	estado	II	II	II	II		
b. De observación y vigilancia <input type="checkbox"/>	Garitas de guardiana	CI	0	0	estado	II	II	II	II		
	Miradores	TI	0	0	estado	II	II	II	II		
	Torres de aislamiento de aves	CI	0	0	estado	II	II	II	II		
	Torres de vigilancia para salvavidas	CI	0	0	estado	II	II	II	II		
c. De recorrido y descanso <input type="checkbox"/>	Senderos	CI	0	0	estado	II	II	II	II		
	Estaciones de sombra y descanso	CI	0	0	estado	II	II	II	II		
	Áreas de acampar	TI	0	0	estado	II	II	II	II		
	Refugio de alta montaña	CI	0	0	estado	II	II	II	II		
d. De servicio TI	Baterías sanitarias	CI	0	0	estado	II	II	II	II		
	Estacionamientos	TI	0	0	estado	II	II	II	II		
e. Otros	<input type="checkbox"/>		0	0	estado	II	II	II	II		

Observaciones:					
5.3 Complementarios a la actividad turística (M)					
a. En el Atractivo			b. En la ciudad o poblado cercano		
Alquiler y venta de equipo especializado	<input checked="" type="checkbox"/>	Venta de artesanías y merchandising	<input checked="" type="checkbox"/>	Alquiler y venta de equipo especializado	<input checked="" type="checkbox"/>
Casa de cambio	<input checked="" type="checkbox"/>	Cajero automático	<input checked="" type="checkbox"/>	Casa de cambio	<input checked="" type="checkbox"/>
Especifique: texto			Especifique: texto		
Observaciones:					
6. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO					
SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/>					
6.1 Atractivo (U)					
a. Conservado	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Alterado	<input type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro	<input type="checkbox"/>
d. Deteriorado <input type="checkbox"/>					
Observaciones:					
6.1.1 Factores de alteración y deterioro (M)					
6.1.1.1 Naturales (M)			6.1.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)		
a. Erosión	<input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas	<input type="checkbox"/>	b. Actividades forestales	<input type="checkbox"/>
b. Humedad	<input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales	<input type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono	<input type="checkbox"/>
c. Desastres naturales	<input type="checkbox"/>	g. Conflicto de tenencia	<input type="checkbox"/>	h. Condiciones de uso y exposición	<input type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna	<input type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente	<input type="checkbox"/>	k. Generación de residuos	<input type="checkbox"/>
e. Clima	<input type="checkbox"/>	m. Conflicto político / social	<input type="checkbox"/>	n. Desarrollo industrial / comercial	<input type="checkbox"/>
Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:			
Observaciones:					
6.2 Entorno (U)					
a. Conservado	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Alterado	<input type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro	<input type="checkbox"/>
d. Deteriorado <input type="checkbox"/>					
Observaciones:					
6.2.1 Factores de alteración y deterioro (M)					
6.2.1.1 Naturales (M)			6.2.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)		
a. Erosión	<input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas	<input type="checkbox"/>	b. Actividades forestales	<input type="checkbox"/>
b. Humedad	<input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales	<input type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono	<input type="checkbox"/>
c. Desastres naturales	<input type="checkbox"/>	g. Conflicto de tenencia	<input type="checkbox"/>	h. Condiciones de uso y exposición	<input type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna	<input type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente	<input type="checkbox"/>	k. Generación de residuos	<input type="checkbox"/>
e. Clima	<input type="checkbox"/>	m. Conflicto político / social	<input type="checkbox"/>	n. Desarrollo industrial / comercial	<input type="checkbox"/>
Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:			
Observaciones:					
6.3. Declaratoria del espacio turístico o asociado al atractivo					
a. Declarante:	ALCALDIA DE GUAYAQUIL	b. Denominación:	EXPOSICION CULTURAL	c. Alcance:	LOCAL
Observaciones:					
7. HIGIENE Y SEGURIDAD TURISTICA					
SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/>					
7.1 Servicios Básicos					
a. En el atractivo			b. En la ciudad o poblado mas cercano		
Agua:	<input checked="" type="checkbox"/>	Agua <input checked="" type="checkbox"/>			
Especifique:	POTABLE	Especifique: TANQUERO			
Energía eléctrica:	<input checked="" type="checkbox"/>	Energía eléctrica <input checked="" type="checkbox"/>			
Especifique:	RED DE EMPRESA ELECTGRICA DE SERVICIO PUBLICO	Especifique: RED DE EMPRESA ELECTGRICA DE SERVICIO PUBLICO			
Saneamiento:	<input checked="" type="checkbox"/>	Saneamiento: <input checked="" type="checkbox"/>			

Específico: RED PÚBLICA	Específico: POZO SEPTICO							
Disposición de desechos <input checked="" type="checkbox"/>	Disposición de desechos <input type="checkbox"/>							
Específico: CAPRO RECOLECTOR	Específico: CARRO RECOLECTOR							
Observaciones:								
7.2 Señalética en el atractivo 14								
7.2.1. Ambiente	7.2.2. Tipo	7.2.3. Materialidad				7.2.4. Estado		
		a. Madera	b. Aluminio	c. Otro	Específico	B	R	M
En áreas urbanas <input type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	texto	11	11	11
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	texto	0	0	0
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	texto	0	0	0
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	texto	0	0	0
	Pictogramas de restricción	0	0	0	texto	0	0	0
	Ídolos de atractivos turísticos	0	0	0	texto	11	11	11
	Ídolos de sitio	0	0	0	texto	0	0	0
	Ídolos direccionales	0	0	0	texto	0	0	0
En áreas naturales <input type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	texto	0	0	0
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	texto	0	0	0
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	texto	0	0	0
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	texto	11	11	11
	Pictogramas de restricción	0	0	0	texto	0	0	0
	Señales turísticas de aproximación	0	0	0	texto	0	0	0
	Panoles de direccionamiento hacia atractivos	0	0	0	texto	0	0	0
	Panel informativo de atractivos	0	0	0	texto	0	0	0
	Panel informativo de direccionamiento hacia atractivos, servicios y actividades	0	0	0	texto	11	11	11
	Mesas interpretativas	0	0	0	texto	0	0	0
	Ídolo de sitio	0	0	0	texto	0	0	0
	Ídolo de direccionamiento	0	0	0	texto	11	11	11
Letreros informativos <input type="checkbox"/>	De información botánica	0	0	0	texto	0	0	0
	Normativos de concientización	0	0	0	texto	0	0	0
Señalética interna de seguridad <input type="checkbox"/>	Protección de los elementos del atractivo	0	0	0	texto	0	0	0
Otros <input checked="" type="checkbox"/>	CONSTRUCCION CREADA PARA LA SEGURIDAD Y SALVAGUARDA DE LA CIUDADANIA							
Observaciones:								
7.3 Salud (más cercano) (M) 0								
a. En el atractivo <input checked="" type="checkbox"/>					b. En la ciudad o poblado más cercano <input checked="" type="checkbox"/>			
Hospital o Clínica <input checked="" type="checkbox"/>	Cantidad	3	Hospital o Clínica <input checked="" type="checkbox"/>	Cantidad	1			
Puesto / Centro de salud <input type="checkbox"/>		0	Puesto / Centro de salud <input checked="" type="checkbox"/>		17			
Dispensario médico <input checked="" type="checkbox"/>		1	Dispensario médico <input type="checkbox"/>		0			
Botiquín de primeros auxilios <input checked="" type="checkbox"/>		1	Botiquín de primeros auxilios <input checked="" type="checkbox"/>		0			
Otros <input type="checkbox"/>		0	Otros <input type="checkbox"/>		0			
Observaciones:								
7.4 Seguridad (M) 14								
a. Privada <input type="checkbox"/>	Cantidad	0	Cantidad	0				
b. Policía nacional <input checked="" type="checkbox"/>		1		1				
LPC NUEVE DE OCTUBRE POLICIA NACIONAL								

c. Policía metropolitana / Municipal <input checked="" type="checkbox"/>		POLICIA METROPOLITANA MUNICIPAL DE GUAYAQUIL	
d. Otra <input type="checkbox"/>		texto	
Observaciones:			
7.5 Servicio de comunicación de uso público (M) <input checked="" type="checkbox"/>			
a. En el atractivo <input checked="" type="checkbox"/>		b. En la ciudad o poblado mas cercano <input type="checkbox"/>	
Telefonía (M) <input type="checkbox"/>		Conexión a Internet (M) <input type="checkbox"/>	
Fija <input checked="" type="checkbox"/>	Línea telefónica <input checked="" type="checkbox"/>	Fibra óptica <input type="checkbox"/>	Fija <input checked="" type="checkbox"/>
Móvil <input type="checkbox"/>	Satélite <input type="checkbox"/>	Redes inalámbricas <input checked="" type="checkbox"/>	Móvil <input type="checkbox"/>
Satélite <input type="checkbox"/>	Telefonía móvil <input type="checkbox"/>		Satélite <input type="checkbox"/>
Observaciones:			
Radio portátil (U) <input type="checkbox"/>			
De uso exclusivo para el visitante <input type="checkbox"/>		De uso exclusivo para comunicación interna <input type="checkbox"/>	
De uso exclusivo en caso de emergencia <input type="checkbox"/>			
Observaciones:			
7.6 Multiamenazas (M) <input checked="" type="checkbox"/>			
Deslaves <input type="checkbox"/>		Sismos <input checked="" type="checkbox"/>	
Erupciones volcánicas <input type="checkbox"/>		Inundaciones forestales <input type="checkbox"/>	
Sequia <input type="checkbox"/>	Inundaciones <input checked="" type="checkbox"/>	Aguajes <input type="checkbox"/>	Tsunami <input type="checkbox"/>
¿Existe un plan de contingencia en caso de catástrofes? <input type="checkbox"/>	Institución que elaboró el documento: <input type="text"/>	Nombre del documento: <input type="text"/>	Año de elaboración: <input type="text"/>
Observaciones:			
8. POLÍTICAS Y REGULACIONES			SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/>
a. ¿El GAD cuenta con el Plan de Desarrollo Turístico Territorial? SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>		Año de elaboración: 2018	
b. ¿El atractivo se encuentra dentro de la planificación turística territorial (GAD'S)? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>		Especifique: <input type="text"/>	
c. ¿Existen normativas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>			
Especifique: <input type="text"/>			
d. ¿Existen ordenanzas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>			
Especifique: <input type="text"/>			
Observaciones:			
9. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U)			SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/>
9.1 ATRACTIVOS NATURALES (M) <input type="checkbox"/>			
9.1.1 En el Agua (M) <input type="checkbox"/>			
a. Buceo <input type="checkbox"/>	b. Kayak de mar <input type="checkbox"/>	c. Kayak lacustre <input type="checkbox"/>	d. Kayak de Río <input type="checkbox"/>
e. Surf <input type="checkbox"/>	f. Kite surf <input type="checkbox"/>	g. Rafting <input type="checkbox"/>	h. Snorkel <input type="checkbox"/>
i. Tubing <input type="checkbox"/>	j. Regata <input type="checkbox"/>	k. Paseo en panga <input type="checkbox"/>	l. Paseo en bote <input type="checkbox"/>
m. Paseo en lancha <input type="checkbox"/>	n. Paseo en moto acuática <input type="checkbox"/>	o. Parasailing <input type="checkbox"/>	p. Esquí acuático <input type="checkbox"/>
q. Banana flotante <input type="checkbox"/>	r. Boya <input type="checkbox"/>	s. Pesa deportiva <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>
texto			
Observaciones:			
9.1.2 En el Aire (M) <input type="checkbox"/>			
a. Alas Delta <input type="checkbox"/>	b. Canopy <input type="checkbox"/>	c. Parapente <input type="checkbox"/>	d. Otro <input type="checkbox"/>
texto			
Observaciones:			
9.1.3 En Superficie Terrestre (M) <input type="checkbox"/>			
a. Montañismo <input type="checkbox"/>	b. Escalada <input type="checkbox"/>	c. Senderismo <input type="checkbox"/>	d. Ciclismo <input type="checkbox"/>
e. Canyoning <input type="checkbox"/>	f. Exploración de cuevas <input type="checkbox"/>	g. Actividades Recreativas <input type="checkbox"/>	h. Cabalgata <input type="checkbox"/>
i. Caminata <input type="checkbox"/>	j. Camping <input type="checkbox"/>	k. Picnic <input type="checkbox"/>	l. Observación de flora y fauna <input type="checkbox"/>
m. Observación de astros <input type="checkbox"/>	n. Otro <input type="checkbox"/>	texto	
Observaciones:			
9.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U) <input type="checkbox"/>			

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

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

13. DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO (500 caracteres)

EL MONUMENTO FUE CONSTRUIDO EN HONOR AL SR. VICENTE ROCAFUERTE Y RESULTO ILESO EN LOS DISTINTOS INCENDIOS OCURRIDO SNE CIUDAD

14. ANEXOS

a. Archivo Fotográfico (dos) (HD)



Fuente: <https://p.lacesmap.net/EC/Compa-ia-Salamandra-No-2-87238/>

c. Ubicación gráfica del Atractivo



Fuente: <https://www.google.com/maps/@-2.102374,-79.8875845,18.75z>

FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)					
ELABORADO POR:		VALIDADO POR:		APROBADO POR:	
Apellido y Nombre	JOSE LUIS BRAVO CORTEZ	Apellido y Nombre		Apellido y Nombre	
Institución	ESPOL	Institución		Institución	
Cargo	ESTUDIANTE	Cargo		Cargo	
Correo Electrónico	J.BRAVO@ESPOLEDU.ES	Correo Electrónico		Correo Electrónico	
Teléfono	24806138	Teléfono		Teléfono	
Firma		Firma		Firma	
Fecha	12/1/2016	Fecha		Fecha	

Anexo 20 Ficha para el levantamiento y jerarquización de atractivo turístico-Iglesia Santo Domingo



FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																																						
Código del atractivo:	0	9	0	1	0	3	M	C	0	1	0	8	0	2	0	0	1																					
	Provincia			Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo																						
1. DATOS GENERALES																																						
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																																						
COMPAÑIA SALAMANDRA Nº2																																						
1.2 Categoría						1.3 Tipo						1.4 Subtipo																										
MANIFESTACIONES CULTURALES						ARQUITECTURA						ESPACIO PÚBLICO																										
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO																																						
2.1 Provincia						2.2 Cantón						2.3 Parroquia																										
GUAYAS						GUAYAQUIL						CARBO (CONCEPCIÓN)																										
2.4 Barrio, Sector o Comuna						2.5 Calle Principal						2.6 Número			2.7 Transversal																							
CENTRICO						AV. NUEVE DE OCTUBRE						PEDRO CARBO																										
2.8 Latitud (grados decimales)						2.9 Longitud (grados decimales)						2.10 Altura (msnm)																										
-2192494						-79881309						4M																										
2.11 Información del administrador																																						
a. Tipo de Administrador:						JEFE						b. Nombre de la Institución:																										
												BENEMERITO CUERPO DE BOMBEROS DE GUAYAQUIL																										
c. Nombre del Administrador:						CORONEL MARTIN CUCALON DE IGAZA						d. Cargo que ocupa:																										
												PRIMER JEFE																										
e. Teléfono / Celular:						0423714840						f. Correo Electrónico:																										
												CINTHIA.CHAVEZ@BOMBROSGUAYAQUIL.GOB.EC																										
Observaciones:																																						
3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO																																						
3.1 Características climatológicas																																						
a. Clima:						CALIDO Y HUMEDO						b. Temperatura(°C):			27 - 31			c. Precipitación Pluviométrica (mm):			289																	
3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U)																																						
a. Cultura						<input checked="" type="checkbox"/>						b. Naturaleza			<input type="checkbox"/>			c. Aventura			<input type="checkbox"/>																	
3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico																																						
a. Prístino			<input type="checkbox"/>			b. Primitivo			<input type="checkbox"/>			c. Rústico Natural			<input type="checkbox"/>			d. Rural			<input type="checkbox"/>			e. Urbano			<input checked="" type="checkbox"/>											
3.4 Ingreso al atractivo (U)																																						
a. Tipo de Ingreso			b. Horario de Atención			c. Atención																																
						Todos los días			Fines de semana y feriados			Solo días hábiles			Otro			Especificar																				
Libre			<input checked="" type="checkbox"/>			8:00			17:00			<input checked="" type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>			texto														
Restringido			<input type="checkbox"/>			0:00			0:00			<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>			texto														
Pagado			<input type="checkbox"/>			0:00			0:00			<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>			texto														
d. Maneja un sistema de reservas:						<input type="checkbox"/>						f. Forma de Pago:			Efectivo			<input type="checkbox"/>			Dinero Electrónico			<input type="checkbox"/>			Depósito Bancario			<input type="checkbox"/>			Tarjeta de Débito			<input type="checkbox"/>		
e. Precio:			Desde			0,00			Hasta			0,00			Tarjeta de Crédito			<input type="checkbox"/>			Transferencia Bancaria			<input type="checkbox"/>			Cheque			<input type="checkbox"/>								
g. Meses recomendables de visita:																																						
Observaciones: EL MONUMENTO ESTA UBICADO EN UNA PARTE EXTERIOR A UN EDIFICIO POR LO QUE SU INGRESO NO TIENE HORARIOS																																						
4. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO																																						
a. Nombre de la ciudad o poblado más cercano (Que presente condiciones mínimas de servicios):																																						
DURAN																																						
b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano:						9,2 km						c. Tiempo estimado de desplazamiento en auto:			0:14 h:min			d. Coordenadas (grados decimales):			Lat.: -2.16039			Long.: -79.845871														
Observaciones: LOS DATOS FUERON TOMADOS CON REFERENCIA AL INICIO DEL PUENTE DE LA UNIDAD NACIONAL CON SENTIDO DURAN GUAYAQUIL																																						
4.2 Vías de Acceso (M)																																						
a. Primer orden						<input checked="" type="checkbox"/>						Tipo de vía			Coordenada de inicio			Coordenada de fin			Distancia (km)			Tipo de material			Estado											
															-2.190182;-79.886855			-2.192479;-79.879672			1,4			ADQUINADA			Buena											

b. Segundo orden <input type="checkbox"/>		0	0	0	texto	
c. Tercer orden <input type="checkbox"/>		0	0	0	texto	
Observaciones: DESDE EL INICIO DEL MALECÓN 3000 HASTA EL FINAL DEL MISMO						
b. Acuático (U) <input type="checkbox"/>	Mariño <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto	Estado	Puerto / Muelle de Llegada	texto
	Lacustre <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto		Puerto / Muelle de Llegada	texto
	Fluvial <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto		Puerto / Muelle de Llegada	texto
Observaciones:						
c. Aéreo (U) <input type="checkbox"/>		Nacional: <input type="checkbox"/>	Internacional: <input type="checkbox"/>			
Observaciones:						
4.3 Servicio de transporte (M) <input checked="" type="checkbox"/>						
a. Bus <input checked="" type="checkbox"/>	b. Buseta <input type="checkbox"/>	c. Transporte 4x4 <input type="checkbox"/>	d. Taxi <input checked="" type="checkbox"/>	e. Moto taxi <input type="checkbox"/>	f. Teleférico <input type="checkbox"/>	
g. Lancha <input type="checkbox"/>	h. Bote <input type="checkbox"/>	i. Barco <input type="checkbox"/>	j. Canoa <input checked="" type="checkbox"/>	k. Avión <input type="checkbox"/>	l. Avioneta <input type="checkbox"/>	
m. Helicóptero <input type="checkbox"/>	n. Otro <input type="checkbox"/>	Especifique:				
Observaciones:						
4.3.1 Detalle de transporte hacia el atractivo (M) <input checked="" type="checkbox"/>						
a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio	b. Estación / terminal	c. Frecuencia			d. Detalle (Tratado origen / destino)	
		Día	Semanal	Mensual	Eventual	
SISTEMA INTEGRADO DE TRANSPORTE MASIVO URBANO DE LA CIUDAD DE GUAYACIL	TERMINAL PASCALES	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	TRASLADO POR ESTACIONES DESIGNADAS
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
4.4 Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad (M) <input type="checkbox"/>						
a. Accesibilidad móvil <input type="checkbox"/>	b. Accesibilidad visual <input type="checkbox"/>	c. Accesibilidad auditiva <input type="checkbox"/>	d. No es accesible <input checked="" type="checkbox"/>			
Observaciones:						
4.5 Señalización <input type="checkbox"/>						
a. Señalización de aproximación al atractivo <input type="checkbox"/>	Estado (U)	Buena <input type="checkbox"/>	Regular <input type="checkbox"/>	Mala <input type="checkbox"/>		
Observaciones:						
5. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/>						
5.1 Planta turística (M) <input checked="" type="checkbox"/>						
a. En el Atractivo <input checked="" type="checkbox"/>				b. En la ciudad o poblado cercano <input type="checkbox"/>		
Alojamiento <input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas	Alojamiento <input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones Número de Plazas

Hotel	<input checked="" type="checkbox"/>	65	5100	9729	Hotel	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Hostal	<input type="checkbox"/>	47	878	1775	Hostal	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Hosteria	<input checked="" type="checkbox"/>	1	30	74	Hosteria	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Hacienda Turística	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hacienda Turística	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Lodge	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Lodge	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Resort	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Resort	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Refugio	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Refugio	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Campamento Turístico	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Campamento Turístico	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Casa de Huéspedes	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Casa de Huéspedes	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Observaciones:					Observaciones:						
Alimentos y bebidas	<input checked="" type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas	Alimentos y bebidas	<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas		
Restaurantes	<input checked="" type="checkbox"/>	2635	28523	108964	Restaurantes	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Cafeterías	<input type="checkbox"/>	310	3609	12036	Cafeterías	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Bares	<input checked="" type="checkbox"/>	310	3543	14172	Bares	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Fuentes de soda	<input checked="" type="checkbox"/>	1084	4081	15811	Fuentes de soda	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Observaciones:					Observaciones:						
Agencias de Viaje	<input checked="" type="checkbox"/>	Establecimientos registrados			Agencias de Viaje	<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados				
Mayoristas	<input checked="" type="checkbox"/>	26			Mayoristas	<input type="checkbox"/>	0				
Internacionales	<input type="checkbox"/>	96			Internacionales	<input type="checkbox"/>	0				
Operadoras	<input type="checkbox"/>	70			Operadoras	<input type="checkbox"/>	0				
Observaciones:					Observaciones:						
Guía	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	0	Guía	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	0
<input type="checkbox"/>	0	0	0	Aventura	0	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Aventura	0
Observaciones:					Observaciones:						
5.2 Facilidades en el entorno al atractivo					<input type="checkbox"/>						
Categoría (M)	Tipo (M)		Cantidad	Coordenadas	Administrador	Accesibilidad universal	Estacio (U)				
a. De apoyo a la gestión turística	Punto de Información	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	I-Tur	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Centro de interpretación	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Centro de facilitación turística	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Centro de recepción de visitantes	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
b. De observación y vigilancia	Garitas de guardiana	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Miradores	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Torres de avistamiento de aves	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
c. De recorrido y descanso	Torres de vigilancia para salvavidas	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Sanderos	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Estaciones de sombra y descanso	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Áreas de acampar	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
d. De servicio	Refugio de alta montaña	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Baterías sanitarias	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
e. Otros	Estacionamientos	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
		<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		

Observaciones:					
5.3 Complementarios a la actividad turística (M)					
a. En el Atractivo			b. En la ciudad o poblado cercano		
Aquiler y venta de equipo especializado	<input type="checkbox"/>	Venta de artesanías y merchandising	<input type="checkbox"/>	Aquiler y venta de equipo especializado	<input type="checkbox"/>
Casa de cambio	<input checked="" type="checkbox"/>	Cajero automático	<input checked="" type="checkbox"/>	Otro	<input type="checkbox"/>
Especifique: texto			Especifique: texto		
Observaciones:					
6. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO					
SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/>					
6.1 Atractivo (U)					
a. Conservado	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Alterado	<input checked="" type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro	<input type="checkbox"/>
d. Deteriorado <input type="checkbox"/>					
Observaciones:					
6.1.1 Factores de alteración y deterioro (M)					
6.1.1.1 Naturales (M)			6.1.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)		
a. Erosión	<input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas	<input type="checkbox"/>	b. Actividades forestales	<input type="checkbox"/>
b. Humedad	<input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales	<input type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono	<input type="checkbox"/>
c. Desastres naturales	<input type="checkbox"/>	g. Conflicto de tenencia	<input type="checkbox"/>	h. Condiciones de uso y exposición	<input type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna	<input type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente	<input type="checkbox"/>	k. Generación de residuos	<input type="checkbox"/>
e. Clima	<input type="checkbox"/>	m. Conflicto político / social	<input type="checkbox"/>	n. Desarrollo industrial / comercial	<input type="checkbox"/>
Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:			
Observaciones:					
6.2 Entorno (U)					
a. Conservado	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Alterado	<input type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro	<input type="checkbox"/>
d. Deteriorado <input type="checkbox"/>					
Observaciones:					
6.2.1 Factores de alteración y deterioro (M)					
6.2.1.1 Naturales (M)			6.2.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)		
a. Erosión	<input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas	<input type="checkbox"/>	b. Actividades forestales	<input type="checkbox"/>
b. Humedad	<input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales	<input type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono	<input type="checkbox"/>
c. Desastres naturales	<input type="checkbox"/>	g. Conflicto de tenencia	<input type="checkbox"/>	h. Condiciones de uso y exposición	<input type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna	<input type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente	<input type="checkbox"/>	k. Generación de residuos	<input type="checkbox"/>
e. Clima	<input checked="" type="checkbox"/>	m. Conflicto político / social	<input type="checkbox"/>	n. Desarrollo industrial / comercial	<input checked="" type="checkbox"/>
Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:			
Observaciones:					
6.3. Declaratoria del espacio turístico asociado al atractivo					
a. Declarante:	ALCALDIA DE GUAYAQUIL	b. Denominación:	EXPOSICION CULTURAL	c. Alcance:	LOCAL
Observaciones:					
7. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA					
SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/>					
7.1 Servicios Básicos					
a. En el atractivo			b. En la ciudad o poblado mas cercano		
Agua:	<input checked="" type="checkbox"/>		Agua	<input checked="" type="checkbox"/>	
Especifique: POTABLE			Especifique: TANQUERO		
Energía eléctrica:	<input checked="" type="checkbox"/>		Energía eléctrica	<input checked="" type="checkbox"/>	
Especifique: RED DE EMPRESA ELECTRICA DE SERVICIO PUBLICO			Especifique: RED DE EMPRESA ELECTRICA DE SERVICIO PUBLICO		
Saneamiento:	<input type="checkbox"/>		Saneamiento:	<input checked="" type="checkbox"/>	

Especifique: RED PÚBLICA		Especifique: POZO SEPTICO						
Deposición de desechos <input checked="" type="checkbox"/>		Deposición de desechos <input type="checkbox"/>						
Especifique: CARRO RECOLECTOR		Especifique: CARRO RECOLECTOR						
Observaciones:								
7.2 Señalética en el atractivo <input type="checkbox"/>								
7.2.1 Ambiente	7.2.2 Tipo	7.2.3 Materialidad				7.2.4 Estado		
		a. Madera	b. Aluminio	c. Otro	Específico	B	R	M
En áreas urbanas <input type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de atractivos turísticos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de sitio	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems direccionales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
En áreas naturales <input type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Señales turísticas de aproximación	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panels de direccionamiento hacia atractivos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de atractivos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de direccionamiento hacia atractivos, servicios y actividades	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Mesas interpretativas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótem de sitio	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótem de direccionamiento	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Letreros informativos <input type="checkbox"/>	De información botánica	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Normativos de concientización	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Señalética interna de seguridad <input type="checkbox"/>	Protección de los elementos del atractivo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otros <input type="checkbox"/>								
Observaciones:								
7.3 Salud (más cercano) (M) <input type="checkbox"/>								
a. En el atractivo <input checked="" type="checkbox"/>		b. En la ciudad o poblado más cercano <input checked="" type="checkbox"/>						
Hospital o Clínica <input checked="" type="checkbox"/>	Cantidad	3	Hospital o Clínica <input checked="" type="checkbox"/>	1				
Puesto / Centro de salud <input type="checkbox"/>		0	Puesto / Centro de salud <input checked="" type="checkbox"/>	17				
Dispensario médico <input checked="" type="checkbox"/>		1	Dispensario médico <input type="checkbox"/>	0				
Botiquín de primeros auxilios <input checked="" type="checkbox"/>		1	Botiquín de primeros auxilios <input type="checkbox"/>	0				
Otros <input type="checkbox"/>		0	Otros <input type="checkbox"/>	0				
Observaciones:								
7.4 Seguridad (M) <input type="checkbox"/>								
a. Privada <input type="checkbox"/>	Cantidad	texto						
b. Policía nacional <input checked="" type="checkbox"/>		LPC NUEVE DE OCTUBRE POLICIA NACIONAL						

c. Policía metropolitana / Municipal <input checked="" type="checkbox"/>		PODJOIA METROPOLITANA MUNICIPAL DE GUAYAQUIL	
d. Otra <input type="checkbox"/>		N/A	
Observaciones:			
7.5 Servicio de comunicación de uso público (M) <input checked="" type="checkbox"/>			
a. En el atractivo 1-1		b. En la ciudad o poblado mas cercano 1-1	
Telefonía (M) <input type="checkbox"/>		Conexión a internet (M) <input type="checkbox"/>	
Fija <input checked="" type="checkbox"/>	Línea telefónica <input checked="" type="checkbox"/>	Fibra óptica <input type="checkbox"/>	
Móvil <input type="checkbox"/>	Satélite <input type="checkbox"/>	Redes inalámbricas <input checked="" type="checkbox"/>	
Satélite <input type="checkbox"/>	Teléfono móvil <input type="checkbox"/>		
Observaciones:			
Radio portátil (U) <input type="checkbox"/>			
De uso exclusivo para el visitante <input type="checkbox"/>		De uso exclusivo para comunicación interna <input type="checkbox"/>	
De uso exclusivo en caso de emergencia <input type="checkbox"/>			
Observaciones:			
7.6 Multiamenazas (M) <input checked="" type="checkbox"/>			
Deslaves <input type="checkbox"/>		Sismos <input checked="" type="checkbox"/>	
		Erupciones volcánicas <input type="checkbox"/>	
Inundaciones <input checked="" type="checkbox"/>		Incendios forestales <input type="checkbox"/>	
Saquia <input type="checkbox"/>	Aguajes <input type="checkbox"/>		Tsunami <input type="checkbox"/>
¿Existe un plan de contingencia en caso de catástrofes? <input type="checkbox"/>			
Institución que elaboró el documento:		Nombre del documento:	Año de elaboración:
Observaciones:			
8. POLÍTICAS Y REGULACIONES			
SI <input checked="" type="checkbox"/>		NO <input type="checkbox"/>	
SI <input type="checkbox"/>		SI <input type="checkbox"/>	
a. ¿El GAD cuenta con el Plan de Desarrollo Turístico Territorial? SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Año de elaboración: 2018			
b. ¿El atractivo se encuentra dentro de la planificación turística territorial (GAD S)? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> Especifique:			
c. ¿Existen normativas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> Especifique:			
d. ¿Existen ordenanzas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> Especifique:			
Observaciones:			
9. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U)			
SI <input checked="" type="checkbox"/>		NO <input type="checkbox"/>	
SI <input type="checkbox"/>		SI <input type="checkbox"/>	
9.1 ATRACTIVOS NATURALES (M) <input type="checkbox"/>			
9.1.1 En el Agua (M) <input type="checkbox"/>			
a. Buceo <input type="checkbox"/>	b. Kayak de mar <input type="checkbox"/>	c. Kayak lacustre <input type="checkbox"/>	d. Kayak de Río <input type="checkbox"/>
e. Surf <input type="checkbox"/>	f. Kite surf <input type="checkbox"/>	g. Rafting <input type="checkbox"/>	h. Snorkel <input type="checkbox"/>
i. Tubing <input type="checkbox"/>	j. Regata <input type="checkbox"/>	k. Paseo en panga <input type="checkbox"/>	l. Paseo en bote <input type="checkbox"/>
m. Paseo en lancha <input type="checkbox"/>	n. Paseo en moto acuática <input type="checkbox"/>	o. Parasailing <input type="checkbox"/>	
p. Esquí acuático <input type="checkbox"/>	q. Banana flotante <input type="checkbox"/>	r. Boya <input type="checkbox"/>	s. Pesa deportiva <input type="checkbox"/>
Otros <input type="checkbox"/>			
Observaciones:			
9.1.2 En el Aire (M) <input type="checkbox"/>			
a. Alas Delta <input type="checkbox"/>	b. Canopy <input type="checkbox"/>	c. Parapente <input type="checkbox"/>	d. Otro <input type="checkbox"/>
Observaciones:			
9.1.3 En Superficie Terrestre (M) <input type="checkbox"/>			
a. Montañismo <input type="checkbox"/>	b. Escalada <input type="checkbox"/>	c. Senderismo <input type="checkbox"/>	d. Ciclismo <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. Observación de astros <input type="checkbox"/>	n. Otro <input type="checkbox"/>	Observaciones:	
9.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U) 1-1			

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

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

Observaciones:

13. DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO (500 caracteres)

LA IGLESIA FUE RECONSTRUIDA DESPUES DE UNA SERIE DE INCENDIOS QUE AFECTARON A PARTE DE LA CIUDAD.

14. ANEXOS

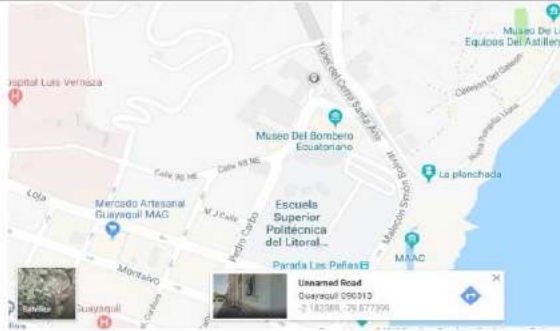
a. Archivo Fotográfico (dos) (HD)



Fuente:

<https://expresionespoliticasartyliteraria.wordpress.com/2010/01/07/iglesia-santo-domingo-de-guzman/>

c. Ubicación gráfica del Atractivo



Fuente:

<https://www.google.com/maps/@2.183134,-79.8768263,17.04z>

FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)					
ELABORADO POR:		VALIDADO POR:		APROBADO POR:	
Apellido y Nombre	JOSE LUIS BRAVO CORTEZ	Apellido y Nombre		Apellido y Nombre	
Institución	ESPOL	Institución		Institución	
Cargo	ESTUDIANTE	Cargo		Cargo	
Correo Electrónico	JLBRAVO@ESPOLEDU.ED	Correo Electrónico		Correo Electrónico	
Teléfono	24866138	Teléfono		Teléfono	
Firma		Firma		Firma	
Fecha	12/12/2018	Fecha		Fecha	

Anexo 21 Ficha para el levantamiento y jerarquización de atractivo turístico-Edificio de la Primera Jefatura del BCBG



FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS													
Código del atractivo:	G	B	Q	I	Q	3	M	C	Q	I	Q	8	
	Provincia	Cantón	Parroquia	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía	Atractivo					
1. DATOS GENERALES													
1.1 Nombre del Atractivo Turístico													
EDIFICIO DE LA JEFATURA DEL BCBG													
1.2 Categoría			1.3 Tipo				1.4 Subtipo						
MANIFESTACIONES CULTURALES			ARQUITECTURA				ESPACIO PÚBLICO						
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO													
2.1 Provincia			2.2 Cantón				2.3 Parroquia						
GUAYAS			GUAYAQUIL				CARBO (CONCEPCIÓN)						
2.4 Barrio, Sector o Comuna			2.5 Calle Principal			2.6 Número		2.7 Transversal					
CENTRICO			AV. NUEVE DE OCTUBRE					AV. BOYACA					
2.8 Latitud (grados decimales)			2.9 Longitud (grados decimales)				2.10 Altura (msnm)						
-2191191			-79829764				4M						
2.11 Información del administrador													
a. Tipo de Administrador:			JEFE				b. Nombre de la Institución:		BENEMERITO CUERPO DE BOMBEROS DE GUAYAQUIL				
c. Nombre del Administrador:			GORNONEL MARTIN GUDALON DE ICAZA				d. Cargo que ocupa:		PRIMER JEFE				
e. Teléfono / Celular:			0423714840				f. Correo Electrónico:		CENTRA_CHAVEZBOMBEROSGUAYAQUIL@GOL.EC				
Observaciones:													
3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO													
3.1 Características climatológicas													
a. Clima:			CALIDO Y HUMEDO				b. Temperatura(°C):		27 - 31				
c. Precipitación Pluviométrica (mm):			289										
3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U)													
a. Cultura			b. Naturaleza				c. Aventura						
<input checked="" type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>						
3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico													
a. Prístino			b. Primitivo				c. Rústico Natural		d. Rural		e. Urbano		
<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		
3.4 Ingreso al atractivo (U)													
a. Tipo de Ingreso		b. Horario de Atención		c. Atención									
				Todos los días			Fines de semana y feriados		Solo días hábiles		Otro		Especificar
Libre		8:00 - 17:00		<input checked="" type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		texto
Restringido		0:00 - 0:00		<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		texto
Pagado		0:00 - 0:00		<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		texto
d. Maneja un sistema de reservas:			f. Forma de Pago:		Electivo		Dinero Electrónico		Depósito Bancario		Tarjeta de Débito		
<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
e. Pagar:		Desde 0:00 Hasta 0:00		Tarjeta de Crédito		Transferencia Bancaria		Cheque					
<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>					
g. Mesa recomendable de visita:													
Observaciones: EL MONUMENTO ESTA UBICADO EN UNA PARTE EXTERIOR A UN EDIFICIO POR LO QUE SU INGRESO NO TIENE HORARIOS													
4. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO													
SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>													
a. Nombre de la ciudad o poblado más cercano (Que presente condiciones mínimas de servicios):													
DURAN													
b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano:		c. Tiempo estimado de desplazamiento en auto:		d. Coordenadas (grados decimales):									
0.2 km		0-14 h:min		Lat.: -2.16039 Long.: -79.846871									
Observaciones: LOS DATOS FUERON TOMADOS CON REFERENCIA AL INICIO DEL PUENTE DE LA UNIDAD NACIONAL CON SENTIDO DURAN GUAYAQUIL													
4.2 Vías de Acceso (M)													
a. Primer orden		Tipo de vía		Coordenada de inicio		Coordenada de fin		Distancia (km)		Tipo de material		Estado	
<input checked="" type="checkbox"/>				-2.190163, -79.886740		-2.182476, -79.879530		1.4		ASFOALTADA		Bueno	

b. Segundo orden		<input type="checkbox"/>	0	0	0	texto		
c. Tercer orden		<input type="checkbox"/>	0	0	0	texto		
Observaciones: DESDE EL PARQUE CENTENARIO HASTA EL EMICICLO DE LA ROTONDA MALECON 2000								
b. Acuático (U)	Marítimo	<input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto	Espacio	Puerto / Muelle de Llegada	texto	
	Lacustre	<input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto		Puerto / Muelle de Llegada	texto	
	Fluvial	<input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto		Puerto / Muelle de Llegada	texto	
Observaciones:								
c. Aéreo (U)	Nacional			<input type="checkbox"/>	Internacional			<input type="checkbox"/>
Observaciones:								
4.3 Servicio de transporte (M) <input type="checkbox"/>								
a. Bus	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Buseta	<input type="checkbox"/>	c. Transporte 4x4	<input type="checkbox"/>	d. Taxi	<input checked="" type="checkbox"/>	
e. Moto taxi	<input type="checkbox"/>	f. Teleférico	<input type="checkbox"/>	g. Lancha	<input type="checkbox"/>	h. Bote	<input type="checkbox"/>	
i. Barco	<input type="checkbox"/>	j. Canoa	<input checked="" type="checkbox"/>	k. Avión	<input type="checkbox"/>	l. Avioneta	<input type="checkbox"/>	
m. Helicóptero	<input type="checkbox"/>	n. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique				
Observaciones:								
4.3.1 Detalle de transporte hacia el atractivo (M) <input type="checkbox"/>								
a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio		b. Estación / terminal		c. Frecuencia				d. Detalle (Traslado origen / destino)
				Diana	Semana	Mensual	Eventual	
SISTEMA INTEGRADO DE TRANSPORTE MASIVO URBANO DE LA CIUDAD DE QUILAYCUI		TERMINAL PASAJEROS		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
4.4 Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad (M) <input type="checkbox"/>								
a. Accesibilidad motriz	<input type="checkbox"/>	b. Accesibilidad visual	<input type="checkbox"/>	c. Accesibilidad auditiva	<input type="checkbox"/>	d. No es accesible		
Observaciones:								
4.5 Señalización <input type="checkbox"/>								
a. Señalización de aproximación al atractivo	<input type="checkbox"/>	Estado (U)	Buena	<input type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	Mala	
Observaciones:								
5. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/>								
5.1 Planta turística (M) <input type="checkbox"/>								
a. En el Atractivo				b. En la ciudad o poblado cercano				
Alojamiento	<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas	Alojamiento	<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	
							Número de Habitaciones	
							Número de Plazas	

Hotel	<input checked="" type="checkbox"/>	65	5100	9720	Hotel	<input type="checkbox"/>	0	0	0
Hostal	<input checked="" type="checkbox"/>	47	828	1735	Hostal	<input type="checkbox"/>	0	0	0
Hostería	<input checked="" type="checkbox"/>	1	30	74	Hostería	<input type="checkbox"/>	0	0	0
Hacienda Turística	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hacienda Turística	<input type="checkbox"/>	0	0	0
Lodge	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Lodge	<input type="checkbox"/>	0	0	0
Resort	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Resort	<input type="checkbox"/>	0	0	0
Refugio	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Refugio	<input type="checkbox"/>	0	0	0
Campamento Turístico	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Campamento Turístico	<input type="checkbox"/>	0	0	0
Casa de Huéspedes	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Casa de Huéspedes	<input type="checkbox"/>	0	0	0
Observaciones:					Observaciones:				
Alimentos y bebidas		Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas	Alimentos y bebidas		Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas
Restaurantes	<input checked="" type="checkbox"/>	2635	2823	10944	Restaurantes	<input type="checkbox"/>	0	0	0
Cafeterías	<input checked="" type="checkbox"/>	310	3009	12036	Cafeterías	<input type="checkbox"/>	0	0	0
Bares	<input checked="" type="checkbox"/>	310	3543	14172	Bares	<input type="checkbox"/>	0	0	0
Fuentes de soda	<input checked="" type="checkbox"/>	1084	4081	15811	Fuentes de soda	<input type="checkbox"/>	0	0	0
Observaciones:					Observaciones:				
Agencias de Viaje		Establecimientos registrados			Agencias de Viaje		Establecimientos registrados		
Mayoristas	<input checked="" type="checkbox"/>	26			Mayoristas	<input type="checkbox"/>	0		
Internacionales	<input checked="" type="checkbox"/>	66			Internacionales	<input type="checkbox"/>	0		
Operadoras	<input type="checkbox"/>	70			Operadoras	<input type="checkbox"/>	0		
Observaciones:					Observaciones:				
Guía	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	Guía	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura
<input type="checkbox"/>	0	0	0	Aventura: 0	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Aventura: 0
Observaciones:					Observaciones:				
5.2 Facilidades en el entorno al atractivo									
Categoría (M)	Tipo (M)		Cantidad	Coordenadas	Administrador	Accesibilidad universal	Estado (U)		
a. De apoyo a la gestión turística	Punto de Información	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	I-Tur	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de interpretación	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de facilitación turística	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de recepción de visitantes	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. De observación y vigilancia	Grutas de guardiana	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Miradores	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Torres de avistamiento de aves	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Torres de vigilancia para salvavidas	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. De recorrido y descanso	Senderos	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Estaciones de sombra y descanso	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Áreas de acampar	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Refugio de alta montaña	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. De servicio	Baterías sanitarias	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Estacionamientos	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. Otros	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

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

Especifique: RED PÚBLICA		Especifique: POZO SÉPTICO						
Disposición de desechos: <input checked="" type="checkbox"/>		Disposición de desechos: <input type="checkbox"/>						
Especifique: CAJERO RECOLECTOR		Especifique: CARRO RECOLECTOR						
Observaciones:								
7.2 Señalética en el atractivo I								
7.2.1 Ambiente	7.2.2 Tipo	7.2.3 Materialidad				7.2.4 Estado		
		a. Madera	b. Aluminio	c. Otro	Especifique	B	R	M
En áreas urbanas <input type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de atractivos turísticos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótem de sitio	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótem direccionales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
En áreas naturales <input type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Señales turísticas de aproximación	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panels de direccionamiento hacia atractivos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de atractivos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de direccionamiento hacia atractivos, servicios y actividades	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Mesas interpretativas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótem de sitio	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótem de direccionamiento	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Letreros informativos <input type="checkbox"/>	De información botánica	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Normativos de conciliación	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Señalética interna de seguridad <input type="checkbox"/>	Protección de los elementos del atractivo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otros: <input type="checkbox"/>								
Observaciones:								
7.3 Salud (más cercano) (M) E								
a. En el atractivo <input checked="" type="checkbox"/>		b. En la ciudad o poblado más cercano <input checked="" type="checkbox"/>						
Hospital o Clínica <input checked="" type="checkbox"/>	Cantidad	3	Hospital o Clínica <input checked="" type="checkbox"/>	1				
Puesto / Centro de salud <input type="checkbox"/>		0	Puesto / Centro de salud <input checked="" type="checkbox"/>	17				
Dispensario médico <input checked="" type="checkbox"/>		1	Dispensario médico <input type="checkbox"/>	0				
Botiquín de primeros auxilios <input checked="" type="checkbox"/>		1	Botiquín de primeros auxilios <input checked="" type="checkbox"/>	0				
Otros <input type="checkbox"/>		0	Otros <input type="checkbox"/>	0				
Observaciones:								
7.4 Seguridad (M) F								
a. Privada <input type="checkbox"/>	Tipo	texto						
b. Policía nacional <input type="checkbox"/>		LPC NUEVE DE OCTUBRE POLICIA NACIONAL						

c. Policía metropolitana / Municipal <input checked="" type="checkbox"/>		POLICIA METROPOLITANA MUNICIPAL DE GUAYQUIL	
d. Otra <input type="checkbox"/>		Otro	
Observaciones:			
7.5 Servicio de comunicación de uso público (M) <input checked="" type="checkbox"/>			
a. En el atractivo <input checked="" type="checkbox"/>		b. En la ciudad o poblado mas cercano <input checked="" type="checkbox"/>	
Telefonía (M) <input type="checkbox"/>	Conexión a internet (M) <input type="checkbox"/>		Telefonía (M) <input checked="" type="checkbox"/>
Fija <input checked="" type="checkbox"/>	Línea telefónica <input checked="" type="checkbox"/>	Fibra óptica <input type="checkbox"/>	Fija <input checked="" type="checkbox"/>
Móvil <input type="checkbox"/>	Satélite <input type="checkbox"/>	Redes inalámbricas <input checked="" type="checkbox"/>	Móvil <input type="checkbox"/>
Satélite <input type="checkbox"/>	Telefonía móvil <input type="checkbox"/>		Satélite <input type="checkbox"/>
Observaciones:			
Radio portátil (U) <input type="checkbox"/>			
De uso exclusivo para el visitante <input type="checkbox"/>		De uso exclusivo para comunicación interna <input type="checkbox"/>	
De uso exclusivo en caso de emergencia <input type="checkbox"/>			
Observaciones:			
7.6 Multiamenazas (M) <input checked="" type="checkbox"/>			
Deslaves <input type="checkbox"/>		Sismos <input checked="" type="checkbox"/>	
Erupciones volcánicas <input type="checkbox"/>		Incendios forestales <input type="checkbox"/>	
Sequia <input type="checkbox"/>	Inundaciones <input checked="" type="checkbox"/>	Aguajes <input type="checkbox"/>	Tsunami <input type="checkbox"/>
¿Existe un plan de contingencia en caso de catástrofes? <input type="checkbox"/>			
Institución que elaboró el documento:		Nombre del documento:	Año de elaboración:
Observaciones:			
8. POLÍTICAS Y REGULACIONES <input checked="" type="checkbox"/>			
SI <input checked="" type="checkbox"/>		NO <input type="checkbox"/>	
SI <input checked="" type="checkbox"/>		SI <input type="checkbox"/>	
a. ¿El GAD cuenta con el Plan de Desarrollo Turístico Territorial? SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Año de elaboración: 2018			
b. ¿El atractivo se encuentra dentro de la planificación turística territorial (GAD/S)? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> Especifique:			
c. ¿Existen normativas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> Especifique:			
d. ¿Existen ordenanzas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> Especifique:			
Observaciones:			
9. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U) <input checked="" type="checkbox"/>			
SI <input checked="" type="checkbox"/>		NO <input type="checkbox"/>	
SI <input type="checkbox"/>		SI <input type="checkbox"/>	
9.1 ATRACTIVOS NATURALES (M) <input type="checkbox"/>			
9.1.1 En el Agua (M) <input type="checkbox"/>			
a. Buceo <input type="checkbox"/>	b. Kayak de mar <input type="checkbox"/>	c. Kayak lacustre <input type="checkbox"/>	d. Kayak de Río <input type="checkbox"/>
e. Surf <input type="checkbox"/>	f. Kite surf <input type="checkbox"/>	g. Rafting <input type="checkbox"/>	h. Snorkel <input type="checkbox"/>
i. Tubing <input type="checkbox"/>	j. Regata <input type="checkbox"/>	k. Paseo en panga <input type="checkbox"/>	l. Paseo en bote <input type="checkbox"/>
m. Paseo en lancha <input type="checkbox"/>	n. Paseo en moto acuática <input type="checkbox"/>	o. Paracaiding <input type="checkbox"/>	p. Esquí acuático <input type="checkbox"/>
q. Banana flotante <input type="checkbox"/>	r. Boya <input type="checkbox"/>	s. Pesa deportiva <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>
Observaciones:			
9.1.2 En el Aire (M) <input type="checkbox"/>			
a. Alas Delta <input type="checkbox"/>	b. Canopy <input type="checkbox"/>	c. Parapente <input type="checkbox"/>	d. Otro <input type="checkbox"/>
Observaciones:			
9.1.3 En Superficie Terrestre (M) <input type="checkbox"/>			
a. Montañismo <input type="checkbox"/>	b. Escalada <input type="checkbox"/>	c. Senderismo <input type="checkbox"/>	d. Cicloturismo <input type="checkbox"/>
e. Canyoning <input type="checkbox"/>	f. Exploración de cuevas <input type="checkbox"/>	g. Actividades Recreativas <input type="checkbox"/>	h. Cabalgata <input type="checkbox"/>
i. Caminata <input type="checkbox"/>	j. Camping <input type="checkbox"/>	k. Pínic <input type="checkbox"/>	l. Observación de flora y fauna <input type="checkbox"/>
m. Observación de astros <input type="checkbox"/>	n. Otro <input type="checkbox"/>	Observaciones:	
9.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U) <input type="checkbox"/>			

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

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

Observaciones:

13. DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO (500 caracteres)

LA IGLESIA FUE RECONSTRUIDA DESPUES DE UNA SERIE DE INCENDIOS QUE AFECTARON A PARTE DE LA CIUDAD

14. ANEXOS

a. Archivo Fotográfico (dos) (HD)



Fuente: <http://emmerla.com/vis/iglesia-de-bomberos/>

c. Ubicación gráfica del Atractivo



Fuente: <https://www.google.com/maps/@-2.165136,-79.8768203,17.04z>

FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)		
ELABORADO POR:	VALIDADO POR:	APROBADO POR:
Apellido y Nombre	JOSE LUIS BRAVO CORTEZ	Apellido y Nombre
Institución	ESPOL	Institución
Cargo	ESTUDIANTE	Cargo
Correo Electrónico	J.BRAVO@ESPOLEDU.ES	Correo Electrónico
Teléfono	34866138	Teléfono
Firma		Firma
Fecha	12/12/2018	Fecha

Anexo 22 Ficha para el levantamiento y jerarquización de atractivo turístico-Museo del Bombero Ecuatoriano



FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																																
Código del atractivo:	0	0	0	1	0	3	M	C	0	2	0	3																				
	Provincia	Cantón	Parroquia	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía	Atractivo																								
1. DATOS GENERALES																																
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																																
MUSEO DEL BOMBERO ECUATORIANO																																
1.2 Categoría			1.3 Tipo				1.4 Subtipo																									
MANIFESTACIONES CULTURALES			ACERVO CULTURAL Y POPULAR				ARTESANÍAS Y ARTES																									
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO																																
2.1 Provincia			2.2 Cantón			2.3 Parroquia																										
GUAYAS			GUAYAQUIL			CARBO (CONCEPCIÓN)																										
2.4 Barrio, Sector o Comuna			2.5 Calle Principal		2.6 Número		2.7 Transversal																									
CENTRICO			AV. MALECON				CALLE PEDRO CARBO																									
2.8 Latitud (grados decimales)			2.9 Longitud (grados decimales)			2.10 Altura (msnm)																										
-2193343			-7987676			4M																										
2.11 Información del administrador																																
a. Tipo de Administrador:			JEFE			b. Nombre de la Institución:			BENEMERITO CUERPO DE BOMBEROS DE GUAYAQUIL																							
c. Nombre del Administrador:			GORNONEL MARTIN GUDALON DE ICAZA			d. Cargo que ocupa:			PRIMER JEFE																							
e. Teléfono / Celular:			0423714840			f. Correo Electrónico:			CINTHYA_CHAVEZ@BOMBEROSGUAYAQUIL.GOB.EC																							
Observaciones: EL MUSEO ES PARTE DE LA CARTERA DE PRODUCTOS QUE OFRECE LA INSTITUCION																																
3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO																																
3.1 Características climatológicas																																
a. Clima:			CALIDO Y HUMEDO			b. Temperatura(°C):			27 - 31			c. Precipitación Pluviométrica (mm):			289																	
3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U)																																
a. Cultura			<input checked="" type="checkbox"/>			b. Naturaleza			<input type="checkbox"/>			c. Aventura			<input type="checkbox"/>																	
3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico																																
a. Prístino			<input type="checkbox"/>			b. Primitivo			<input type="checkbox"/>			c. Rústico Natural			<input type="checkbox"/>			d. Rural			<input type="checkbox"/>			e. Urbano			<input type="checkbox"/>					
3.4 Ingreso al atractivo (U)																																
a. Tipo de Ingreso		b. Horario de Atención		c. Atención																												
				Todos los días			Fines de semana y feriados			Solo días hábiles			Otro			Especificar																
Libre		<input checked="" type="checkbox"/>		Ingreso			Salida			<input checked="" type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>			texto										
Restringido		<input type="checkbox"/>		0:00			0:00			<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>			texto										
Pagado		<input type="checkbox"/>		0:00			0:00			<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>			texto										
d. Maneja un sistema de reservas:			<input type="checkbox"/>			f. Forma de Pago:			Electivo			<input type="checkbox"/>			Dinero Electrónico			<input type="checkbox"/>			Depósito Bancario			<input type="checkbox"/>			Tarjeta de Débito			<input type="checkbox"/>		
e. Pagar:			Desde 0:00			Hasta 0:00			Tarjeta de Crédito			<input type="checkbox"/>			Transferencia Bancaria			<input type="checkbox"/>			Cheque			<input type="checkbox"/>								
g. Mensajes recomendables de visita:																																
Observaciones: EL MUSEO ES UN ESPACIO CULTURAL QUE ESTA ABIERTO AL PUBLICO DE FORMA GRATUITA																																
4. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO																																
a. Nombre de la ciudad o poblado más cercano (Que presente condiciones mínimas de servicios):													DURAN																			
b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano:			0.2 km			c. Tiempo estimado de desplazamiento en auto:			0-14 h:min			d. Coordenadas (grados decimales):			Lat.: -2.16039			Long.: -79.846871														
Observaciones: LOS DATOS FUERON TOMADOS CON REFERENCIA AL INICIO DEL PUENTE DE LA UNIDAD NACIONAL CON SENTIDO DURAN GUAYAQUIL																																
4.2 Vías de Acceso (M)																																
Tipo de vía			Coordenada de inicio			Coordenada de fin			Distancia (km)			Tipo de material			Estado																	
a. Primer orden			<input checked="" type="checkbox"/>			-2193990; 79.882694			-2193506; -79.876507			1.4			ASFOALTADA			Bueno														

b. Segundo orden		<input type="checkbox"/>	0	0	0	texto	
c. Tercer orden		<input type="checkbox"/>	0	0	0	texto	
Observaciones: DESDE EL INICIO DEL MALECÓN 2000 HASTA EL FINAL DEL MISMO.							
b. Acuático (U)	Marítimo	<input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto	Estado	Puerto / Muelle de Llegada	texto
	Lacustre	<input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto		Puerto / Muelle de Llegada	texto
	Fluvial	<input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto		Puerto / Muelle de Llegada	texto
Observaciones:							
c. Aéreo (U)		<input type="checkbox"/>	Nacional:		<input type="checkbox"/>	Internacional:	
		<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>		
Observaciones:							
4.3 Servicio de transporte (M) <input checked="" type="checkbox"/>							
a. Bus	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Buseta	<input type="checkbox"/>	c. Transporte 4x4	<input type="checkbox"/>	d. Taxi	<input checked="" type="checkbox"/>
e. Moto taxi	<input type="checkbox"/>	f. Teleférico	<input type="checkbox"/>	g. Lancha	<input type="checkbox"/>	h. Bote	<input type="checkbox"/>
i. Barco	<input type="checkbox"/>	j. Canoa	<input checked="" type="checkbox"/>	k. Avión	<input type="checkbox"/>	l. Avioneta	<input type="checkbox"/>
m. Helicóptero	<input type="checkbox"/>	n. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique			
Observaciones:							
4.3.1 Detalle de transporte hacia el atractivo (M) <input checked="" type="checkbox"/>							
a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio		b. Estación / terminal		c. Frecuencia		d. Detalle (Traslado origen / destino)	
SISTEMA INTEGRADO DE TRANSPORTE MASIVO URBANO DE LA CIUDAD DE QUAYASHI		TERMINAL PASCUALES		Día	Semanal	Mensual	Eventual
				<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.4 Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad (M) <input type="checkbox"/>							
a. Accesibilidad motriz	<input type="checkbox"/>	b. Accesibilidad visual	<input type="checkbox"/>	c. Accesibilidad auditiva	<input type="checkbox"/>	d. No es accesible	
						<input checked="" type="checkbox"/>	
Observaciones:							
4.5 Señalización <input type="checkbox"/>							
a. Señalización de aproximación al atractivo		<input type="checkbox"/>	Estado (U)	Buena	<input type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>
				Mala	<input type="checkbox"/>		
Observaciones:							
5. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/>							
5.1 Planta turística (M) <input checked="" type="checkbox"/>							
a. En el Atractivo				b. En la ciudad o poblado cercano			
Alojamiento	<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas	Alojamiento	<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados
							Número de Habitaciones
							Número de Plazas

Hotel	<input checked="" type="checkbox"/>	65	5103	9723	Hotel	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Hostal	<input checked="" type="checkbox"/>	47	878	1775	Hostal	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Hosteria	<input checked="" type="checkbox"/>	1	30	74	Hosteria	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Hacienda Turística	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hacienda Turística	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Lodge	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Lodge	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Resort	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Resort	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Refugio	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Refugio	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Campamento Turístico	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Campamento Turístico	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Casa de Huéspedes	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Casa de Huéspedes	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Observaciones:					Observaciones:						
Alimentos y bebidas		<input checked="" type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas	Alimentos y bebidas		<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas
Restaurantes	<input checked="" type="checkbox"/>	2635	28523	109944	Restaurantes	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Cafeterías	<input checked="" type="checkbox"/>	310	3609	12036	Cafeterías	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Bares	<input checked="" type="checkbox"/>	310	3543	14172	Bares	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Fuentes de soda	<input checked="" type="checkbox"/>	1064	4081	15811	Fuentes de soda	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Observaciones:					Observaciones:						
Agencias de Viaje		<input checked="" type="checkbox"/>	Establecimientos registrados			Agencias de Viaje		<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados		
Mayoristas	<input checked="" type="checkbox"/>	26			Mayoristas	<input type="checkbox"/>	0				
Internacionales	<input checked="" type="checkbox"/>	66			Internacionales	<input type="checkbox"/>	0				
Operadoras	<input type="checkbox"/>	70			Operadoras	<input type="checkbox"/>	0				
Observaciones:					Observaciones:						
Guía	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	0	Guía	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	0
<input type="checkbox"/>	0	0	0	Aventura	0	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Aventura	0
Observaciones:					Observaciones:						
5.2 Facilidades en el entorno al atractivo					<input type="checkbox"/>						
Categoría (M)	Tipo (M)		Cantidad	Coordenadas	Administrador	Accesibilidad universal	Estado (U)				
a. De apoyo a la gestión turística	<input type="checkbox"/>	Punto de Información	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		I-Tur	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		Centro de Interpretación	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		Centro de facilitación turística	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		Centro de recepción de visitantes	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
b. De observación y vigilancia	<input type="checkbox"/>	Geretas de guardería	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		Miradores	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		Torres de avistamiento de aves	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		Torres de vigilancia para salvavidas	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
c. De recorrido y descanso	<input type="checkbox"/>	Senderos	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		Estaciones de sombra y descanso	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		Áreas de acampar	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		Refugio de alta montaña	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
d. De servicio	<input type="checkbox"/>	Baterías sanitarias	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		Estacionamientos	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
e. Otros	<input type="checkbox"/>	0		0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		

Observaciones:					
5.3 Complementarios a la actividad turística (M)					
a. En el Atractivo			b. En la ciudad o poblado cercano		
Aquiler y venta de equipo especializado	<input checked="" type="checkbox"/>	Venta de artesanías y merchandising	<input type="checkbox"/>	Aquiler y venta de equipo especializado	<input type="checkbox"/>
Casa de cambio	<input checked="" type="checkbox"/>	Cajero automático	<input checked="" type="checkbox"/>	Otro	<input type="checkbox"/>
Especifique: TEXTO			Especifique: TEXTO		
Observaciones:					
6. ESTADO DE CONSERVACION E INTEGRACION ATRACTIVO / ENTORNO					
SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/>					
6.1 Atractivo (U)					
a. Conservado	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Alterado	<input checked="" type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro	<input type="checkbox"/>
d. Deteriorado <input type="checkbox"/>					
Observaciones:					
6.1.1 Factores de alteración y deterioro (M)					
6.1.1.1 Naturales (M)			6.1.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)		
a. Erosión	<input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas	<input type="checkbox"/>	b. Actividades forestales	<input type="checkbox"/>
b. Humedad	<input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales	<input type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono	<input type="checkbox"/>
c. Desastres naturales	<input type="checkbox"/>	g. Conflicto de tenencia	<input type="checkbox"/>	h. Condiciones de uso y exposición	<input type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna	<input type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente	<input type="checkbox"/>	k. Generación de residuos	<input type="checkbox"/>
e. Clima	<input type="checkbox"/>	m. Conflicto político / social	<input type="checkbox"/>	n. Desarrollo industrial / comercial	<input type="checkbox"/>
Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:			
Observaciones:					
6.2 Entorno (U)					
a. Conservado	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Alterado	<input type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro	<input type="checkbox"/>
d. Deteriorado <input type="checkbox"/>					
Observaciones:					
6.2.1 Factores de alteración y deterioro (M)					
6.2.1.1 Naturales (M)			6.2.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)		
a. Erosión	<input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas	<input type="checkbox"/>	b. Actividades forestales	<input type="checkbox"/>
b. Humedad	<input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales	<input type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono	<input type="checkbox"/>
c. Desastres naturales	<input type="checkbox"/>	g. Conflicto de tenencia	<input type="checkbox"/>	h. Condiciones de uso y exposición	<input type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna	<input type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente	<input type="checkbox"/>	k. Generación de residuos	<input type="checkbox"/>
e. Clima	<input checked="" type="checkbox"/>	m. Conflicto político / social	<input type="checkbox"/>	n. Desarrollo industrial / comercial	<input checked="" type="checkbox"/>
Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:			
Observaciones:					
6.3. Declaratoria del espacio turístico asociado al atractivo					
a. Declarante:	ALCALDIA DE GUAYAQUIL	b. Denominación:	EXPOSICION CULTURAL	c. Alcance:	LOCAL
Observaciones:					
7. HIGIENE Y SEGURIDAD TURISTICA					
SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/>					
7.1 Servicios Básicos					
a. En el atractivo			b. En la ciudad o poblado mas cercano		
Agua:	<input checked="" type="checkbox"/>	Agua <input checked="" type="checkbox"/>			
Especifique:	POTABLE	Especifique: TANQUERO			
Energía eléctrica:	<input checked="" type="checkbox"/>	Energía eléctrica <input checked="" type="checkbox"/>			
Especifique:	RED DE EMPRESA ELECTGRICA DE SERVICIO PUBLICO	Especifique: RED DE EMPRESA ELECTGRICA DE SERVICIO PUBLICO			
Saneamiento:	<input checked="" type="checkbox"/>	Saneamiento: <input checked="" type="checkbox"/>			

Específico: RED PÚBLICA	Específico: POZO SEPTICO
Disposición de desechos: <input checked="" type="checkbox"/>	Disposición de desechos: <input type="checkbox"/>
Específico: CAPRO RECOLECTOR	Específico: CARRO RECOLECTOR
Observaciones:	

7.2 Señalética en el atractivo

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

Observaciones:

7.3 Salud (más cercano) (M)

a. En el atractivo <input checked="" type="checkbox"/>		b. En la ciudad o poblado más cercano <input type="checkbox"/>		
Hospital o Clínica <input checked="" type="checkbox"/>	Cantidad	3	Hospital o Clínica <input checked="" type="checkbox"/>	1
Puesto / Centro de salud <input type="checkbox"/>		0	Puesto / Centro de salud <input checked="" type="checkbox"/>	17
Dispensario médico <input checked="" type="checkbox"/>		1	Dispensario médico <input type="checkbox"/>	0
Botiquín de primeros auxilios <input checked="" type="checkbox"/>		1	Botiquín de primeros auxilios <input type="checkbox"/>	0
Otros <input type="checkbox"/>		0	Otros <input type="checkbox"/>	0

Observaciones:

7.4 Seguridad (M)

a. Privada <input type="checkbox"/>	Cantidad	texto
b. Policía nacional <input type="checkbox"/>		LPC NUEVE DE OCTUBRE POLICIA NACIONAL

c. Policía metropolitana / Municipal <input checked="" type="checkbox"/>		POLICIA METROPOLITANA MUNICIPAL DE GUAYAQUIL	
d. Otra <input type="checkbox"/>		Otros:	
Observaciones:			
7.5 Servicio de comunicación de uso público (M) <input checked="" type="checkbox"/>			
a. En el atractivo I-I		b. En la ciudad o poblado mas cercano I-I	
Telefonía (M) <input type="checkbox"/>		Conexión a internet (M) <input type="checkbox"/>	
Fija <input checked="" type="checkbox"/>	Línea telefónica <input checked="" type="checkbox"/>	Fibra óptica <input type="checkbox"/>	Fija <input checked="" type="checkbox"/>
Móvil <input type="checkbox"/>	Satélite <input type="checkbox"/>	Redes inalámbricas <input checked="" type="checkbox"/>	Móvil <input type="checkbox"/>
Sateliteal <input type="checkbox"/>	Telefonía móvil <input type="checkbox"/>		Sateliteal <input type="checkbox"/>
Observaciones:			
Radio portátil (U) <input type="checkbox"/>			
De uso exclusivo para el visitante <input type="checkbox"/>		De uso exclusivo para comunicación interna <input type="checkbox"/>	
De uso exclusivo en caso de emergencia <input type="checkbox"/>			
Observaciones:			
7.6 Multiamenazas (M) <input checked="" type="checkbox"/>			
Deslaves <input type="checkbox"/>		Sismos <input checked="" type="checkbox"/>	
		Erupciones volcánicas <input type="checkbox"/>	
		Incendios forestales <input type="checkbox"/>	
Sequia <input type="checkbox"/>	Inundaciones <input checked="" type="checkbox"/>	Aguajes <input type="checkbox"/>	Tsunami <input type="checkbox"/>
¿Existe un plan de contingencia en caso de catástrofe? <input type="checkbox"/>		Institución que elaboró el documento: <input type="text"/>	
		Nombre del documento: <input type="text"/>	
		Año de elaboración: <input type="text"/>	
Observaciones:			
8. POLÍTICAS Y REGULACIONES SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/>			
a. ¿El GAD cuenta con el Plan de Desarrollo Turístico Territorial? SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>		Año de elaboración: 2018	
b. ¿El atractivo se encuentra dentro de la planificación turística territorial (GAD S)? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>		Especifique:	
c. ¿Existen normativas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>		Especifique:	
d. ¿Existen ordenanzas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>		Especifique:	
Observaciones:			
9. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U) SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/>			
9.1 ATRACTIVOS NATURALES (M) <input type="checkbox"/>			
9.1.1 En el Agua (M) <input type="checkbox"/>			
a. Buceo <input type="checkbox"/>	b. Kayak de mar <input type="checkbox"/>	c. Kayak lacustre <input type="checkbox"/>	d. Kayak de Río <input type="checkbox"/>
e. Surf <input type="checkbox"/>	f. Kite surf <input type="checkbox"/>	g. Rafting <input type="checkbox"/>	h. Snorkel <input type="checkbox"/>
i. Tubing <input type="checkbox"/>	j. Regata <input type="checkbox"/>	k. Paseo en panga <input type="checkbox"/>	l. Paseo en bote <input type="checkbox"/>
m. Paseo en lancha <input type="checkbox"/>	n. Paseo en moto acuática <input type="checkbox"/>	o. Parascailing <input type="checkbox"/>	p. Esquí acuático <input type="checkbox"/>
q. Banana flotante <input type="checkbox"/>	r. Boya <input type="checkbox"/>	s. Pesa deportiva <input type="checkbox"/>	q. Otro <input type="checkbox"/>
Observaciones:			
9.1.2 En el Aire (M) <input type="checkbox"/>			
a. Alas Delta <input type="checkbox"/>	b. Canopy <input type="checkbox"/>	c. Parapente <input type="checkbox"/>	d. Otro <input type="checkbox"/>
Observaciones:			
9.1.3 En Superficie Terrestre (M) <input type="checkbox"/>			
a. Montañismo <input type="checkbox"/>	b. Escalada <input type="checkbox"/>	c. Senderismo <input type="checkbox"/>	d. Ciclismo <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. Observación de astros <input type="checkbox"/>	n. Otro <input type="checkbox"/>	Observaciones:	
9.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U) I-I			

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

12. RECURSO HUMANO										SI	NO	SI	
a. Número de personas a cargo de la administración y operación del atractivo					0	d. Número de personas especializadas en turismo					0		
e. Número de personas con nivel de instrucción (M):			f. Número de personas capacitadas por temática (M)			g. Número de personas que manejen algún idioma (M)							
Primaria	0	Secundaria	0	Primeros Auxilios	0	Hospitalidad	0	Inglés	0	Alemán	0		
Tercer Nivel	0	Cuarto Nivel	0	Atención al Cliente	0	Guianza	0	Francés	0	Italiano	0		
Otro	18x10			Sensibilización de discapacidades	0	Otro	18x10	Chino	0	Otro	18x10		
Observaciones:													

13. DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO (500 caracteres)

LA IGLESIA FUE RECONSTRUIDA DESPUES DE UNA SERIE DE INCENDIOS QUE AFECTARON A PARTE DE LA CIUDAD

14. ANEXOS

a. Archivo Fotográfico (dos) (HD)



Fuente: <https://expresionespoliticasarteyliteraria.wordpress.com/2010/01/07/iglesia-santo-domingo-de-guzman/>

c. Ubicación gráfica del Atractivo



Fuente: <https://www.google.com/maps/@2.183134,-79.8768203,17.04z>

FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)

ELABORADO POR:			VALIDADO POR:			APROBADO POR:		
Apellido y Nombre	JOSE LUIS BRAVO CORTEZ	Apellido y Nombre		Apellido y Nombre				
Institución	ESPOL	Institución		Institución				
Cargo	ESTUDIANTE	Cargo		Cargo				
Correo Electrónico	JLBRAVO@ESPOL.EDU.EC	Correo Electrónico		Correo Electrónico				
Teléfono	24866138	Teléfono		Teléfono				
Firma		Firma		Firma				
Fecha	12/12/2018	Fecha		Fecha				

Anexo 23 Ficha para el levantamiento y jerarquización de atractivo turístico- Gobernación del Guayas



FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																							
Código del atractivo:	0	9	0	1	0	3	M	C	0	1	0	2	0	2	0	0	1						
	Provincia	Cantón	Parroquia	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía	Atractivo															
1. DATOS GENERALES																							
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																							
EDIF. GOBERNACIÓN DEL GUAYAS																							
1.2 Categoría						1.3 Tipo						1.4 Subtipo											
MANIFESTACIONES CULTURALES						ARQUITECTURA						INFRAESTRUCTURA CULTURAL											
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO																							
2.1 Provincia						2.2 Cantón						2.3 Parroquia											
GUAYAS						GUAYAQUIL						CARBO (CONCEPCIÓN)											
2.4 Barrio, Sector o Comuns						2.5 Calle Principal			2.6 Número			2.7 Transversal											
CENTRICO						AV. MALEDON						CALLE PEDRO CARBO											
2.8 Latitud (grados decimales)						2.9 Longitud (grados decimales)						2.10 Altura (msnm)											
-2182420						-79617419						4M											
2.11 Información del administrador																							
a. Tipo de Administrador: INSTITUCION PUBLICA									b. Nombre de la Institución: GOBERNACION DEL GUAYAS														
c. Nombre del Administrador: Juanita Vallejo Rizo									d. Cargo que ocupa: GOBERNADORA PROVINCIAL														
e. Teléfono / Celular: 593-4-3702840									f. Correo Electrónico:														
Observaciones:																							
3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO																							
3.1 Características climatológicas <input checked="" type="checkbox"/>																							
a. Clima: CALIDO Y HUMEDO						b. Temperatura(°C): 27-31			c. Precipitación Pluviométrica (mm): 289														
3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U) <input type="checkbox"/>																							
a. Cultura <input checked="" type="checkbox"/>						b. Naturaleza <input type="checkbox"/>						c. Aventura <input type="checkbox"/>											
3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico <input type="checkbox"/>																							
a. Prístino <input type="checkbox"/>						b. Primitivo <input type="checkbox"/>						c. Prístino Natural <input type="checkbox"/>			d. Rural <input type="checkbox"/>			e. Urbano <input type="checkbox"/>					
3.4 Ingreso al atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>																							
a. Tipo de Ingreso		b. Horario de Atención				c. Atención																	
		Ingreso		Salida		Todos los días			Fines de semana y feriados			Solo días hábiles			Otro			Especificar					
Libre <input checked="" type="checkbox"/>		8:00		16:00		<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>			Largo					
Restringido <input type="checkbox"/>		8:00		8:00		<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>			Largo					
Pagado <input type="checkbox"/>		0:00		0:00		<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>			Largo					
d. Maneja un sistema de reservas: <input type="checkbox"/>						f. Forma de Pago:			Efectivo <input type="checkbox"/>			Dinero Electrónico <input type="checkbox"/>			Depósito Bancario <input type="checkbox"/>			Tarjeta de Débito <input type="checkbox"/>					
e. Precio:		Desde 0,00		Hasta 0,00		Tarjeta de Crédito <input type="checkbox"/>			Transferencia Bancaria <input type="checkbox"/>			Cheque <input type="checkbox"/>											
g. Meses recomendables de visita:																							
Observaciones:																							
4. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>																							
a. Nombre de la ciudad o poblado más cercano (Que presente condiciones mínimas de servicios): DURAN																							
b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano: 9,2 km						c. Tiempo estimado de desplazamiento en auto: 0,14 h:min			d. Coordenadas (grados decimales): Lat.: -2,96039 Long.: -79,845671														
Observaciones: LOS DATOS FUERON TOMADOS CON REFERENCIA AL INICIO DEL PUENTE DE LA UNIDAD NACIONAL CON SENTIDO DURAN GUAYAQUIL																							
4.2 Vías de Acceso (M) <input checked="" type="checkbox"/>																							
		Tipo de vía		Coordenada de inicio		Coordenada de fin		Distancia (km)		Tipo de material		Estado											
a. Primer orden <input checked="" type="checkbox"/>		E		-2,195890;-79,852894		-2,183309;-79,876507		1,4		PAVIMENTADA		Bueno											

b. Transporte (M) <input type="checkbox"/>		b. Segundo orden	<input type="checkbox"/>	0	0	0	texto	
		c. Tercer orden	<input type="checkbox"/>	0	0	0	texto	
Observaciones: DESDE EL INICIO DEL MALECON 2009 HASTA EL FINAL DEL MISMO								
b. Acuático (U) <input type="checkbox"/>	Marítimo	<input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto	Estacion		Puerto / Muelle de Llegada	texto
	Lacustre	<input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto			Puerto / Muelle de Llegada	texto
	Fluvial	<input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto			Puerto / Muelle de Llegada	texto
Observaciones:								
c. Aéreo (U) <input type="checkbox"/>	Nacional: <input type="checkbox"/>				Internacional: <input type="checkbox"/>			
Observaciones:								
4.3 Servicio de transporte (M) <input type="checkbox"/>								
a. Bus <input checked="" type="checkbox"/>	b. Buseta <input type="checkbox"/>	c. Transporte 4x4 <input type="checkbox"/>	d. Taxi <input checked="" type="checkbox"/>	e. Moto taxi <input type="checkbox"/>	f. Teleférico <input type="checkbox"/>			
g. Lancha <input type="checkbox"/>	h. Bote <input type="checkbox"/>	i. Barco <input type="checkbox"/>	j. Canoa <input type="checkbox"/>	k. Avión <input type="checkbox"/>	l. Avioneta <input type="checkbox"/>			
m. Helicóptero <input type="checkbox"/>	n. Otro <input type="checkbox"/>	Especifique						
Observaciones:								
4.3.1 Detalle de transporte hacia el atractivo (M) <input type="checkbox"/>								
a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio		b. Estación / terminal		c. Frecuencia				d. Detalle (Traslado origen / destino)
				Diaria	Semanal	Mensual	Eventual	
SISTEMA INTEGRADO DE TRANSPORTE MASIVO URBANO DE LA CIUDAD DE GUAYACUIL		TERMINAL PASCALES		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	TRASLADO POR ESTACIONES DESIGNADAS
				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
4.4 Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad (M) <input type="checkbox"/>								
a. Accesibilidad matriz <input type="checkbox"/>	b. Accesibilidad visual <input type="checkbox"/>	c. Accesibilidad auditiva <input type="checkbox"/>	d. No es accesible <input type="checkbox"/>					
Observaciones:								
4.5 Señalización <input type="checkbox"/>								
a. Señalización de aproximación al atractivo <input checked="" type="checkbox"/>	Estado (U)	Buena <input checked="" type="checkbox"/>	Regular <input type="checkbox"/>	Mala <input type="checkbox"/>				
Observaciones:								
5. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/>								
5.1 Planta turística (M) <input type="checkbox"/>								
a. En el Atractivo <input type="checkbox"/>				b. En la ciudad o poblado cercano <input type="checkbox"/>				
Alojamiento <input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas	Alojamiento <input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas	

Hotel	<input checked="" type="checkbox"/>	45	5103	9723	Hotel	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Hostal	<input type="checkbox"/>	47	878	1775	Hostal	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Hosteria	<input checked="" type="checkbox"/>	1	30	74	Hosteria	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Hacienda Turística	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hacienda Turística	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Lodge	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Lodge	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Resort	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Resort	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Refugio	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Refugio	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Campamento Turístico	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Campamento Turístico	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Casa de Huéspedes	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Casa de Huéspedes	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Observaciones:					Observaciones:						
Alimentos y bebidas	<input checked="" type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas	Alimentos y bebidas	<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas		
Restaurantes	<input checked="" type="checkbox"/>	2636	28523	100644	Restaurantes	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Cafeterías	<input type="checkbox"/>	310	3009	12036	Cafeterías	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Bares	<input checked="" type="checkbox"/>	310	2543	14172	Bares	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Fuentes de soda	<input checked="" type="checkbox"/>	1084	4081	15811	Fuentes de soda	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Observaciones:					Observaciones:						
Agencias de Viaje	<input checked="" type="checkbox"/>	Establecimientos registrados			Agencias de Viaje	<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados				
Mayoristas	<input checked="" type="checkbox"/>	26			Mayoristas	<input type="checkbox"/>	0				
Internacionales	<input type="checkbox"/>	96			Internacionales	<input type="checkbox"/>	0				
Operadoras	<input checked="" type="checkbox"/>	70			Operadoras	<input type="checkbox"/>	0				
Observaciones:					Observaciones:						
Guía	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	0	Guía	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	0
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Aventura	0	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Aventura	0
Observaciones:					Observaciones:						
5.2 Facilidades en el entorno al atractivo <input type="checkbox"/>											
Categoria (M)	Tipo (M)		Cantidad	Coordenadas	Administrador	Accesibilidad universal	Estado (U)				
a. De apoyo a la gestión turística	Punto de Información	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	I-Tur	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Centro de Interpretación	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Centro de facilitación turística	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Centro de recepción de visitantes	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
b. De observación y vigilancia	Garitas de guardiana	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Miradores	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Torres de avistamiento de aves	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Torres de vigilancia para saravidas	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
c. De recorrido y descanso	Senderos	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Estaciones de sombra y descanso	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Áreas de atampar	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Refugio de día montaña	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
d. De servicio	Baterías sanitarias	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Estacionamientos	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
e. Otros	<input type="checkbox"/>		0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

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

Especifique: RED PÚBLICA	Especifique: POZO SEPTICO
Deposición de desechos <input checked="" type="checkbox"/>	Deposición de desechos <input type="checkbox"/>
Especifique: CARRO RECOLECTOR	Especifique: CARRO RECOLECTOR
Observaciones:	

7.2 Señalética en el atractivo I-1

7.2.1 Ambiente	7.2.2 Tipo	7.2.3 Materialidad				7.2.4 Estado		
		a. Madera	b. Aluminio	c. Otro	Especifique	B	R	M
En áreas urbanas <input type="checkbox"/>	Programa de atractivos naturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Programa de atractivos culturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Programa de actividades turísticas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Programa de servicios de apoyo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Programas de restauración	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de atractivos turísticos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de sitio	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems direccionales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
En áreas naturales <input type="checkbox"/>	Programa de atractivos naturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Programa de atractivos culturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Programa de actividades turísticas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Programa de servicios de apoyo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Programas de restauración	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Señales turísticas de aproximación	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panels de direccionamiento hacia atractivos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de atractivos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de direccionamiento hacia atractivos, servicios y actividades	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Mesas interpretativas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótem de sitio	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tótem de direccionamiento	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Letreros informativos <input type="checkbox"/>	De información botánica	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Normativos de concientización	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Señalética interna de seguridad <input type="checkbox"/>	Protección de los elementos del atractivo	20	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otros <input type="checkbox"/>								

Observaciones:

7.3 Salud (más cercano) (M)

a. En el atractivo <input checked="" type="checkbox"/>		b. En la ciudad o poblado más cercano <input checked="" type="checkbox"/>	
Hospital o Clínica <input checked="" type="checkbox"/>	3	Hospital o Clínica <input checked="" type="checkbox"/>	1
Puesto / Centro de salud <input type="checkbox"/>	0	Puesto / Centro de salud <input checked="" type="checkbox"/>	17
Dispensario médico <input checked="" type="checkbox"/>	1	Dispensario médico <input type="checkbox"/>	0
Botiquín de primeros auxilios <input checked="" type="checkbox"/>	1	Botiquín de primeros auxilios <input type="checkbox"/>	0
Otros <input type="checkbox"/>	0	Otros <input type="checkbox"/>	0

Observaciones:

7.4 Seguridad (M) I-1

b. Privada <input type="checkbox"/>	texto
b. Policía nacional <input checked="" type="checkbox"/>	IPC NUEVE DE OCTUBRE POLICIA NACIONAL

c. Policía metropolitana / Municipal <input checked="" type="checkbox"/>		Det	POLICIA METROPOLITANA MUNICIPAL DE GUAYAQUIL	
d. Otra <input type="checkbox"/>			texto	
Observaciones:				
7.5 Servicio de comunicación de uso público (M) <input checked="" type="checkbox"/>				
a. En el atractivo <input checked="" type="checkbox"/>			b. En la ciudad o poblado mas cercano <input type="checkbox"/>	
Telefonía (M) <input type="checkbox"/>			Conexión a internet (M) <input type="checkbox"/>	
Fija <input checked="" type="checkbox"/>	Línea telefónica <input checked="" type="checkbox"/>	Fibra óptica <input type="checkbox"/>	Fija <input checked="" type="checkbox"/>	Conexión a internet (M) <input checked="" type="checkbox"/>
Móvil <input type="checkbox"/>	Satélite <input type="checkbox"/>	Redes inalámbricas <input checked="" type="checkbox"/>	Móvil <input type="checkbox"/>	Satélite <input type="checkbox"/>
Satélite <input type="checkbox"/>	Teléfono móvil <input type="checkbox"/>		Satélite <input type="checkbox"/>	Teléfono móvil <input type="checkbox"/>
Observaciones: COOPERACION NACIONAL DE COMUNICACIONES				
Radio portátil (U) <input type="checkbox"/>				
De uso exclusivo para el visitante <input type="checkbox"/> De uso exclusivo para comunicación interna <input type="checkbox"/> De uso exclusivo en caso de emergencia <input type="checkbox"/>				
Observaciones:				
7.6 Multiamenazas (M) <input checked="" type="checkbox"/>				
Deslaves <input type="checkbox"/> Sismos <input checked="" type="checkbox"/> Erupciones volcánicas <input type="checkbox"/> Incendios forestales <input type="checkbox"/>				
Sequía <input type="checkbox"/> Inundaciones <input checked="" type="checkbox"/> Aguajes <input type="checkbox"/> Tsunami <input type="checkbox"/>				
¿Existe un plan de contingencia en caso de catástrofes? <input type="checkbox"/> Institución que elaboró el documento: texto Nombre del documento: texto Año de elaboración: 0				
Observaciones:				
8. POLÍTICAS Y REGULACIONES SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/>				
a. ¿El GAD cuenta con el Plan de Desarrollo Turístico Territorial? SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Año de elaboración: 2018				
b. ¿El atractivo se encuentra dentro de la planificación turística territorial (GAD S)? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> Especifique:				
c. ¿Existen normativas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> Especifique:				
d. ¿Existen ordenanzas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> Especifique:				
Observaciones:				
9. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U) SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/>				
9.1 ATRACTIVOS NATURALES (M) <input type="checkbox"/>				
9.1.1 En el Agua (M) <input type="checkbox"/>				
a. Buceo <input type="checkbox"/> b. Kayak de mar <input type="checkbox"/> c. Kayak lacustre <input type="checkbox"/> d. Kayak de río <input type="checkbox"/> e. Surf <input type="checkbox"/>				
f. Kite surf <input type="checkbox"/> g. Rafting <input type="checkbox"/> h. Snorkel <input type="checkbox"/> i. Tubing <input type="checkbox"/> j. Regata <input type="checkbox"/>				
k. Paseo en panga <input type="checkbox"/> l. Paseo en bote <input type="checkbox"/> m. Paseo en lancha <input type="checkbox"/> n. Paseo en moto acuática <input type="checkbox"/> o. Parasailing <input type="checkbox"/>				
p. Esquí acuático <input type="checkbox"/> q. Banana volante <input type="checkbox"/> r. Boya <input type="checkbox"/> s. Pesca deportiva <input type="checkbox"/> Otro <input type="checkbox"/> texto				
Observaciones:				
9.1.2 En el Aire (M) <input type="checkbox"/>				
a. Alas Delta <input type="checkbox"/> b. Canopy <input type="checkbox"/> c. Parapente <input type="checkbox"/> d. Otro <input type="checkbox"/> texto				
Observaciones:				
9.1.3 En Superficie Terrestre (M) <input type="checkbox"/>				
a. Montañismo <input type="checkbox"/> b. Escalada <input type="checkbox"/> c. Senderismo <input type="checkbox"/> d. Cicloturismo <input type="checkbox"/> e. Canyoning <input type="checkbox"/>				
f. Exploración de cuevas <input type="checkbox"/> g. Actividades Recreativas <input type="checkbox"/> h. Cabalgata <input type="checkbox"/> i. Caminata <input type="checkbox"/> j. Camping <input type="checkbox"/>				
k. Picnic <input type="checkbox"/> l. Observación de flora y fauna <input type="checkbox"/> m. Observación de astros <input type="checkbox"/> n. Otro <input type="checkbox"/> texto				
Observaciones:				
9.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U) <input type="checkbox"/>				

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

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

13. DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO (500 caracteres)

EL EDIFICIO QUE ES PARTE DE LA LISTA DE ATRACTIVOS CULTURALES Y PATRIMONIALES DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL ES ACTUALMENTE TAMBIEN LA UNIVERSIDAD DE LAS ARTES

14. ANEXOS

a. Archivo Fotográfico (dos) (HD)



Fuente: <https://adisa.com/portafolio-cliente/gobernacion-del-guayas/>

c. Ubicación gráfica del Atractivo

Fuente: <https://www.google.com/maps/@2.185134,-79.876903,17.64z>

FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)					
ELABORADO POR:		VALIDADO POR:		APROBADO POR:	
Apellido y Nombre	JOSE LUIS BRAVO CORTEZ	Apellido y Nombre		Apellido y Nombre	
Institución	ESPOL	Institución		Institución	
Cargo	ESTUDIANTE	Cargo		Cargo	
Correo Electrónico	JBRAVO@ESPOL.EDU.EC	Correo Electrónico		Correo Electrónico	
Teléfono	24866138	Teléfono		Teléfono	
Firma		Firma		Firma	
Fecha	12/10/2016	Fecha		Fecha	

Anexo 24 Diseño de Tótem Informativo para cada punto de la ruta

