



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA LICENCIATURA EN ECOTURISMO

Proyecto de investigación previo a la
obtención del título de Licenciada en
Ecoturismo

Título del Proyecto de Investigación

Propuesta de difusión de los atractivos turísticos utilizando estrategias de marketing
digital para el cantón Ventanas, provincia de Los Ríos, año 2021.

Autora:

María Natividad Cherrez Olales

Director de Proyecto de Investigación:

Lcda. Mónica López Garcés Msc.

QUEVEDO – LOS RÍOS – ECUADOR

2021



DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS.

Yo, **María Natividad Cherrez Olales**, declaro que la investigación ejecutada es de mi autoría; que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional; y, que he consultado las referencias bibliográficas incluidas en este documento.

La Universidad Técnica Estatal de Quevedo, pueda hacer uso de los derechos correspondientes a este documento, según lo establecido por la ley de Propiedad Intelectual, por su Reglamento y por la normatividad institucional vigente.

María Natividad Cherrez Olales

C.C. # 1207055441



CERTIFICACIÓN DE CULMINACIÓN DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN.

La suscrita. **Lcda. Mónica López Garcés MSc.** Docente de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, certifica que la estudiantes, **María Natividad Cherrez Olales**, realizo el proyecto de investigación de grado titulado **“PROPUESTA DE DIFUSIÓN DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS UTILIZANDO ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL PARA EL CANTÓN VENTANAS, PROVINCIA DE LOS RÍOS, AÑO 2021.”** Previo a la obtención del título de **Licenciada en Ecoturismo**, bajo mi dirección, habiendo cumplido con las disposiciones reglamentarias establecidas para el efecto.

Lcda. Mónica Paola López Garcés, MSc.

DIRECTORA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN



CERTIFICADO DEL REPORTE DE LA HERRAMIENTA DE PREVENCIÓN DE COINCIDENCIA Y/O PLAGIO ACADÉMICO

Yo, Mónica López Garcés en calidad de Directora de Proyecto de Investigación titulado **“PROPUESTA DE DIFUSIÓN DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS UTILIZANDO ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL PARA EL CANTÓN VENTANAS, PROVINCIA DE LOS RÍOS, AÑO 2021”**, me permito manifestar a usted y por intermedio al Consejo Académico de la Facultad lo siguiente:

Que la estudiante **María Natividad Cherrez Olales**, egresada de la faculta de Ciencias Empresariales de la carrera Licenciatura en Ecoturismo ha cumplido con las correcciones pertinentes, e ingresado su Proyecto de Investigación al sistema URKUND, tengo a bien certificar la siguiente información sobre el informe del sistema anti plagio con un porcentaje de 1%.

Lcda. Mónica Paola López Garcés, MSc.

DIRECTORA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
LICENCIATURA EN ECOTURISMO

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Título:

“PROPUESTA DE DIFUSIÓN DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS UTILIZANDO
ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL PARA EL CANTÓN VENTANAS,
PROVINCIA DE LOS RÍOS, AÑO 2021”

Presentado a la Consejo Directivo como requisito previo a la obtención del título de
Licenciado en Ecoturismo

Aprobado por:

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL
Ing. Víctor Gutiérrez Lara

MIEMBRO DEL TRIBUNAL
Lcda. Mariuxy Briones Zambrano

MIEMBRO DEL TRIBUNAL
Ing. Karen Betancourt Ludeña

AGRADECIMIENTO.

La culminación de este proyecto de investigación se llevó a cabo por el apoyo de familiares, amigos y conocidos que de alguna u otra manera estuvieron junto a mí incondicionalmente, por lo cual siempre estaré agradecida por sus buenas acciones y palabras.

DEDICATORIA.

El presente trabajo de investigación está dedicado en primer lugar a mis padres el Sr. Wilson Cherrez Suarez y a la Sra. Mercedes Olales Roca, que a pesar de las diferentes dificultades siempre han estado pendiente de sus hijos, para así entregar la mejor herencia que es la educación.

A mis hermanos Lenny, María y Steven, siempre estuvieron junto a mí en este camino apoyándome y aconsejándome, que nuestro amor y complicidad nunca cambie.

Y a mí angelito que me cuida del cielo mi papi Olales

Los amo...

María Cherrez Olales

RESUMEN.

La presente investigación tuvo la finalidad de realizar una propuesta de difusión de los atractivos turísticos utilizando estrategias de marketing digital en el cantón Ventanas ubicado en la provincia de Los Ríos, para la elaboración de la propuesta se realizaron 3 objetivos específicos, el primero consiste en realizar la jerarquización de los principales atractivos teniendo como resultado un total de ocho, cuatro naturales y cuatro culturales, la jerarquización de estos lugares se encuentran entre un rango de I y II, para el segundo objetivo se establecieron las estrategias a utilizar, las cuales fueron análisis FODA, objetivos SMART, segmentación del mercado, posicionamiento y creación de una campaña publicitaria a la cual se la denominó ¡Ven y descubre Ventanas! Y para el tercer objetivo se realizó la creación de redes sociales como Facebook e Instagram donde se aplicaron las estrategias antes mencionadas, compartiendo información, fotografías y videos de los lugares del cantón, para así lograr captar la atención de los usuarios y que estos se animen a visitar.

Palabras claves: jerarquización, estrategias, marketing digital, análisis FODA, objetivos SMART,

ABSTRACT.

The present research had the purpose of making a proposal of diffusion of the tourist attractions using digital marketing strategies in the canton of Ventanas, located in the province of Los Ríos, for the preparation of the proposal 3 specific objectives were achieved, the first is to make the hierarchy of the main attractions having as a result a total of eight, four natural and four cultural, the hierarchy of these sites is between a range of I and II, for the second objective the strategies to be used were established, which were SWOT analysis, SMART objectives, market segmentation, Positioning and creation of an advertising campaign called Come and discover Ventanas! And for the third objective, the creation of social networks such as Facebook and Instagram where the aforementioned strategies were applied, sharing information, photos and videos of the places in the canton, in order to capture the attention of users and encourage them to visit.

Keywords: hierarchy, strategies, digital marketing, SWOT analysis, SMART objectives,

ÍNDICE

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS.	ii
CERTIFICACIÓN DE CULMINACIÓN DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN..	iii
CERTIFICADO DEL REPORTE DE LA HERRAMIENTA DE PREVENCIÓN DE COINCIDENCIA Y/O PLAGIO ACADÉMICO.....	iv
AGRADECIMIENTO.	vi
DEDICATORIA.....	vii
RESUMEN.	viii
ABSTRACT.	ix
CÓDIGO DUBLIN.....	xv
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I.....	3
CONTEXTUALIZACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	3
1.1. Problema de Investigación.....	4
1.1.1. Planteamiento del Problema.	4
1.1.2. Formulación del Problema.....	5
1.1.3. Sistematización del Problema.....	5
1.2. Objetivos.	6
1.2.1. Objetivo General.....	6
1.2.2. Objetivos Específico.....	6
1.3. Justificación.	7
CAPÍTULO II.....	8
FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA INVESTIGACIÓN	8
2.1. Marco Conceptual.....	9
2.1.1. Turismo.....	9
2.1.2. Modalidades turísticas.	9
2.1.3. Atractivos turísticos.....	10

2.1.4.	Promoción turística.....	10
2.1.5.	Propuesta.	11
2.1.6.	Difusión.	11
2.1.7.	Estrategias.....	12
2.1.8.	Marketing.....	12
2.1.9.	Marketing digital.	13
2.1.10.	Estrategias de marketing digital.	13
2.1.11.	Inventario de atractivos turísticos.....	15
2.1.12.	Jerarquización de los atractivos turísticos.	16
2.2.	Marco Normativo.....	18
2.2.1.	Constitución de la República del Ecuador 2021.....	18
2.2.2.	Ley de Turismo 2014.....	19
2.2.3.	Ley Orgánica De Defensa Del Consumidor 2015.	19
2.3.	Marco referencial.....	21
CAPÍTULO III		23
MÉTODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....		23
3.1.	Localización.....	24
3.1.1.	Limites.	24
3.1.2.	Características.....	24
3.2.	Tipos de investigación.	25
3.2.1.	Investigación de campo.	25
3.2.2.	Investigación exploratoria.	25
3.2.3.	Investigación bibliográfica.	25
3.3.	Métodos de investigación.	25
3.3.1.	Método empírico.....	25
3.3.2.	Método de observación.....	26
3.4.	Fuentes de recopilación de información.	26

3.5. Diseño de la investigación.....	26
3.6. Instrumentos de investigación.....	26
3.7. Tratamientos de los datos.....	26
3.8. Recursos humanos y materiales.....	26
3.8.1. Recurso humano	26
3.8.2. Recursos materiales.....	27
CAPÍTULO IV	28
RESULTADOS Y DISCUSIÓN	28
4.1. Jerarquización de los principales atractivos turísticos del cantón Ventanas.....	29
4.2. Estrategias de marketing digital para la difusión de los atractivos.....	39
4.2.1. Análisis FODA	39
4.2.2. Objetivos SMART	39
4.2.3. Estrategias a utilizar.....	40
4.3. Propuesta de difusión para los diferentes atractivos turísticos del cantón Ventanas.....	42
4.4. Discusión.....	48
CAPÍTULO V.....	50
5.1. Conclusiones.....	51
5.2. Recomendaciones.....	52
CAPÍTULO VI	53
BIBLIOGRAFÍA	53
6.1. Bibliografía	54
CAPÍTULO VII.....	57
ANEXOS	57
7.1. Anexos de documentación requerida para la investigación	58

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Rangos de jerarquización.....	16
Tabla 2	Descripción de jerarquías.	16
Tabla 3	Jerarquización de los atractivos del cantón Ventanas	30
Tabla 4	Resumen de la ficha de inventario del Monumento del Maíz	31
Tabla 5	Resumen de la ficha de inventario del Monumento del Montubio.....	32
Tabla 6	Resumen de la ficha del inventario del Parque central Ventanas.....	33
Tabla 7	Resumen de la ficha del inventario del Malecón Ventanas.....	34
Tabla 8	Resumen de la ficha del inventario de la Cascada de San Jacinto	35
Tabla 9	Resumen de la ficha del inventario de la Casa del árbol	36
Tabla 10	Resumen del inventario: Río los Ángeles.....	37
Tabla 11	Resumen del inventario: Río Zapotal	38
Tabla 12	Análisis FODA de los atractivos turístico del cantón Ventanas.....	39
Tabla 13	Objetivos SMART para la propuesta de difusión de los atractivos del cantón.....	40
Tabla 14	Creación de cuenta en Facebook e Instagram	41
Tabla 15	Tabla de costos de la propuesta de difusión de los atractivos del cantón Ventanas	47

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.	Mapa del cantón Ventanas	24
Figura 2	Logotipo del cantón Ventanas.....	40
Figura 3	Nombre de la campaña publicitaria	41

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen 1	Red social de Facebook	42
Imagen 2	Red social de Instagram.....	42
Imagen 3	Publicaciones en la red social de Instagram	43
Imagen 4	Post del monumento al maíz.....	44
Imagen 5	Post de las Cascadas de San Jacinto, video y una breve descripción	44
Imagen 6	Video de la Casa del Árbol y breve descripción.....	44

Imagen 7	Publicaciones en la red social de Facebook.....	45
Imagen 9	Videos promocionales del canton Ventanas	46
Imagen 8	Captura de las portadas de los videos promocionales en Instagram.....	46

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1	Ficha técnica del atractivo turístico monumento al Maíz	64
Anexo 2	Ficha técnica del atractivo turístico monumento al Montubio	71
Anexo 3	Ficha técnica del atractivo turístico Parque Central Ventanas	77
Anexo 4	Ficha técnica del atractivo turístico Malecón Ventanas	82
Anexo 5	Ficha técnica del atractivos turístico Cascada de San Jacinto	88
Anexo 6	Ficha técnica del atractivo turístico Casa del Árbol	93
Anexo 7	Ficha técnica del atractivo turístico Río Los Ángeles	97
Anexo 8	Ficha técnica del atractivo turístico Río Zapotal	101
Anexo 9	Juegos infantiles del Malecón Ventanas.....	102
Anexo 10	Letras del nombre del cantón.....	102
Anexo 11	Parque 13 de Abril	102
Anexo 12	Entrada a la cascada de San Jacinto.....	102
Anexo 13	Cabañas ubicadas junto a la Casa del Árbol	102
Anexo 14	Cascada de San Jacinto.....	102
Anexo 15	Análisis URKUND	102

CÓDIGO DUBLIN.

Título:	Propuesta de difusión de los atractivos turísticos utilizando estrategias de marketing digital para el cantón Ventanas, provincia de Los Ríos, año 2021.
Autor:	Cherrez Olales María Natividad
Palabras claves:	Palabras claves: jerarquización, estrategias, marketing digital, análisis FODA, objetivos SMART,
Fecha de publicación:	Diciembre 2021
Editorial:	Quevedo, Universidad Técnica Estatal de Quevedo, 2021.
Resumen: (hasta 300 palabras)	La presente investigación tuvo la finalidad de realizar una propuesta de difusión de los atractivos turísticos utilizando estrategias de marketing digital en el cantón Ventanas ubicado en la provincia de Los Ríos, para la elaboración de la propuesta se realizaron 3 objetivos específicos, el primero consiste en realizar la jerarquización de los principales atractivos teniendo como resultado un total de ocho, cuatro naturales y cuatro culturales, la jerarquización de estos lugares se encuentran entre un rango de I y II, para el segundo objetivo se establecieron las estrategias a utilizar, las cuales fueron análisis FODA, objetivos SMART, segmentación del mercado, posicionamiento y creación de una campaña publicitaria a la cual se la denomino ¡Ven y descubre Ventanas! Y para el tercer objetivo se realizó la creación de redes sociales como Facebook e Instagram donde se aplicaron las estrategias antes mencionadas, compartiendo información, fotografías y videos de los lugares del cantón, para así lograr captar la atención de los usuarios y que estos se animen a visitar. Abstract: The present research had the purpose of making a proposal of diffusion of the tourist attractions using digital marketing strategies in the canton of Ventanas, located in the province of Los Ríos, for the preparation of the proposal 3 specific objectives were achieved, the first is to make the hierarchy of the main attractions having as a result a total of eight, four natural and four cultural, the hierarchy of these sites is between a range of I and II, for the second objective the strategies to be used were established, which were SWOT analysis, SMART objectives, market segmentation, Positioning and creation of an advertising campaign called Come and discover Ventanas! And for the third objective, the creation of social networks such as Facebook and Instagram.
Descripción:	120 Hojas: dimensiones, A4 2.5 X 3cm
URI:	

INTRODUCCIÓN.

El turismo a nivel mundial es una de las industrias con mayor crecimiento e importancia en el ámbito económico, ambiental y sociocultural. Esta importancia se evidencia en el alza en la generación de importantes ingresos para la mayoría de los países que han intervenido de manera responsable y sostenible sobre sus productos y atractivos turísticos (Ministerio del Turismo, 2014).

Ecuador es un país muy diverso y rico en espacios naturales y culturales donde el turismo es una de sus principales fuentes de ingresos económicos en los últimos años. Sus principales ciudades destacan por estar desarrolladas en el sector turístico y donde han empleado diferentes programas y estrategias para la difusión de sus atractivos tanto naturales como culturales.

A raíz de esta popularización del turismo surgió la necesidad de promocionar toda la oferta turística disponible, por lo que nació el concepto de marketing turístico. Uno de los primeros en definirlo fue Philip Kotler, quien en su libro “Marketing for Hospitality and Tourism”, conocido en español como “Marketing turístico”, lo define como un arte y ciencia para captar, retener y aumentar el número de clientes rentables de las empresas de turismo (Pérez & Novillo, 2017)

El marketing es uno de los mejores aliados para el sector turístico y siempre se encuentra en constante evolución, actualmente con el uso de las redes sociales, este sector se está desarrollado en el marketing digital, utilizando estrategias y campañas para lograr así captar el interés de futuros turistas, tanto nacionales como internacionales, donde ya no solo se ofrece un servicio también una experiencia.

El cantón Ventanas ubicado en la provincia de Los Ríos es reconocida por ser la capital maicera, sin embargo, cuenta con diferentes atractivos, naturales y culturales que son desconocidos por los ciudadanos que no han tenido la oportunidad de visitar el cantón. La escasa información de los diferentes sitios no ayuda a que se incremente el número de visitantes.

Por este motivo se realiza la propuesta de difusión de los diferentes atractivos del cantón utilizando estrategias del marketing digital, para incrementar el desarrollo turístico, utilizando diferentes herramientas que ayudaran a cumplir nuestros objetivos.

CAPÍTULO I
CONTEXTUALIZACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Problema de Investigación.

1.1.1. Planteamiento del Problema.

El cantón Ventanas cuenta con diversos atractivos naturales y culturales, los cuales no son muy conocidos por personas externas del cantón y hasta de sus propios ciudadanos. Esto ha originado una pérdida de interés por parte de las autoridades en mantener y mejorar estos sitios que son importantes para generar turismo en el cantón. Esta falta de interés no ha permitido que el cantón se desarrolle en el sector turístico, generando indirectamente una pérdida para sus ciudadanos y para los diferentes atractivos.

Aunque la información del cantón es muy escasa comparada con otros cantones, existen aficionados que han logrado difundir en diversas plataformas web los diferentes atractivos del cantón, pero esto no es suficiente para dar conocer el potencial turístico el cantón.

Actualmente, se encuentra múltiples herramientas en la web que facilitan diferentes actividades como a dar a conocer un lugar, una historia, una técnica de cocina o de artesanía y estas no son aprovechadas a favor del cantón, para generar interés y posibles visitas de turistas e incrementar la economía de los lugares.

Diagnóstico.

Los diferentes problemas que presenta el cantón en la actualidad no ha permitido que este se desarrolle en el sector turístico, uno de sus aspectos negativos es la falta de interés por parte de autoridades en mantener y cuidar los diferentes lugares, también no se ha desarrollado programas enfocados en el crecimiento turístico, sin embargo, los ciudadanos son los que tratan de conservar los diferentes sitios, pero aun así se necesita el apoyo y estudios de profesionales para lograr que el cantón sea reconocido turísticamente.

Pronóstico.

Las diferentes estrategias en el marketing digital permiten que los usuarios tengan un interés en conocer los diferentes lugares que se muestran y permitiendo que el cantón sea conocido por futuros visitantes, generando algo positivo para sus ciudadanos, por esta razón es muy

importante que las autoridades y persona que están en el área del turismo se relacionen con las estrategias.

1.1.2. Formulación del Problema.

¿Cómo realizar una Propuesta de difusión turística para los diferentes atractivos utilizando estrategias de marketing digital para el cantón Ventanas?

1.1.3. Sistematización del Problema.

¿Cuál es el estado de los principales atractivos que tiene el cantón Ventanas?

¿Qué tipo de estrategias de marketing digital se emplearán?

¿Cómo se desarrollará la propuesta para la difusión de los principales atractivos del cantón Ventanas?

1.2. Objetivos.

1.2.1. Objetivo General.

- Desarrollar una propuesta de difusión turística utilizando estrategias de marketing digital para el cantón Ventanas.

1.2.2. Objetivos Específico.

- Jerarquizar los principales atractivos turísticos que tiene el cantón Ventanas.
- Determinar las estrategias de marketing digital para la difusión de los atractivos.
- Elaborar la propuesta de difusión de los diferentes atractivos turísticos del cantón.

1.3. Justificación.

El cantón Ventanas tiene una gran diversidad dada a su ubicación geográfica, el cual no es solo el centro comercial para los agricultores, si no, que también es el auge de diferentes tradiciones que con el tiempo se han adaptado al cantón, la gastronomía también destaca la cual es variada, dado que se ha acogido las diferentes comidas de sus cantones vecinos, de igual manera cuenta con distintos paisajes naturales, sin olvidar los diversos ríos que pasan por el cantón, todas estas características lo hace un cantón muy valioso, el cual por diferentes motivos desconocidos no están siendo aprovechados de una buena manera. En la actualidad contamos con diferentes herramientas que nos permiten dar a conocer nuestro producto, el cual destacó las herramientas web y con una estrategia de marketing digital el cantón se abrirá camino en el sector turístico, destacando sus diversos atractivos naturales, culturales, paisajísticos y gastronómicos.

CAPÍTULO II
FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. Marco Conceptual.

2.1.1. Turismo.

Para la Organización Mundial del Turismo (2006) citado por (Ibáñez & Cabrera, 2011) “el turismo comprende las actividades que realizan las personas (turistas) durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos” (pág.35).

De acuerdo con McIntosh (2000) citado por (Ibáñez & Cabrera, 2011) “propone que para poder definir el turismo se deben tomar en cuenta las cuatro perspectivas que lo conforman, las cuales son el turista, el negocio que proporciona bienes y servicios turísticos, el gobierno de la comunidad/área anfitriona y la comunidad anfitriona, ya que estos elementos en conjunto son las bases principales para la formulación de una definición más concreta de turismo” (pág.35).

2.1.2. Modalidades turísticas.

Para Fuentes (2019) citado por (Fuentes, Rivas, Arcentales, & Salazar, 2019) “la modalidad turística busca ser la diferenciación que define una forma específica de hacer turismo con relación a otra, define un aspecto singular o condición de que motive la práctica del turismo y guíe a la organización de gestión de un destino o territorio a su planificación y gobernanza. Es claro que no todos los turistas practican la misma forma de visitar lugares diferentes a sus sitios de residencia, ni pernoctan en un mismo tipo de alojamiento, ni se motivan por una misma actividad, esto determina tendencias que generarán una diversidad de productos, que serán acogidas por una modalidad o modalidades en particular” (pág.90).

2.1.2.1. Turismo de naturaleza

Según la Secretaria de Turismo de México (2016) citado por (Escobedo, 2018), “son los viajes que tienen como fin realizar actividades recreativas en contacto directo con la naturaleza y las expresiones culturales que le envuelven con una actitud y compromiso de conocer, respetar, disfrutar y participar en la conservación de los recursos naturales y culturales. Estos viajes se agrupan de acuerdo con el interés del turista en tres grandes modalidades: ‘Ecoturismo’, ‘Turismo de Aventura’ y ‘Turismo Rural’” (pág.19).

- **Turismo de Aventura:** Son los viajes que tienen como fin el realizar actividades recreativas, asociadas a desafíos impuestos por la naturaleza, donde se participa de la armonía con el medio ambiente, respetando el patrimonio natural, cultural, histórico etc.
- **Turismo Rural:** Los viajes que tienen como fin el realizar actividades de convivencia e interacción con una comunidad rural, en todas aquellas expresiones sociales, culturales y productivas cotidianas de la misma.
- **Ecoturismo:** El viaje medioambientalmente responsable a áreas relativamente poco alteradas, para disfrutar y apreciar la naturaleza a la vez que se promueve la conservación, tiene un bajo impacto ambiental y proporciona un beneficio socioeconómico a la población local (Escobedo, 2018).

2.1.2.2. Turismo cultural

La Organización Mundial del Turismo reconoce el turismo cultural como todos los movimientos de las personas para satisfacer la necesidad humana de diversidad, orientados a elevar el nivel cultural del individuo, facilitando nuevos conocimientos, experiencias y encuentros (OMT, 2016).

2.1.3. Atractivos turísticos.

Son el conjunto de lugares, bienes costumbres y acontecimientos que, por sus características, propias o de ubicación en un contexto, atraen el interés del visitante (MINTUR, 2004).

Para Rivera, (2008) citado por (Lemoine, Castellanos, Hernández, Zambrano, & Carvajal, 2018) “los atractivos turísticos se definen como el conjunto de elementos materiales y/o inmateriales que son susceptibles de ser transformados en un producto turístico que tenga capacidad para incidir sobre el proceso de decisión del turista, provocando su visita a través de flujos de desplazamientos desde su lugar de residencia habitual hacia un determinado territorio. Este último se transforma de esta manera en un destino turístico” (pág. 135).

2.1.4. Promoción turística.

Como expresa Hopkins, (1998) citado por (Castillo & Castaño, 2015), la promoción de destino, se define como "el uso consciente de la publicidad y el marketing para comunicar

imágenes selectivas de las localidades o zonas geográficas específicas para un público objetivo”. En este mismo sentido, Ejarque (2005) define la promoción de un destino como “comunicar a los potenciales consumidores-turistas que la oferta propuesta es capaz de satisfacer sus exigencias y sus demandas; en definitiva, es tratar de convencer al turista de que merece la pena ir a un destino, visitarlo” (pág. 739).

2.1.4.1. Instrumentos de promoción.

Se identifican dos grandes grupos de instrumentos de promoción de destinos turísticos: los tradicionales y los no tradicionales:

Los tradicionales están conformados por las ferias de turismo, los viajes educativos (famtrips), las relaciones públicas y la publicidad. En el caso de los instrumentos de promoción no tradicionales se pueden mencionar: los workshops, los cuales son los encuentros entre los profesionales del sector turístico donde se discuten temas de interés común, y los Buy, que se refiere a invitar al comprador potencial al destino para que lo conozca. Pero dentro de las nuevas técnicas de promoción se encuentra el denominado productplacement, este se refiere a que los destinos están presentes en productos televisivos, publicitarios y cinematográficos, famtrip (viajes de celebridades), organización de eventos, ferias, patrocinios y conferencias (Castillo & Castaño, 2015).

2.1.5. Propuesta.

Una propuesta es la acción para resolver un problema práctico o satisfacer una necesidad. Es indispensable que dicha propuesta se acompañe de la demostración de su factibilidad o posibilidad de realización (Arias, 2006).

2.1.6. Difusión.

Se puede definir, por tanto, la difusión de información como el proceso por el cual se transmite al usuario la información que necesita o en darle la posibilidad de obtenerla. Se trata de una operación documental de salida

2.1.6.1. Formas de difusión.

Con objeto de sistematizar se pueden distinguir dos formas básicas de difusión, la difusión bajo demanda y la difusión documental.

- **La difusión bajo demanda:** se trata de una difusión pasiva. La iniciativa parte del usuario que necesita información. Se realiza cuando el usuario se dirige al centro con el objeto de solicitar una información concreta.
- **La difusión documental:** es una difusión activa. Es aquella que implica iniciativa por parte del centro ofreciéndole, a los usuarios, productos documentales que juzga útiles, según el análisis que se haya hecho de sus necesidades, o señalándole sus problemas de información y ayudándole a resolverlos.

En cuanto a las vías de difusión pueden ser: papel impreso, tableros de anuncios, expositores, soporte magnético para consulta en ordenadores, páginas web, correo electrónico, difusión verbal (persona a persona, conferencias, cursos), medios audiovisuales (videos informativos) (Castillo, 2005).

2.1.7. Estrategias.

Las estrategias son el proceso de planeación dentro de un modelo interactivo de transacciones e intercambio de criterios y puntos de vista entre el planificador profesional y el usuario o cliente, especificando los elementos característicos para cada entidad (Friedman, 2007).

2.1.8. Marketing.

El Marketing es uno de los integrantes principales de cualquier organismo social, empresarial o entidad interesada en construir, trasladar, brindar, transformar o comunicar valor; esto es el objetivo del Marketing, el Marketing tiene presencia constante en las organizaciones y sus operaciones, aun cuando su presencia no sea formal o profesional, el Marketing está presente en la mayoría de las actividades internas y externas de cualquier organización, en sus elementos preponderantemente controlables, y los predominantemente incontrolables (Maldonado, Maldonado , & Gutiérrez, 2021).

American Marketing Association (2017) citado por (Maldonado, et ál., 2021) conceptualiza el Marketing en su versión más actual, donde, “el marketing es la actividad, el conjunto de instituciones y los procesos para crear, comunicar, entregar e intercambiar ofertas que tienen valor para los clientes, los socios y la sociedad en general” (pág. 59).

2.1.9. Marketing digital.

El marketing Digital es una tendencia que entiende los cambios de comportamiento del consumidor, y actúa más bajo estrategias Pull en donde es el usuario quien jala el contenido, lo cual lo hace más efectivo, con la opción de poderlo compartir con sus círculos sociales, y complementado con potentes herramientas de medición y la posibilidad de estar al lado del consumidor las 24 horas del día (Viteri, Herrera, & Bazurto, 2018).

(Vega, Romero, & Guzmán, 2018) mencionan que el marketing digital es una estrategia que se utiliza como herramienta del comercio electrónico, el cual se refiere a las transacciones de organizaciones y personas basadas en el procesamiento y transmisión de datos digitalizados, así como el intercambio electrónico comercial y permite usar la tecnología como un medio para obtener ventajas competitivas. Así las empresas pueden replantear los objetivos con un direccionamiento estratégico, creando nuevos productos y mercados, canales de distribución y reducción del coste de las actividades empresariales.

2.1.10. Estrategias de marketing digital.

De acuerdo con (Sordo, 2021), las estrategias de marketing digital es la planificación de ciertos pasos para llegar a objetivos definidos por medios online, que conlleva aspectos como la creación y difusión de contenidos a través de los sitios web y las redes sociales, la gestión de correos electrónicos y blogs, entre otros.

2.1.10.1. Análisis FODA

La herramienta FODA consiste en la construcción de una matriz a partir de la identificación de un listado de factores internos (fortalezas y debilidades) y externos (oportunidades y amenazas) que influyen en el desempeño de la organización (Nikulin & Becker, 2015).

2.1.10.2. Objetivos SMART

Los objetivos SMART son específicos, mensurables, alcanzables, relevantes y temporales. Son metas concretas que permiten analizar el desempeño de nuestros esfuerzos, ya sea en marketing o en cualquier área de una empresa que requiera ordenar y medir su trabajo de manera sistemática.

- **Específico:** Un objetivo específico se circunscribe a un aspecto, tarea o acción determinada de una empresa.
- **Mensurable:** Para que sea mensurable, una meta tiene que ser específica. De otra manera, no es posible interpretar si los resultados están dentro de lo esperado. Además, es necesario contar con los medios para poder medirla, ya sea herramientas de software o una metodología de análisis que posibilite saber en qué medida se alcanzó el resultado previsto.
- **Alcanzable:** Por alcanzable nos referimos a un objetivo que sea perfectamente realizable en las condiciones con las que se cuenta.
- **Relevante:** Una meta relevante es aquella que está en línea con los objetivos generales del negocio. No tiene sentido plantearse acciones cuyos resultados no sean subsidiarios de alguno de los objetivos generales que la empresa tiene en su plan de desarrollo.
- **Temporal:** Que los objetivos SMART sean temporales significa que están limitados a un tiempo determinado. Todas las características mencionadas -su especificidad y mensurabilidad, su alcance y relevancia- dependen del tiempo en que deben ser completados. El tiempo que se asigna a un objetivo puede provocar que no sea realizable, o puede dificultar su mensurabilidad (Knöbl, 2018).

2.1.10.3. Segmentación del mercado

La segmentación de mercados es el proceso de dividir un mercado generales y complejos en grupos más pequeños, con base a sus necesidades, características o comportamiento, con el fin de poder llegar de manera efectiva y satisfacer sus necesidades particulares con productos y servicios a su medida, lo cual le permite a la organización lograr una ventaja competitiva (Oporta, Torres, & Castillo, 2018).

2.1.10.4. Posicionamiento

En términos estrictos por Jack & Ries (1972) citado por (Milton, 2007) “Posicionamiento, es el lugar que ocupa en la mente del consumidor una marca de producto o servicio, sus atributos, las percepciones del usuario y sus recompensas” (pág. 106).

En términos generales, se asocia con el lugar, situación, o emplazamiento, ocupado por un objeto, un individuo, una idea, una institución, un servicio, una ciudad, o cualquier otra realidad susceptible de ser colocada respecto a otras con las que se compara (Milton, 2007).

2.1.10.5. Redes sociales

Existen múltiples definiciones y teorías sobre qué son y qué no son las redes sociales, pero existe poco consenso todavía sobre las mismas. La gran mayoría de autores coinciden en que una red social es: “un sitio en la red cuya finalidad es permitir a los usuarios relacionarse, comunicarse, compartir contenido y crear comunidades”, o como una herramienta de “democratización de la información que transforma a las personas en receptores y en productores de contenidos” (Urueña, Ferrari, Blanco, & Valdecasa, 2011).

2.1.10.6. Campaña de publicidad digital

Una campaña publicitaria es un conjunto de piezas creadas con el objetivo de difundir una marca, más precisamente un producto o un servicio. Para que la acción sea considerada una campaña es fundamental que exista unidad entre las piezas. Esto es, que presenten la misma idea, el mismo slogan, los mismos estilos y colores, entre otros aspectos similares (Giraldo, 2019).

2.1.11. Inventario de atractivos turísticos.

Es el proceso mediante el cual se registra ordenadamente los factores físicos, biológicos y culturales que como conjunto de atractivos, efectiva o potencialmente puestos en el mercado, contribuyen a conformar la oferta turística del país. Proporcionan información importante para el desarrollo del turismo, su tecnificación, evaluación y zonificación en el sentido de diversificar las áreas de desarrollo turístico (MINTUR, 2004).

2.1.12. Jerarquización de los atractivos turísticos.

En función de un conjunto de criterios permitirá determinar su grado en relación a las mejores condiciones que debe presentar para el desarrollo de atractivos turísticos. Esta fase es clave porque permitirá identificar los atractivos que mejor condición presenten para el desarrollo de atractivos y productos, a la vez permitirá identificar las falencias que presentan los recursos y sugerir acciones concretas para mejorar sus condiciones de desarrollo (MINTUR, 2017).

Tabla 1 Rangos de jerarquización.

Rangos	Jerarquía
76 – 100	IV
51 – 75	III
26 – 50	II
11 – 25	I
0 - 10	0

Fuente: MINTUR, 2004

Las jerarquías corresponden a un proceso de cualificación con base en la revisión de la Metodología para Inventarios de Atractivos Turísticos (MINTUR, 2004) con criterios propuestos por la OEA, que se ha adoptado en el país como base para el levantamiento de atractivos turísticos, conforme se resume a continuación:

Tabla 2 Descripción de jerarquías.

Jerarquía	Descripción
Jerarquía IV	Atractivo excepcional y de alta significación para el mercado turístico internacional, capaz por sí solo de motivar una importante corriente de visitantes (actual o potencial).
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.

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.
Jerarquía I	Atractivo sin mérito suficiente para considerarlo al nivel de las jerarquías anteriores, pero que igualmente forman parte del Inventario de Atractivos Turísticos como elementos que complementen a otros de mayor jerarquía.
Recurso	Es un elemento natural o cultural que pueden motivar el desplazamiento, pero no se encuentran todavía incorporados en la dinámica turística, ni cuenta con ningún tipo de infraestructura de apoyo.

Fuente: MINTUR, 2004

Para los niveles de jerarquía se ha considerado lo siguiente:

- a) Las jerarquías pueden asignarse tanto a los atractivos en oferta real, como a los que no están en operación. El primer caso, corresponde a aquellos lugares que están recibiendo flujos de turismo cuantificables como demanda efectiva. En el segundo caso, se trata de atractivos con atributos constatables y demanda potencial pero que, debido a la carencia de infraestructuras o facilidades, no han sido puestos en valor para el turismo.
- b) Para la jerarquización la demanda ha sido considerada en su forma más genérica, como receptora, interna y local teniendo en cuenta el tipo de visitantes (nacional y extranjero).
- c) Aquellos recursos que no alcancen la calificación serán considerados como “recurso turístico” (MINTUR, 2017).

2.2. Marco Normativo.

2.2.1. Constitución de la República del Ecuador 2021

TÍTULO II DERECHOS

Sección tercera

Comunicación e Información

Art. 16.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1. Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos.
2. El acceso universal a las tecnologías de información y comunicación.
3. La creación de medios de comunicación social, y al acceso en igualdad de condiciones al uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, y a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas.
4. El acceso y uso de todas las formas de comunicación visual, auditiva, sensorial y a otras que permitan la inclusión de personas con discapacidad.
5. Integrar los espacios de participación previstos en la Constitución en el campo de la comunicación.

Art. 18.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1. Buscar, recibir, intercambiar, producir y difundir información veraz, verificada, oportuna, contextualizada, plural, sin censura previa acerca de los hechos, acontecimientos y procesos de interés general, y con responsabilidad ulterior.
2. Acceder libremente a la información generada en entidades públicas, o en las privadas que manejen fondos del Estado o realicen funciones públicas. No existirá reserva de información excepto en los casos expresamente establecidos en la ley. En caso de violación a los derechos humanos, ninguna entidad pública negará la información (Constitución de la república del Ecuador, 2021).

2.2.2. Ley de Turismo 2014

CAPITULO X

PROTECCION AL CONSUMIDOR DE SERVICIOS TURISTICOS

Art. 45.- Habrá lugar al resarcimiento de daños y perjuicios, en los siguientes casos:

- a. El que anuncie al público, a través de medios de comunicación colectiva, de Internet o de cualquier otro sistema, servicios turísticos de calidad superior a los que realmente ofrece; o en su propaganda use fotografías o haga descripciones distintas a la realidad;
- b. El empresario cuyo servicio tenga una calidad inferior a la que corresponda a su categoría a la oferta pública de los mismos;
- c. El empresario que, por acto propio o de sus empleados, delegados o agentes, cause al turista un daño material;
- d. El empresario que venda servicios con cláusulas prefijadas y no las informe y explique al usuario, al tiempo de la venta o de la prestación del servicio;
- e. En caso de discriminación a las personas; con excepción del derecho de reserva de admisión; y,
- f. Los demás determinados en otras leyes (Ley de Turismo, 2014).

2.2.3. Ley Orgánica De Defensa Del Consumidor 2015.

CAPITULO II

DERECHOS Y OBLIGACIONES

DE LOS CONSUMIDORES

Art. 4.- Derechos del Consumidor.- Son derechos fundamentales del consumidor, a más de los establecidos en la Constitución Política de la República, tratados o convenios internacionales, legislación interna, principios generales del derecho y costumbre mercantil, los siguientes:

1. Derecho a la protección de la vida, salud y seguridad en el consumo de bienes y servicios, así como a la satisfacción de las necesidades fundamentales y el acceso a los servicios básicos;
2. Derecho a que proveedores públicos y privados oferten bienes y servicios competitivos, de óptima calidad, y a elegirlos con libertad;
3. Derecho a recibir servicios básicos de óptima calidad;

4. Derecho a la información adecuada, veraz, clara, oportuna y completa sobre los bienes y servicios ofrecidos en el mercado, así como sus precios, características, calidad, condiciones de contratación y demás aspectos relevantes de los mismos, incluyendo los riesgos que pudieren presentar;
5. Derecho a un trato transparente, equitativo y no discriminatorio o abusivo por parte de los proveedores de bienes o servicios, especialmente en lo referido a las condiciones óptimas de calidad, cantidad, precio, peso y medida;
6. Derecho a la protección contra la publicidad engañosa o abusiva, los métodos comerciales coercitivos o desleales;
7. Derecho a la educación del consumidor, orientada al fomento del consumo responsable y a la difusión adecuada de sus derechos;
8. Derecho a la reparación e indemnización por daños y perjuicios, por deficiencias y mala calidad de bienes y servicios;
9. Derecho a recibir el auspicio del Estado para la constitución de asociaciones de consumidores y usuarios, cuyo criterio será consultado al momento de elaborar o reformar una norma jurídica o disposición que afecte al consumidor; y,
10. Derecho a acceder a mecanismos efectivos para la tutela administrativa y judicial de sus derechos e intereses legítimos, que conduzcan a la adecuada prevención sanción y oportuna reparación de su lesión;
11. Derecho a seguir las acciones administrativas y/o judiciales que correspondan; y,
12. Derecho a que en las empresas o establecimientos se mantenga un libro de reclamos que estará a disposición del consumidor, en el que se podrá notar el reclamo correspondiente, lo cual será debidamente reglamentado (Ley Orgánica De Defensa Del Consumidor, 2015).

2.3. Marco referencial.

En el año 2019 por los autores Juan Dávila, Karina Morocho y Mauricio Noblecilla realizaron el proyecto de investigación con el tema “Propuesta de promoción turística para el desarrollo del turismo comunitario en la Isla Costa Rica, Ecuador” nos indica que la falta de difusión de este atractivo natural lleva a cabo la propuesta de esta investigación para dar a conocer a los posibles turistas y lograr la afluencia de estos al sitio, también se utilizó diversos métodos de investigación que ayudaron al desarrollo del trabajo, también se concluyó que la falta de interés de las autoridades en mantener y mejorar la isla Costa Rica influye a que el lugar no tenga visitas de turistas, aunque los ciudadanos están muy interesados en el desarrollo turístico del lugar, se requiere de estudios y estrategias de diferentes aspectos que deben realizar las autoridades, para así aprovechar de la mejor manera un recurso natural como lo que es la isla Costa Rica (Dávila, Morocho, & Noblecilla, 2021).

En el año 2019 María Sotomayor planteo el tema “Propuesta de difusión turística mediante herramientas web y estrategias de marketing digital. Caso de estudio: cantón Loja, Ecuador” utilizó varios enfoques en relación con el turismo y su desarrollo y se concluyó que existe un desinterés en incursionar en las plataformas web y en la utilización de estas herramientas para la difusión de los lugares, también se demostró la preferencia de los turistas en buscar información del sitio que se va a visitar y la escasa información de los mismo no permite el incremento de turistas, por esta razón se busca motivar a las autoridades y empresas relacionadas al turismo, a incursionar en planes de marketing digital y en la utilización de las diferentes herramientas que ofrece la web (Sotomayor, 2019).

El estudio realizado por los autores Paúl Freire, Sofía Pacherras, Evelyn García, Strielka Sánchez y Félix Freire con el tema “Propuesta de marketing turístico para la promoción de la cascada Salto del Oro, como atractivo natural de la parroquia Jerusalén, cantón Pedro Carbo, Provincia del Guayas, Ecuador” se utilizó varios métodos que permitieron desarrollar con éxito la propuesta, destacando los principales medios para captar más turistas y dar a conocer el sitio. El principal medio que destaco fue el internet y sus diferentes plataformas como; Facebook, YouTube, Instagram, Twitter y Whatsapp, trabajando en conjunto con el

marketing digital se pudo concluir que estos medios tienen ventajas sobre los medios de publicidad tradicionales y que se los debe aprovechar como una buena alternativa de desarrollo turístico, por esta razón el lugar tiene que tener plataformas oficiales, para así atraer a los diferentes tipos de turistas que están en busca de nuevos atractivos naturales (Freire, Pacherras, García, Sánchez, & Freire, 2019).

En el año 2018 Ronny Muñoz realizó el proyecto de investigación titulado “Análisis de la difusión turística del cantón Guaranda de la provincia Bolívar para el rediseño de un plan promocional a través de medios digitales”. Se determinan los diferentes motivos por los que no se ha incursionado en la difusión de los atractivos turísticos del cantón por los medios digitales y por eso motivo se realizó una propuesta publicitaria gratuita enfocada en los diferentes medios de difusión, para así generar interés por los usuarios en visitar las páginas y motivar a visitar al cantón y conocer todos sus atractivos, costumbres, tradiciones y muchos espacios más rodeados de naturaleza y cultura (Muñoz, 2018).

CAPÍTULO III
MÉTODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.

3.1. Localización.

El presente trabajo se desarrolla en el cantón Ventanas de la provincia de Los Ríos y presenta las siguientes características:

Mapa político del cantón Ventanas

Figura 1. Mapa del cantón Ventanas



Fuente: GAD Municipal de Ventanas, 2015

3.1.1. Limites.

Norte: Cantones Quevedo, Quinsaloma y la provincia de Bolívar;

Sur: Cantones Urdaneta y Pueblviejo;

Este: Con la provincia de Bolívar y al

Oeste: Cantones Quevedo, Mocache, Vinces y Pueblo Viejo.

3.1.2. Características.

Ventanas es una ciudad ecuatoriana, cabecera del cantón Ventanas, provincia de Los Ríos, localizada en la región litoral de Ecuador, cuenta con una población de 41.824 habitantes (en 2018), es la cuarta ciudad más poblada de la provincia de Los Ríos y la trigésimo sexta ciudad

más poblada de Ecuador; se encuentra a dos horas de Guayaquil y a seis horas de Quito la capital del Ecuador.

Se encuentra atravesada por el río Zapotal, ubicada en el centro occidente del Ecuador, el mayor rubro de producción local es el agrícola destacándose en la producción de maíz y se la conoce como la capital maicera del Ecuador (GAD municipal del cantón Ventanas , 2019).

3.2. Tipos de investigación.

Para realizar los diferentes objetivos del proyecto de investigación se utilizó los siguientes tipos de investigación.

3.2.1. Investigación de campo.

Este tipo de investigación es de utilidad para realizar la jerarquización de los principales atractivos turísticos naturales y culturales que cuenta el cantón, el cual permitió la correcta valoración de los mismos.

3.2.2. Investigación exploratoria.

Esta investigación se utilizó para indagar sobre los diferentes tipos de estrategias de marketing digital que se pueden aplicar para la promoción de los atractivos más importantes del cantón Ventanas.

3.2.3. Investigación bibliográfica.

La investigación bibliográfica es de utilidad para la elaboración de la fundamentación teórica de este proyecto de investigación y para el correcto desarrollo de los objetivos.

3.3. Métodos de investigación.

Para el desarrollo del presente proyecto de investigación se utilizó los diferentes métodos:

3.3.1. Método empírico.

El método empírico se aplicó para el desarrollo de los diferentes objetivos planteados permitiendo extender los conocimientos con los diferentes tipos de investigación.

3.3.2. Método de observación.

Mediante este método se pudo observar los diferentes atractivos principales del cantón y poder realizar la correcta jerarquización de los mismos.

3.4. Fuentes de recopilación de información.

Para obtener la diversa información se realizó a través de visitas de campo y la observación directa de los diferentes atractivos, seguido por fuentes secundarias como: artículos turísticos, libros, documentos turísticos, etc.

3.5. Diseño de la investigación.

A fin de realizar la correcta jerarquización de los atractivos de cantón se realizaron visitas de campo y la observación minuciosa de los mismos para saber las facilidades y dificultades, también se recopiló información a través de diferentes métodos y tipos de investigación para realizar una propuesta turística que favorezca al cantón Ventanas.

3.6. Instrumentos de investigación.

Se obtuvo información directa de los atractivos principales por medio de la observación, por lo cual se desarrolló la jerarquización correcta, también se utilizó fuentes secundarias como artículos, documentos y libros para utilizar las herramientas de marketing digital adecuadas para realizar la propuesta de difusión de los principales atractivos que tiene el cantón Ventanas.

3.7. Tratamientos de los datos.

Para realizar este proyecto de investigación se utilizó diferentes herramientas como Word, PowerPoint y Canva para realizar gráficos, editar fotos, videos, texto y presentaciones.

3.8. Recursos humanos y materiales.

3.8.1. Recurso humano

Para lograr el desarrollo y cumplimiento de los diferentes objetivos y proyecto en general, se obtuvo el apoyo de ciudadanos del cantón, que nos colaboraron con diferentes datos de los atractivos y familiares que ayudaron en la movilidad para conocer los diferentes atractivos.

3.8.2. Recursos materiales.

Con el fin del desarrollo de la elaboración de la propuesta de los atractivos del cantón Ventanas utilizando estrategias de marketing digital se emplearon los diferentes recursos materiales:

Materiales bibliográficos

- Revistas
- Documentos
- Artículos
- Libros

Materiales tecnológicos

- Cámara
- Páginas web
- Computadora
- Celular
- Blogs

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Jerarquización de los principales atractivos turísticos del cantón Ventanas.

Para realizar la jerarquización de los principales atractivos del cantón Ventanas se utilizó la investigación de campo y el método de observación, también se trabajó en conjunto con la herramienta del (Ministerio del Turismo, 2017) que es la “Jerarquización de Atractivos y Generación de Espacios Turísticos”.

Se identificó los principales atractivos naturales y culturales dando un total de 8 atractivos, que pueden ser difundidos en las diferentes plataformas de la web y las cuales se puede incluir en las estrategias de marketing digital, para beneficio turístico del cantón.

Tabla 3 Jerarquización de los atractivos del cantón Ventanas

NOMBRE DEL ATRACTIVO	CALIDAD				APOYO			SIGNIFICADO				Total	Jerarquías I II III IV
	Valor intrínseco	Valor extrínseco	Entorno	Estado de conservación	Acceso	Servicios	Asociado con otros atractivos	local	Regional	Nacional	internacional		
Monumento del Maíz	6	6	0	7	4	5	0	1	1	1	0	31	II
Monumento al Montubio	6	6	6	7	4	5	1	1	1	0	0	37	II
Parque central Ventanas	4	4	4	7	5	4	0	1	1	0	0	30	II
Malecón Ventanas	4	4	4	7	7	5	0	1	1	0	0	33	II
Cascada de San Jacinto	5	5	4	5	6	8	1	1	1	0	0	36	II
Casa del árbol	6	6	6	7	6	8	1	1	0	0	0	41	II
Río los Ángeles	4	4	3	5	4	4	1	1	0	0	0	26	II
Río Zapotal	4	4	3	3	5	4	1	1	0	0	0	25	I

Fuente: Investigación de campo, 2021

Elaborado por: Autora

Para la jerarquización correcta se utilizó las fichas para el levantamiento de los atractivos turísticos del Ministerio de Turismo. A continuación se presenta un resumen de las fichas de los respectivos atractivos:

Nombre del atractivo: Monumento del Maíz

Tabla 4 Resumen de la ficha de inventario del Monumento del Maíz

Nombre del Atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo
Monumento del Maíz	Atractivo cultural	Arquitectura	Monumento



Jerarquía	II
Ubicación	Troncal de la Costa y Seminario (entrada del cantón)
Servicios	Fotografía
Medio de acceso	Automóvil, transporte privado y público
Horario de atención	Se encuentra abierto las 24:00
Estado de conservación	En constante mantenimiento

Fuente: Investigación de campo, 2021

Elaborado por: Autora

Nombre del atractivo: Monumento del Montubio

Tabla 5 Resumen de la ficha de inventario del Monumento del Montubio

Nombre del Atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo
Monumento del Montubio	Atractivo cultural	Arquitectura	Monumento



Jerarquía	II
Ubicación	Calle 6 de octubre y 10 de Agosto
Servicios	Fotografía
Medio de acceso	Automóvil, transporte privado y público
Horario de atención	Se encuentra abierto las 24:00
Estado de conservación	En constante mantenimiento

Fuente: Investigación de campo, 2021

Elaborado por: Autora

Nombre del atractivo: Parque central Ventanas

Tabla 6 Resumen de la ficha del inventario del Parque central Ventanas

Nombre del Atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo
Parque central Ventanas	Atractivo cultural	Arquitectura	Espacio público



Jerarquía	II
Ubicación	10 de Agosto y 9 de Octubre
Servicios	Fotografía y cicloturismo
Medio de acceso	Automóvil, transporte privado y público
Horario de atención	Se encuentra abierto las 24:00
Estado de conservación	En constante mantenimiento

Fuente: Investigación de campo, 2021

Elaborado por: Autora

Nombre del atractivo: Malecón Ventanas

Tabla 7 Resumen de la ficha del inventario del Malecón Ventanas

Nombre del Atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo
Malecón Ventanas	Atractivo cultural	Arquitectura	Espacio público



Jerarquía	II
Ubicación	Calle Malecón y calle Bolívar
Servicios	Fotografía, pícnic, caminata, observación de flora y fauna
Medio de acceso	Automóvil, transporte privado y público
Horario de atención	Se encuentra abierto las 24:00
Estado de conservación	En constante mantenimiento

Fuente: Investigación de campo, 2021

Elaborado por: Autora

Nombre del atractivo: Cascada de San Jacinto

Tabla 8 Resumen de la ficha del inventario de la Cascada de San Jacinto

Nombre del Atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo
Cascada de San Jacinto	Atractivo natural	Ríos	Cascada



Jerarquía	II
Ubicación	Parroquia Los Ángeles
Servicios	Tubing, fotografía, pícnic, caminata, observación de flora y fauna
Medio de acceso	Automóvil, transporte privado y público
Horario de atención	Se encuentra abierto las 24:00
Estado de conservación	Se encuentra alterado

Fuente: Investigación de campo, 2021

Elaborado por: Autora

Nombre del atractivo: Casa del Árbol

Tabla 9 Resumen de la ficha del inventario de la Casa del árbol

Nombre del Atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo
Casa del árbol	Atractivo natural		



Jerarquía	II
Ubicación	Parroquia Los Ángeles
Servicios	Alojamiento, alimentos y bebidas, natación, fotografía, pícnic, cicloturismo, observación de flora y fauna
Medio de acceso	Automóvil, transporte privado y público
Horario de atención	Su horario de atención es de las 8:00 hasta las 17:00 horas
Estado de conservación	Se encuentra en constante mantenimiento

Fuente: Investigación de campo, 2021

Elaborado por: Autora

Nombre del atractivo: Río los Ángeles

Tabla 10 Resumen del inventario: Río los Ángeles

Nombre del Atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo
Río los Ángeles	Atractivo natural	Río	Río



Jerarquía	II
Ubicación	Parroquia Los Ángeles
Servicios	Tubing y pesca deportiva
Medio de acceso	Automóvil, transporte privado y público
Horario de atención	Se encuentra abierto las 24:00
Estado de conservación	Se encuentra alterado

Fuente: Investigación de campo, 2021

Elaborado por: Autora

Nombre del atractivo: Río Zapotal

Tabla 11 Resumen del inventario: Río Zapotal

Nombre del Atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo
Río Zapotal	Atractivo natural	Río	Río



Jerarquía	I
Ubicación	Cantón Ventanas
Servicios	Tubing, pesca deportiva, regata, paseo en bote
Medio de acceso	Automóvil, transporte privado y público
Horario de atención	Se encuentra abierto las 24:00
Estado de conservación	Se encuentra en proceso de deterioro

Fuente: Investigación de campo, 2021

Elaborado por: Autora

4.2. Estrategias de marketing digital para la difusión de los atractivos.

Para llevar a cabo las estrategias del marketing digital se debe de tener un enfoque muy claro de que queremos mostrar y para qué lo hacemos, por eso es muy importante realizar un análisis y establecer nuestros objetivos, para que así las estrategias y acciones tengan los resultados esperados, que uno de ellos es captar el interés de futuros turistas y estos visiten los diferentes lugares turísticos con los que cuenta el cantón Ventanas.

4.2.1. Análisis FODA

El análisis FODA nos permite obtener un resumen de las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas de los diferentes atractivos del cantón.

Tabla 12 Análisis FODA de los atractivos turístico del cantón Ventanas

Fortalezas	Oportunidades
• Ubicación • Vías de acceso a los lugares • Representación cultural • Recursos turísticos naturales • Capacidad para incursionar en los diferentes tipos de turismo.	• Desarrollo de un plan turístico • Desarrollo de nuevos emprendimientos en el sector turístico • Posibilidad de brindar turismo de calidad • Herramientas web gratuitas
Debilidades	Amenazas
• Falta de mantenimientos • Escasa información de los sitios • Poca difusión de los lugares • Escasa relación intersectoriales	• Inseguridad • Desinterés en crecer en el sector turístico • Desconocimiento de las diferentes plataformas digitales.

Fuente: Investigación de campo, 2021

Elaborado por: Autora

4.2.2. Objetivos SMART

Al realizar cualquier tipo de estrategia trabajando en conjunto con el marketing digital, es muy importante plantear los objetivos que vamos a ejecutar. Los objetivos SMART son específicos, mensurables, alcanzables, relevantes y temporales, esto ayudará a cumplir de una manera ordenada los objetivos planteados a continuación:

Objetivos SMART planteados

Tabla 13 Objetivos SMART para la propuesta de difusión de los atractivos del cantón

S	Informar del cantón y sus atractivos turísticos.
M	Generar visitas significativas en las redes sociales en un lapso de 6 meses.
A	Lograr que el resto del sector turístico del cantón colabore en las diferentes publicaciones.
R	Realizar publicaciones informativas del sector turístico del cantón.
T	Alcanzar posicionamiento en las redes sociales.

Elaborado por: Autora

4.2.3. Estrategias a utilizar

Existen diversos tipos de estrategias a utilizar para cumplir con los objetivos ya planteados, pero se debe seleccionar los más convenientes. Las estrategias a emplear son: segmentación del mercado, posicionamiento, creación de redes sociales y una campaña publicitaria.

4.2.3.1. Segmentación del mercado

Se estima que los mayores números de usuarios estén en un rango de edad de 18 a 35 años, con un gran interés por conocer nuevos lugares.

4.2.3.2. Posicionamiento

El posicionamiento se lo realizó a través de un logotipo, representando las principales características que tiene el cantón y diferenciándolo de los demás. La finalidad es captar la atención de los usuarios para que así logren conocer y visitar el cantón.

Figura 2 Logotipo del cantón Ventanas



Elaborado por: Autora

- **Características del logotipo**

Las principales características que se destaca del logotipo son las representaciones de sus principales atractivos como la cascada de San Jacinto, el río Zapotal, el machete por el monumento al montubio y destacando el maíz, ya que el cantón es conocido como capital la maicera.

4.2.3.3. Creación de cuentas en las redes sociales

La creación de cuentas en las principales redes sociales serán exclusivas para la difusión de los atractivos del cantón Ventanas, esto permitirá tener un alcance mayor de futuros visitantes. En la actualidad, las redes sociales con más número de usuarios son Facebook e Instagram, a través de estas plataformas se podrá llevar a cabo diferentes campañas de publicidad.

Creación de una cuenta en Facebook e Instagram

Tabla 14 Creación de cuenta en Facebook e Instagram

Recursos	Fotografías, videos (reels), logotipo, campaña publicitaria e información de los atractivos.
Actividades a realizar	Se subirá contenido de los principales atractivos con descripción, información de donde se encuentran y de cómo llegar a ellos, también videos de los mismos.

Elaborado por: Autora

4.2.3.4. Campaña publicitaria

Una campaña publicitaria es clave para destacar, está estrategia nos permitirá alcanzar un número significativo de usuarios y de posibles turistas. Así se logrará dar a conocer el cantón y los atractivos turísticos, que es el principal objetivo de esta campaña, que consiste en compartir fotografías y videos del cantón, por tal motivo se lo ha denominado:

Figura 3 Nombre de la campaña



Elaborado por: Autora

4.3. Propuesta de difusión para los diferentes atractivos turísticos del cantón Ventanas.

Con las estrategias de marketing digital planteadas, se realizó la creación de cuentas en las redes sociales (Facebook e Instagram) estos serán los principales medios de difusión de los atractivos, donde utilizaremos fotos y videos de los lugares, también se trabajará en conjunto con el logotipo y la campaña publicitaria creada específicamente para generar un mayor impacto a los usuarios y así captar el interés de ellos, a la cual se la denomino ¡Ven y descubre Ventanas!

Imagen 1 Red social de Facebook



Elaborado por: Autora

Imagen 2 Red social de Instagram



Ventanas Turístico 🌳

Guía de turismo

En cantón Ventanas se encuentra ubicado en la provincia de Los Ríos, cuenta con diversos atractivos turísticos.

¡Ven y conócelos! ❤️

Elaborado por: Autora

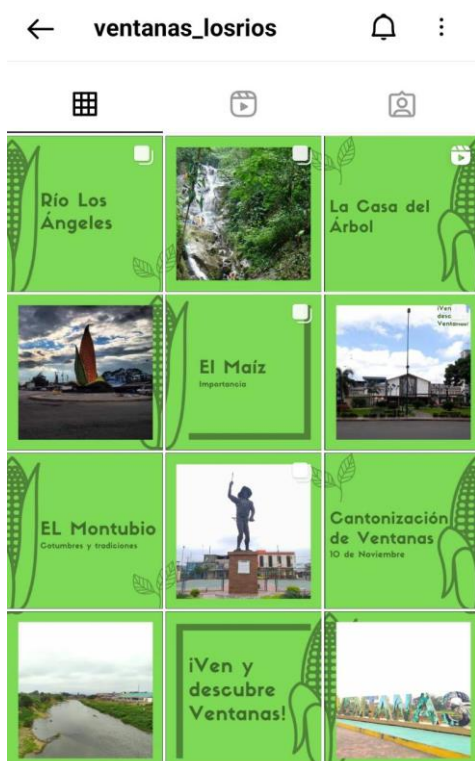
Al realizar la creación de las redes sociales, se llevó a cabo la publicación de los diversos lugares turísticos del cantón como fotografías y videos con una breve descripción de los mismos, se realizaron publicaciones con algunas características del cantón.

Link de la cuenta de Instagram: https://www.instagram.com/ventanas_losrios/?hl=es-la

Link de la cuenta de Facebook: <https://www.facebook.com/Ventanas-Tur%C3%ADstica-109543411491328>

A continuación, se muestran algunas publicaciones de la propuesta de difusión de los atractivos turísticos utilizando estrategias de marketing digital.

Imagen 3 Publicaciones en la red social de Instagram



Elaborado por: Autora

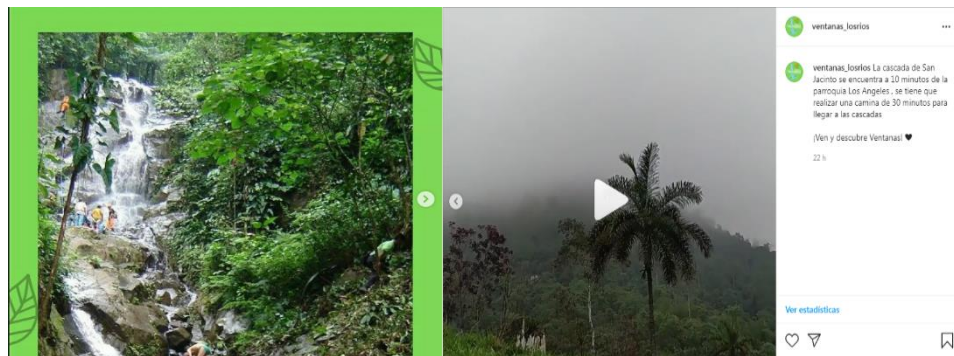
Al observar la imagen 3 las publicaciones realizadas en la red social de Instagram logran una armonía entre sus posts esto ayuda captar la atención de los usuarios y como fondo principal tenemos la mazorca que es la principal característica del cantón.

Imagen 4 Post del monumento al maíz



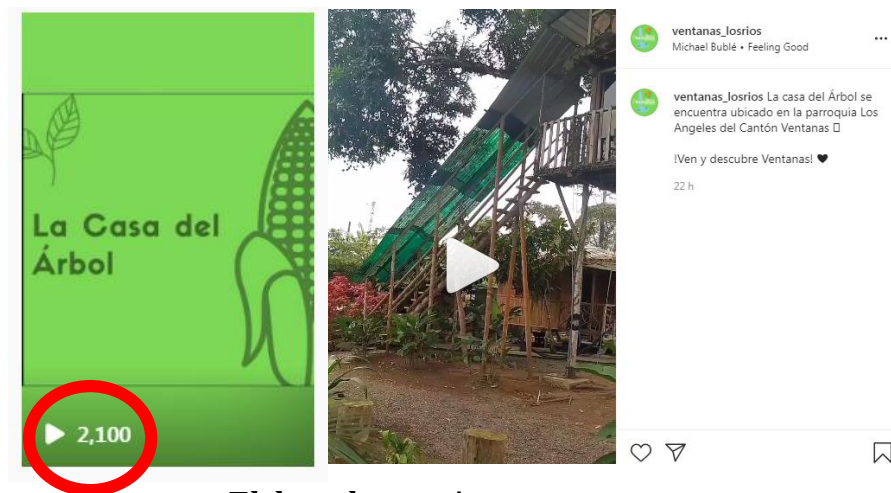
Elaborado por: Autora

Imagen 5 Post de las Cascadas de San Jacinto, video y una breve descripción



Elaborado por: Autora

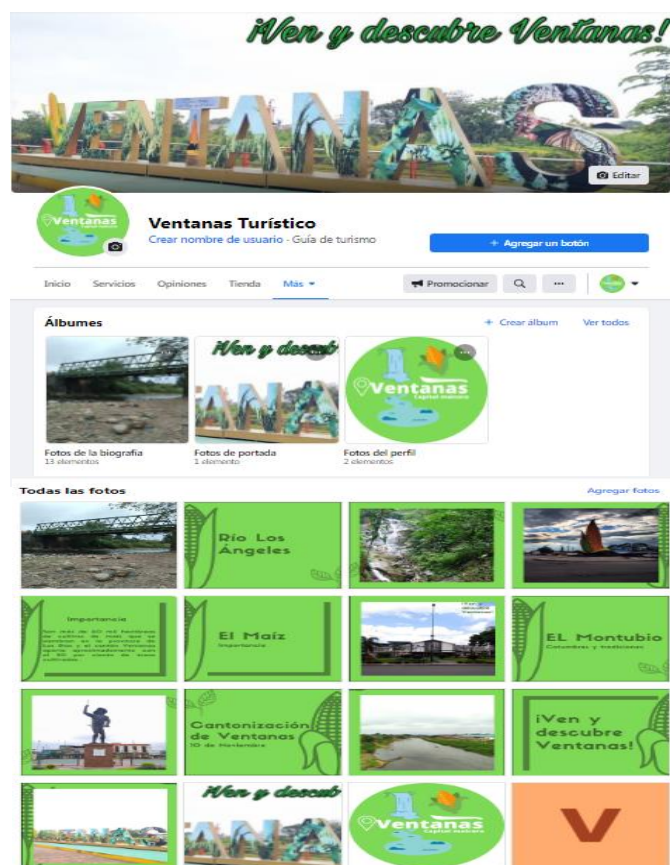
Imagen 6 Video de la Casa del Árbol y breve descripción



Elaborado por: Autora

En la imagen 6 del video de la Casa del Árbol podemos observar que sus reproducciones llegaron alcanzar 2,100, por tal motivo es muy importante el uso de estrategias de marketing digital para dar a conocer los diferentes atractivos del cantón

Imagen 7 Publicaciones en la red social de Facebook



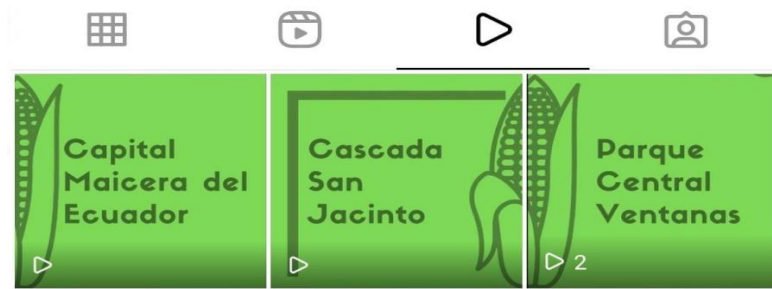
Elaborado por: Autora

Las publicaciones realizadas en la red social de Facebook son similares a las de Instagram por el motivo que estas trabajan en conjunto y así se espera captar el mayor número de usuarios.

- **Videos promocionales**

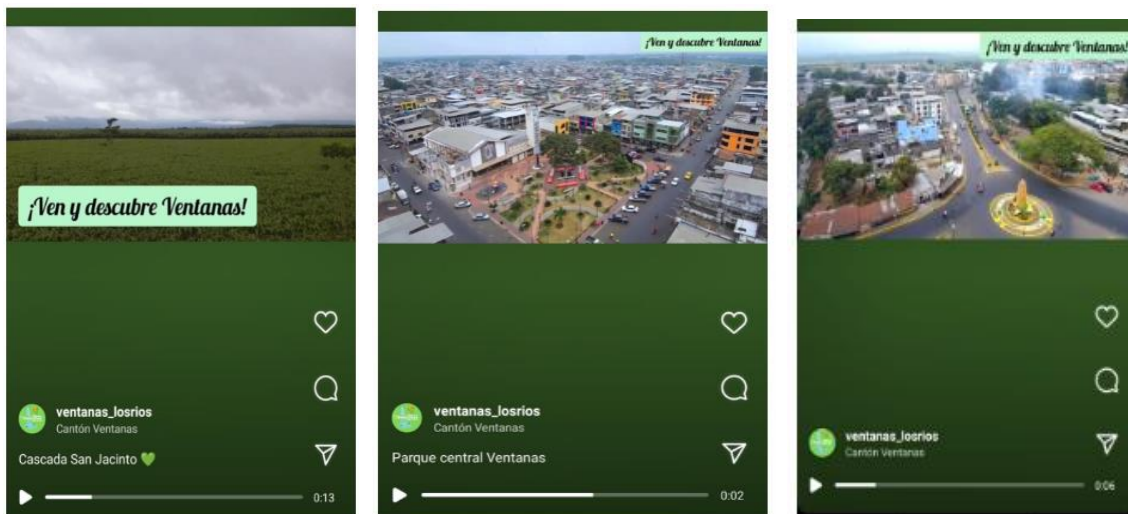
Los videos promocionales son una estrategia muy importante para lograr difundir con éxito los atractivos turísticos, estos pueden ser elaborados por medio de teléfonos o por cámaras profesionales, estas permitirán captar una calidad más alta de las imágenes y por medio de las redes sociales lograr la difusión.

Imagen 9 Captura de las portadas de los videos promocionales en Instagram



Elaborado por: Autora

Imagen 8 Videos promocionales del canton Ventanas



Elaborado por: Autora

Para el desarrollo de la promoción de los lugares turísticos se utilizó videos aficionados que se encontró en las diferentes redes sociales, por este motivo es fundamental el desarrollo de este tipo de estrategias

- **Presupuesto de la propuesta de difusión de los atractivos**

El valor monetario para realizar la difusión de los atractivos del cantón nos da un total de \$196.00 dólares mensuales. Se podría reducir el valor considerando que se puede encontrar diversas aplicaciones gratuitas para edición de fotos y videos.

Tabla 15 Tabla de costos de la propuesta de difusión de los atractivos del cantón Ventanas

Cantidad	Detalle	Valor
16	Edición de logotipo, fotos y videos	\$16.00
1	Publicidad por redes sociales	\$180.00 mensual
2	Creación de cuentas en redes sociales	-----
Total		\$196.00

Elaborado por: Autora

4.4. Discusión.

El proyecto de investigación que elaboraron Guillén, Quinde, Vera, & Hasing (2019) con el tema “Promoción digital para potenciar el turismo en la comuna Data de Posorja, Ecuador” realizada por para el desarrollo se recolecto la mayor información de los atractivos turísticos de la comunidad, sin embargo la limitada información de estos lugares origina el desconocimiento y dificultando la demanda de turistas, por este motivo los autores diseñaron una promoción digital para poder llegar a un mayor número de público, enfocándose en utilizar las redes sociales como Facebook e Instagram, para así generar un interés a través de publicaciones y recomendaciones por medio de las páginas creadas. De igual manera para realizar la presente investigación se elaboró la recopilación de información de los diferentes lugares turísticos, aunque la información fue escasa, se pudo cumplir con los objetivos de igual manera se utilizó las redes sociales antes mencionadas para elaborar la propuesta de difusión de los atractivos turísticos del cantón utilizando diferentes estrategias de marketing digital, para así lograr una afluencia de turistas y poder enriquecer los diferentes sitios.

El proyecto de investigación que realizaron Delgado & Yávar (2018) sobre el “Diseño de estrategias de marketing digital para promocionar el turismo comunitario en la provincia del Guayas.” nos indica la importancia que tiene el marketing digital en el turismo comunitario, también lo fundamental que es captar la atención del usuario y poder crear una relación de negocio, otro factor importante que nos demuestra esta investigación, es la falta de promoción turística a través de los diferentes medios digitales por lo cual genera bajos ingresos económicos a las comunidades en comparación con otras provincias que ofrecen este tipo de turismo, por esta razón se enfatiza en el empleo de estrategias de marketing digital. La presente investigación tuvo como finalidad emplear una propuesta de los diferentes tipos de estrategias como; análisis FODA, objetivos Smart, posicionamiento y una campaña publicitaria para lograr la difusión de los atractivos turísticos del cantón Ventanas, aunque no se utilizó las mismas estrategias de marketing digital, estos proyectos de investigación enfatizan lo importante que es utilizar estas herramientas digitales.

Según Arias (2018), en el proyecto de investigación titulado “Estrategias de marketing digital y su impacto en el desarrollo turístico de la ciudad de Latacunga” indica que el cambio constante de la tecnología permite al sector turístico cumplir con las necesidades del mercado, por tal motivo es muy importante desarrollar estrategias de marketing digital que permitan el posicionamiento de los diferentes lugares turísticos que tiene el cantón, para establecer las estrategias adecuadas la autora realizó una encuesta que le permitió establecer sus estrategias, teniendo como resultado que el 43,09% de los encuestados indicaron que prefieren recibir información a través de internet, por lo cual el trabajo desarrollo una página web, redes sociales entre otras plataformas digitales, de igual manera este proyecto enfoco las estrategias de marketing digital en el uso de las principales redes sociales como Facebook e Instagram, para así difundir los principales lugares turístico el cantón Ventanas y estos logren captar la atención de los diferentes usuarios.

CAPÍTULO V
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

5.1. Conclusiones.

Se realizó las fichas de los sitios turísticos del cantón Ventanas para elaborar la jerarquización, se identificaron 8, 4 naturales; cascada de San Jacinto, Casa del Árbol, Río Los Ángeles, el Río Zapotal y 4 culturales; monumento al Maíz, monumento al Montubio, parque central Ventanas y el malecón Ventanas. Aunque los resultados indican que su jerarquía está entre I y II, estos lugares tienen la oportunidad de seguir mejorando y poder brindar una buena experiencia al llevar a cabo una visita.

Para captar la atención de diferentes usuarios y futuros visitantes o turistas se utilizó diversas herramientas de marketing digital, para así elaborar en conjunto una estrategia, que permita difundir los diferentes atractivos que tiene el cantón. Es de suma importancia establecer los objetivos y metas que se quieren cumplir, porque una vez establecida las bases se podrá obtener los resultados esperados. Estas herramientas se la puede emplear en diversos sectores, pero en especial en turismo se las debe usar al máximo.

El uso de redes sociales y de las demás plataformas web hoy en día representa una de las mejores herramientas para dar a conocer un cantón o un lugar turísticos. Es fundamental que este sector cuente con páginas oficiales donde se comparta información relevante para captar la atención de los usuarios y lograr una afluencia de turistas, esto puede permitir un reconocimiento a nivel cantonal, nacional y probablemente hasta extranjero.

5.2. Recomendaciones.

Es importante el mantenimiento y la conservación de los diferentes atractivos turísticos que cuenta el cantón. Se recomienda en especial al GAD Municipal del cantón Ventanas trabajar en diferentes programas en los que se incluya el cuidado de los lugares, de igual manera tener un registro de sus atractivos con sus respectivas jerarquizaciones, esto facilitará la realización de proyectos a futuros.

Se recomienda informarse y utilizar las diferentes herramientas de marketing digital que pueden ser empleadas en el sector turístico, de igual manera realizar campañas que ayuden a la difusión de los atractivos, esto influirá a que el cantón sobresalga y logre un buen posicionamiento como destino turístico.

El uso de las diferentes plataformas web siempre se encuentra en constantes cambios, por tal motivo se recomienda estar pendiente de las nuevas tendencias que puedan surgir. Al usar las redes sociales se debe mostrar la originalidad de los lugares y verificar la información que se llegue a publicar.

CAPÍTULO VI

BIBLIOGRAFÍA

6.1. Bibliografía

- Moreno, C., Cevallos, D., & Balseca, N. (2018). La planeación estratégica en el sector empresarial ecuatoriano. Estudio de caso: Cerraduras Ecuatorianas S.A. *Espacios*, 39(42), 1-18. Recuperado el 12 de Septiembre de 2021, de <http://www.revistaespacios.com/a18v39n42/a18v39n42p18.pdf>
- Arias. (2006). Recuperado el 12 de Septiembre de 2021, de <http://virtual.urbe.edu/tesispub/0093556/cap03.pdf>
- Arias, D. (2018). *Repositorio Digital*. Recuperado el 7 de Octubre de 2021, de Repositorio Digital: <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/28468/1/013%20MDG.pdf>
- Castillo, L. (2005). *Biblioteconomía*. Recuperado el 12 de Septiembre de 2021, de <https://www.uv.es/macass/T6.pdf>
- Castillo, M., & Castaño, V. (2015). La promoción turística a través de técnicas tradicionales y nuevas. Una revisión de 2009 a 2014. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 24, 737-757. Recuperado el 12 de Septiembre de 2021, de <https://www.redalyc.org/pdf/1807/180739769017.pdf>
- Constitución de la república del Ecuador. (25 de Enero de 2021). Recuperado el 3 de Diciembre de 2021, de https://www.defensa.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/02/Constitucion-de-la-Republica-del-Ecuador_act_ene-2021.pdf
- Cyberclick. (Diciembre de 2020). Recuperado el 19 de Septiembre de 2021, de <https://www.cyberclick.es/publicidad/campana-publicitaria>
- Dávila, J., Morocho, K., & Noblecilla, M. (3 de Abril de 2021). Propuesta de promoción turística para el desarrollo del turismo comunitario en la Isla Costa Rica, Ecuador. *Digital Publisher*, 6(3), 57-75. Recuperado el Septiembre de 2021, de file:///C:/Users/User/Downloads/542-Art%C3%ADculo_manuscrito_ensayo-4907-1-10-20210503.pdf

- Delgado , M., & Yávar, D. (2018). Recuperado el 6 de Octubre de 2021, de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/29806/1/DISE%C3%91O%20DE%20ESTRATEGIAS%20DE%20MARKETING%20DIGITAL%20PARA%20PROMOCIONAR%20EL%20TURISMO%20COMUNITARIO%20EN%20LA%20PROVINCIA.pdf>
- Escobedo, C. (20 de Noviembre de 2018). *Entorno Turístico*. Recuperado el 18 de Septiembre de 2021, de Entorno Turístico: <https://www.entornoturistico.com/turismo-de-naturaleza-en-que-consiste-y-cual-es-su-origen/>
- Fabella, K. (23 de Marzo de 2018). *Vilma Núñez*. Recuperado el 19 de Septiembre de 2021, de <https://vilmanunez.com/que-es-storytelling/>
- Freire, P., Pacherrres, S., García, E., Sánchez, S., & Freire, F. (Junio de 2019). Propuesta de actividades de marketing turístico para la promoción de la Cascada Salto de Oro como atractivo natural ubicado en la parroquia rural Jerusalén del cantón Pedro Carbo en la provincia del Guayas de Ecuador. *Turismo y desarrollo social*, 12(26), 1-26. Recuperado el 12 de Septiembre de 2021, de <https://www.eumed.net/rev/turydes/26/cascada-saltoro.pdf>
- Friedman, R. (2007). Recuperado el 10 de Noviembre de 2021, de <https://comunidad.udistrital.edu.co/jruiz/files/2018/10/MILTON-FRIEDMAN-LIBERTAD-DE-ELEGIR.pdf>
- Fuentes, A., Rivas, K., Arcentales, E., & Salazar, J. (10 de Septiembre de 2019). Modalidades y destinos turísticos del cantón Puerto Quito, provincia de Pichincha. *Uisrael*, 6(3), 85-99. Recuperado el 18 de Septiembre de 2021, de file:///C:/Users/User/Downloads/Modalidades_y_destinos_turisticos_del_canton_Puerto.pdf
- GAD municipal del cantón Ventanas . (2019). *Alcaldia de Ventanas*. Obtenido de <https://www.ventanas.gob.ec/ventanas/ciudad/>
- Giraldo, V. (12 de Agosto de 2019). *Rockcontent*. Recuperado el 21 de Septiembre de 2021, de <https://rockcontent.com/es/blog/campana-publicitaria/>

- Guillén, S., Quinde, L., Vera, V., & Hasing, L. (1 de Septiembre de 2019). Promoción digital para potenciar el turismo en la comuna data de Posorja, Ecuador. *Explorador Digital*, 3(3), 5-14. Recuperado el 6 de Octubre de 2021, de <file:///C:/Users/User/Downloads/439-Texto%20del%20art%C3%ADculo-1859-2-10-20190504.pdf>
- Ibáñez, R., & Cabrera, C. (2011). *Teoría General del Turismo: un enfoque global y nacional*. México, México: Serie Didactica. Recuperado el 12 de Septiembre de 2021, de http://uabcs.mx/difusion2017/files/libros/pdf/184_20160908023838.pdf
- Knöbl, E. (8 de Mayo de 2018). *Titular.com*. Recuperado el 21 de Septiembre de 2021, de Titular.com: <https://www.titular.com/blog/objetivos-smart-que-son-y-como-utilizarlos>
- Lemoine, F., Castellanos, G., Hernández, N., Zambrano, S., & Carvajal, G. (2018). Análisis de los atractivos y recursos turísticos del cantón San Vicente, Ecuador. *Retos de la Dirección*, 133-148. Recuperado el Septiembre de 2021, de <http://scielo.sld.cu/pdf/rdir/v12n2/rdir07218.pdf>
- Ley de Turismo. (29 de Diciembre de 2014). Recuperado el 3 de Diciembre de 2021, de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/LEY-DE-TURISMO.pdf>
- Ley Orgánica De Defensa Del Consumidor. (16 de Enero de 2015). Recuperado el 18 de Septiembre de 2021, de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/04/LEY-DE-DEFENSA-DEL-CONSUMIDOR.pdf>
- Maldonado, N., Maldonado , M., & Gutiérrez, A. (9 de Febrero de 2021). Marketing de valor. *Revista de Investigación latinoamericana en competitividad organizacional RILCO*, 54-66. Recuperado el 12 de Septiembre de 2021, de <file:///C:/Users/User/Downloads/Dialnet-MarketingDeValor-7879449.pdf>
- Milton, C. (Diciembre de 2007). Imporancia y concepto del posicionamiento una breve revisión teórica. *PERSPECTIVAS*(20), 105-114. Recuperado el 21 de Septiembre de 2021, de <https://www.redalyc.org/pdf/4259/425942331007.pdf>

- Ministerio del Turismo. (5 de Mayo de 2014). Recuperado el 4 de Diciembre de 2021, de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/05/Documento-Proyecto-Ecuador-Potencia-Tur%C3%ADstica.pdf>
- Ministerio del Turismo. (Junio de 2017). Obtenido de https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/Parte2_GuiaLevantamientoDeAtractivosTuristicos2017_2daEd.pdf
- MINTUR. (2004). *SCRIBD*. Recuperado el Septiembre de 2021, de <https://es.scribd.com/doc/56382986/Metodologia-de-Inventario>
- MINTUR. (2017). Recuperado el 2021, de https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/Parte1_GuiaMetodologicaInventarioGeneracionEspacioTuristico2017_2daEd.pdf
- Muñoz, R. (Septiembre de 2018). Recuperado el Septiembre de 2021, de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/34689/1/MU%C3%91OZ%20ERAZO%20RONNY.pdf>
- Nikulin, C., & Becker, G. (17 de Junio de 2015). Una metodología Sistémica y creativa para la gestión estratégica: Caso de Estudio Región de Atacama-Chile. *Journal of Technology Management & Innovation*, 10, 127-144. Recuperado el 21 de Septiembre de 2021, de <https://scielo.conicyt.cl/pdf/jotmi/v10n2/art09.pdf>
- OMT. (2016). *UNWTO*. Recuperado el 10 de Noviembre de 2021, de <http://americas.unwto.org/es/event/seminario-internacional-sobre-turismo-y-cultura>
- Oporta, S., Torres, D., & Castillo, M. (8 de Enero de 2018). Recuperado el 21 de Septiembre de 2021, de <https://repositorio.unan.edu.ni/8579/1/18820.pdf>
- Pérez , M., & Novillo, L. (Julio de 2017). Recuperado el 4 de Diciembre de 2021, de <https://www.eumed.net/libros-gratis/actas/2017/turismo/28-marketing-turistico-en-el-ecuador.pdf>
- Sordo, A. (20 de Abril de 2021). *HubSpot*. Recuperado el 12 de Septiembre de 2021, de HubSpot: <https://blog.hubspot.es/marketing/guia-completa-estrategia-marketing-digital>

- Sotomayor, M. (28 de Junio de 2019). Recuperado el 28 de Octubre de 2021, de <https://revistadigital.uce.edu.ec/index.php/SIEMBRA/article/view/1717>
- Terry, J. (20 de Mayo de 2019). *Terry Consultores*. Recuperado el 18 de Septiembre de 2021, de <https://www.terryconsultores.com/2019/05/20/cultura-patrimonio-y-turismo-cultural/>
- Urueña, A., Ferrari, A., Blanco, D., & Valdecasa, E. (Diciembre de 2011). Las Redes Sociales en Internet. *Onti (observatorio nacional de las telecomunicaciones y de la SI)*, 7-155. Recuperado el 19 de Septiembre de 2021, de https://www.ontsi.es/sites/ontsi/files/redes_sociales-documento_0.pdf
- Vega, J., Romero, S., & Guzmán, G. (9 de Noviembre de 2018). Marketing digital y las finanzas de las pymes. *RITI*, 6(12), 100-1006. Recuperado el 12 de Septiembre de 2021, de <file:///C:/Users/User/Downloads/Dialnet-MarketingDigitalYLasFinanzasDeLasPymes-7107413.pdf>
- Viteri, F., Herrera, L., & Bazurto, A. (10 de Febrero de 2018). Importancia de las Técnicas del Marketing Digital. *Revista Científica Mundo de la Investigación y el Conocimiento*, 2(1), 764-783. Recuperado el 12 de Septiembre de 2021, de <file:///C:/Users/User/Downloads/Dialnet-ImportanciaDeLasTecnicasDelMarketingDigital-6732914.pdf>

CAPÍTULO VII

ANEXOS

7.1. Anexos de documentación requerida para la investigación

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																					
Código del atractivo:	1	2	0	7	0	0	M	C	0	1	0	6	0	2	0	0	1				
	Provincia		Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo						
1. DATOS GENERALES																					
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																					
Monumento al Maíz																					
1.2 Categoría					1.3 Tipo					1.4 Subtipo											
MANIFESTACIONES_CULTURALES					ARQUITECTURA					MONUMENTOS											
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO TURÍSTICO																					
2.1 Provincia					2.2 Cantón					2.3 Parroquia											
LOS_RÍOS					VENTANAS					VENTANAS (CAB. CANTONAL)											
2.4 Calle Principal					2.5 Número					2.6 Transversal											
Troncal de la Costa										Seminario											
2.7 Barrio, Sector o Comuna					2.8 Sitio poblado más cercano																
La Y					Centro del cantón																
2.9 Latitud (grados decimales)					2.10 Longitud (grados decimales)					2.11 Altura (msnm)											
-1.4385101					-79.4620212					24 msnm											
2.12 Inmerso en Espacio Turístico					SI ☐					NO ☒					S/I ☐						
2.12.1 Nombre del Espacio Turístico:																					
Observaciones:																					
3. CARACTERÍSTICAS CLIMATOLÓGICAS																					
SI ☒ NO ☐ S/I ☐																					
3.1. Clima Tropical					3.2 Temperatura(°C) 24 - 26					3.3 Precipitación Pluviométrica (mm)											
4. ACCESIBILIDAD AL ATRACTIVO TURÍSTICO																					
SI ☒ NO ☐ S/I ☐																					
4.1 Tipo de Ingreso (u)																					
SI ☒ NO ☐ S/I ☐																					
4.1.1 Libre (Continuar 4.1.4) 3					4.1.2 Restringido (Continuar observaciones) 0					4.1.3 Pagado (Continuar siguiente) 0											
4.1.3.1 Precio (Tarifa mínima y máxima):					a. Desde \$ 0					b. Hasta \$ 0											
					a. Efectivo ☐					b. Dinero Electrónico ☐											
4.1.3.2 Forma de Pago (M):					c. Tarjeta de Débito ☐					d. Tarjeta de Crédito ☐											
					e. Transferencia Bancaria ☐					f. Cheque ☐											
4.1.4 Horario:					a. Hora de Ingreso: 24:00					b. Hora de Salida: 24:00											
4.1.5 Atención (u):					a. Todos los días 3					c. Fines de Semana y Feriados 0											
					b. Sólo días hábiles 0					d. Otro. 0 Especifique:											
Observaciones: Es un atractivo de acceso público y no tiene un horario establecido																					
4.2 Temporalidad (M)																					
SI ☐ NO ☐ S/I ☒																					
a. Alta (meses) ☐					Especifique:																
b. Baja (meses) ☐					Especifique:																
Observaciones:																					
4.3 Facilidades para personas con discapacidad (M).																					
SI 3 NO ☐ S/I ☐																					
a. Rampas ☐					b. Baterías Sanitarias adecuadas ☐					c. Personal Calificado ☐											
d. Sistema Braille ☐					e. Otro ☐					Especifique:											
Observaciones:																					

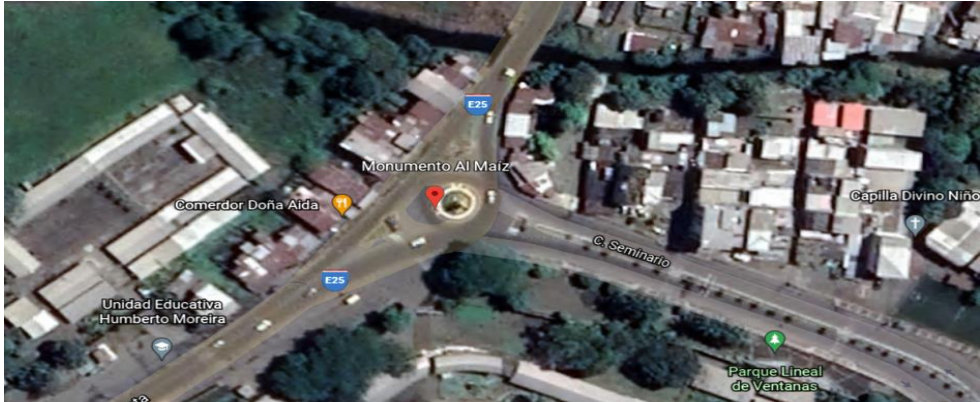
5. CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO TURÍSTICO				SI	☒	NO	☐	S/I	☐
5.1 Acceso (M)				SI	1	NO	☐	S/I	☐
5.1.1 Terrestre (U)	a. Primer Orden	1	Estado (U)	Bueno	☒	Regular	☐	Malo	☐
	b. Segundo Orden	0		Bueno	☐	Regular	☐	Malo	☐
	c. Tercer Orden	0		Bueno	☐	Regular	☐	Malo	☐
5.1.2 Acuático (U)	a. Marítimo	0	Describir:						
	b. Lacustre	0	Describir:						
	c. Fluvial	0	Describir:						
5.1.3 Aéreo		0	Describir:						
Observaciones:									
5.2 Comunicación (M)				SI	☒	NO	☒	S/I	☐
5.2.1 Telefonía (M)		0	a. Fija	☐	b. Móvil	☐	c. Satelital	☐	
5.2.2 Conexión a Internet (M)	1	a. Línea Telefónica	☐	b. Cable	☐	c. Satélite	☐		
		d. Redes inalámbricas	☐	e. LMDS	☐	f. Telefonía Móvil	☐		
5.2.3 Radio Portátil (U)		0	SI	☐	NO	☐			
Observaciones:									
5.3 Señalización (M)				SI	☒	NO	☐	S/I	☐
a. Señalización de aproximación al sitio		2	Estado (U)	Bueno	☐	Regular	☐	Malo	☐
b. Señalética en el sitio		0		Bueno	☐	Regular	☐	Malo	☐
Observaciones:									
5.4. Poblado Urbano Cercano más importante				SI	☒	NO	☐	S/I	☐
5.4.1 Nombre del Poblado Urbano más importante: Centro del cantón									
a. Distancia del atractivo al Poblado urbano más cercano:				5	Km	b. Tiempo de viaje al poblado urbano más cercano:		0:10	horas/ minutos
Observaciones: La distancia y tiempo son aproximados									
5.5. Tipo de Transporte y Frecuencia (M)				SI	☒	NO	☐	S/I	☐
5.5.1 Tipo		5.5.2 Frecuencia							
		a. Diaria	b. Semanal	c. Mensual	d. Eventual				
a. Bus	☒	☒	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
b. Busetas	☒	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
c. Automóvil	☒	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
d. 4x4	☒	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
e. Tren	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
f. Barco	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
g. Lancha / Canoa/ Bote	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
h. Avión	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
i. Avioneta	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
j. Helicóptero	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
k. Otro		☒	Especifique: Trailers y maquinaria de uso agrícola						
Observaciones:									

6. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS			SI	☐	NO	☒	S/I	☐
6.1 Planta Turística (M)			SI	☐	NO	☒	S/I	☐
a. Alojamiento	0	Establecimientos registrados:	0		Habitaciones:	0	Plazas:	0
b. Alimentos y Bebidas	0	Establecimientos registrados:	0		Mesas:	0	Plazas:	0
c. Agencias de viaje/Operadoras	0	Establecimientos Registrados:	0					
d. Intermediación	☐	Especifique:						
e. Transporte o movilización interno	0	Especifique:						
f. Guianza	0	Especifique:						
g. Otros	0	Especifique:						
Observaciones:								
6.2 Facilidades en el entorno al atractivo (M)			SI	0	NO	☒	S/I	☐
6.2.1 Categoría	6.2.2. Tipo (M)	6.2.3 Cant.	6.2.4 Administrador	6.2.5 Coordenadas		6.2.6 Estado (U)		
				a. Lat.	b. Long.	B	R	M
a. De apoyo a la gestión turística ☐	Punto de Información abierto ☐						☐	☐
	Punto de información cerrado ☐						☐	☐
	I-Tur ☐						☐	☐
	Centro de interpretación ☐						☐	☐
	Centro de facilitación turística ☐						☐	☐
	Centro de recepción - equipamiento de visitantes ☐						☐	☐
b. De observación y vigilancia ☐	Miradores ☐						☐	☐
	Torres de avistamiento de aves ☐						☐	☐
	Torres de observación de salvavidas ☐						☐	☐
c. De recorrido y descanso ☐	Senderos ☐						☐	☐
	Estaciones de sombra y descanso ☐						☐	☐
	Áreas de Acampar ☐						☐	☐
	Puentes de acceso a senderos ☐						☐	☐
	Refugio de alta montaña ☐						☐	☐
	Muelle ☐						☐	☐
d. De servicio ☐	Área de servicio de alimentación ☐						☐	☐
	Garitas de guardianía ☐						☐	☐
	Baterías sanitarias ☐						☐	☐
	Estacionamientos ☐						☐	☐
e. Otros ☐	Especifique:							
Observaciones:								
6.3 Complementarios (M)			SI	0	NO	☒	S/I	☐
a. Casa de cambio ☐	b. Alquiler y venta de equipo especializado ☐		c. Venta de Artesanías y merchandising ☐					
f. Cajero automático ☐	e. Taxis ☐	h. Otro ☐	Especifique:					
Observaciones:								

7. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO				SI	☒	NO	☐	S/I	☐
7.1 Atractivo (u)				SI	☒	NO	☐	S/I	☐
a. Conservado	7	b. Alterado	0	c. En proceso de deterioro	0	d. Deteriorado	0		
Observaciones: El monumento esta en constante mantenimiento									
7.1.1 Factores de deterioro (M)				SI	☒	NO	☐	S/I	☐
7.1.1.1 Naturales (M)		7.1.1.2 Antrópicos (M)							
a. Erosión	—	a. Actividades Agrícolas	—	b. Actividades Ganaderas	—	c. Actividades Forestales	—		
b. Humedad	☒	d. Actividades Extractivas / Minería	☐	e. Actividades Industriales	☐	f. Negligencia / Abandono	☐		
c. Desastres Naturales	—	g. Huaquearía	—	h. Conflicto de tenencia	—	i. Condiciones de uso y exposición	—		
d. Flora/Fauna	—	j. Escaso o nulo mantenimiento	—	k. Contaminación del Ambiente	—	l. Generación de residuos	—		
e. Clima	☒	m. Expansión urbana	—	n. Conflicto Político / Social	—	o. Desarrollo Industrial /	—		
Otro	—	Especifique:							
Observaciones:									
7.2 Entorno (500 m) (u)				SI	☐	NO	☐	S/I	☒
a. Conservado	0	b. Alterado	0	c. En proceso de deterioro	0	d. Deteriorado	0		
Observaciones:									
7.2.1 Factores de deterioro (M)				SI	☐	NO	☐	S/I	☒
7.2.1.1 Naturales (M)		7.2.1.2 Antrópicos (M)							
a. Erosión	—	a. Actividades Agrícolas	—	b. Actividades Ganaderas	—	c. Actividades Forestales	—		
b. Humedad	—	d. Actividades Extractivas / Minería	—	e. Actividades Industriales	—	f. Negligencia / Abandono	—		
c. Desastres Naturales	—	g. Huaquearía	—	h. Conflicto de tenencia	—	i. Condiciones de uso y exposición	—		
d. Flora/Fauna	—	j. Falta de mantenimiento	—	k. Contaminación del Ambiente	—	l. Generación de residuos	—		
e. Clima	—	m. Expansión urbana	—	n. Conflicto Político / Social	—	o. Desarrollo Industrial /	—		
Otro	—	Especifique:							
Observaciones:									
7.3 Armonía con el paisaje natural o cultural que lo rodea				SI	☐	NO	☒	S/I	☐
a. El atractivo guarda armonía con el entorno (u)	SI	0	NO	☐					
Observaciones: El tráfico que rodea al monumento es un gran contaminante visual									
7.4. Declaratoria del Atractivo /Espacio/Destino				SI	0	NO	☒	S/I	☐
a. Denominación:	b. Fecha de declaración:		c. Alcance:						
Observaciones:									
7.5 Amenazas Naturales (M)				SI	☒	NO	☐	S/I	☐
7.5.1 Geológicas (M)			7.5.2 Meteorológicas (M)						
a. Sismos	☒		a. Huracanes						
b. Erupciones volcánicas	☐		b. Deslizamientos						
c. Movimientos en masa-deslizamientos	☐		c. Marejadas						
d. Fallas Geológicas	☐		d. Inundaciones						
Otro	☐	Especifique:							
Observaciones:									

8. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA		SI	☒	NO	☐	S/I	☐
8.1 Agua (M)		SI	0	NO	☒	S/I	☐
a. Potable	☐	b. Pozo	☐	c. Tanquero	☐		
d. Entubada	☐	e. Río, vertiente, acequia o canal	☐	f. Lluvia	☐		
g. Otro	☐	Especifique:					
Observaciones:							
8.2 Energía Eléctrica (M)		SI	2	NO	☐	S/I	☐
a. Red de empresa eléctrica de Servicio Público:	☐	b. Panel Solar	☐	c. Generador de corriente eléctrica	☐		
d. Otro	☐	Especifique:					
Observaciones:							
8.3 Servicio de Alcantarillado (M)		SI	0	NO	☒	S/I	☐
a. Red Pública	☐	b. Pozo Ciego	☐	c. Pozo Séptico	☐	d. Con descarga directa al mar, río o quebrada	☐
e. Letrina	☐	f. Otro	☐	Especifique:			
Observaciones:							
8.4 Gestión de residuos generados por la actividad turística (M)		SI	0	NO	☒	S/I	☐
a. Manejo de desechos (SR)	☐	b. Carro Recolector	☐	c. Terreno baldío o quebrada	☐	d. Quema de basura	☐
e. Basura arrojada al río, acequia o canal	☐	f. Basura enterrada	☐	g. Otro	☐	Especifique:	
Observaciones:							
8.5 Salud (más cercano) (M)		SI	1	NO	☐	S/I	☐
a. Hospital o Clínica	3	b. Puesto / Centro de salud	0	c. Dispensario Médico	0	d. Personal Capacitado en primeros auxilios y botiquín	0
Observaciones:							
8.6 Seguridad (M)		SI	2	NO	☐	S/I	☐
a. Privada	☐	b. Policía Nacional	☒	c. Policía Metropolitana / Municipal	☐		
d. Otra	☐	Especifique:					
Observaciones: UPC Ventanas							
9. POLÍTICAS Y REGULACIONES		SI	☐	NO	☐	S/I	☒
9.1. El atractivo se halla dentro de la planificación turística territorial (GAD'S) (U):		SI	0	NO	☐	Especifique:	
9.2. Se cumple con la normativa para actividades que se practican en el atractivo (U):		SI	0	NO	☐	Especifique:	
9.3. Nombre del Administrador:							
9.4. Tipo de Administrador (U)							
a. Público	☒	b. Privado	☐	c. Comunitario	☐	d. Otro	☐
Especifique:							
9.5. Contacto							
a. Nombre:		b. Teléfono/Celular:					
c. Correo Electrónico:		d. Página WEB:					
Observaciones:							

10. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (u)		SI	☐	NO	☒	S/I	☐
10.1 ATRACTIVOS NATURALES (M)		SI	☐	NO	☒	S/I	☐
10.1.1 En el Agua (M)		SI	☐	NO	☒	S/I	☐
a. Buceo	☐	b. Kayak de mar / lacustre	☐	c. Kayak de Río	☐		
d. Kite Surf	☐	e. Rafting	☐	f. Snorkel	☐		
g. Surf	☐	h. Tubing	☐	i. Regata	☐		
j. Paseo en Panga / Bote / Lancha	☐	k. Paseo en Moto Acuática / Parasailing / Esquí	☐	l. Banana / Inflables	☐		
m. Pesca Deportiva	☐	n. Otro	☐	Especifique:			
Observaciones:							
10.1.2 En el Aire (M)		SI	☐	NO	☒	S/I	☐
a. Alas Delta	☐	b. Canopy	☐	c. Parapente	☐	d. Otro	☐
Especifique:							
Observaciones:							
10.1.3 En Superficie Terrestre (M)		SI	☐	NO	☒	S/I	☐
a. Montañismo	☐	b. Escalada	☐	c. Senderismo	☐		
d. Cicloturismo	☐	e. Canyoning	☐	f. Exploración de cuevas	☐		
g. Actividades Recreativas	☐	h. Cabalgata	☐	i. Caminata	☐		
j. Camping	☐	k. Pícnic	☐	l. Observación de flora y fauna	☐		
m. Fotografía	☐	n. Otro	☐	Especifique:			
Observaciones:							
10.2 ATRACTIVOS CULTURALES (u)		SI	☒	NO	☐	S/I	☐
10.2.1 Tangibles (M)		SI	☒	NO	☐	S/I	☐
a. Recorridos Guiados / Autoguiados	☐	b. Exposiciones Temáticas Permanentes, Temporales y	☐	c. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales.	☐		
d. Presentaciones Representaciones en vivo	☐	e. Muestras Audiovisuales	☐	f. Actividades Vivenciales y/o Lúdicas	☐		
g. Fotografía	☐	h. Información del lugar	☐	i. Visita a Talleres	☐		
j. Otro	☐	Especifique:					
Observaciones:							
10.2.2 Intangibles (M)		SI	☐	NO	☒	S/I	☐
10.2.2.1. Origen:	a. Ancestral	☐	b. Histórico	☐	c. Contemporáneo	☐	
10.2.2.2. Simbolismo:	10.2.2.3. Fecha de celebración:						
10.2.2.4. Periodicidad:	a. Anual	☐	b. Ocasional	☐	c. Otro	☐	
10.2.2.5. Portadores:	a. Individuos	☐	b. Colectivos	☐	c. Instituciones	☐	
10.2.2.6. Mantiene Costumbres y tradiciones:	SI	☐	NO	☐			
10.2.2.7. Características Específicas distintivas:							
10.2.2.8. Existe Información al respecto del Evento:	SI	☐	NO	☐			
10.2.2.9. Nivel de Organización:	a. Bueno	☐	b. Regular	☐	c. Malo	☐	
Observaciones:							
11. DIFUSIÓN Y MEDIOS DE PROMOCIÓN DEL ATRACTIVO		SI	☒	NO	☐	S/I	☐
11.1. Nivel de difusión del atractivo (u)		SI	☒	NO	☐	S/I	☐
a. Local	☐	b. Regional	☐	c. Nacional	☐	d. Internacional	☐
Observaciones:							
11.2. Medios de Promoción del Atractivo (M)		SI	☐	NO	☐	S/I	☐
a. Página WEB	☐	URL:					
b. Red Social	☐	Nombre: Facebook - Municipalidad Ventanas					
c. Revistas Especializadas	☐	Nombre:					
d. Material POP	☐	Nombre:					
e. Oficina de Información Turística	☐	Nombre:					
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa)	☐	Especifique:					
g. Otro	☐	Especifique:					
Observaciones:							
11.3. Asociación con otros Atractivos (mínimo 4)		SI	☐	NO	☒	S/I	☐
a. Nombre del atractivo	b. Distancia (km)	c. Tiempo (h/m aprox.)	d. Coordenadas Geográficas				
			1. Latitud (grados decimales)		2. Longitud (grados decimales)		
Observaciones:							

12. TIPO DE VISITANTE Y AFLUENCIA (M)		SI	☒	NO	☐	S/I	☐
12.1 Afluencia (M)	12.2 Tipo (U)	12.3 Frecuencia (U)					
a. Local 1	a. Turista 0 b. Excursionista 0,3	a. Alta 0	b. Media 0,3	c. Baja 0			
b. Nacional 1	a. Turista 0 b. Excursionista 0,5	a. Alta 0	b. Media 0	c. Baja 0,2			
c. Extranjera 0	a. Turista 0 b. Excursionista 0	a. Alta 0	b. Media 0	c. Baja 0			
Observaciones:							
13. RECURSO HUMANO		SI	☐	NO	☒	S/I	☐
13.1. Personal especializado en turismo (u):		SI	☐	No	☒	Especifique:	
13.2. Nivel de instrucción (u)							
Primaria 0 Secundaria 0 Tercer Nivel 0 Cuarto Nivel 0 Otro 0 Especifique:							
13.3 Manejo de Idiomas (M)							
a. Inglés 0	b. Alemán 0	c. Francés 0	d. Italiano 0	e. Chino 0	f. Otro 0		
Observaciones:							
14. DESCRIPCION DEL ATRACTIVO		SI	☒	NO	☐	S/I	☐
El monumento a la mazorca se encuentra en la entrada del cantón mas conocida como la Y, tiene una altura aproximada de 11 metros de alto, la estructura de la mazorca fue elaborada con hormigón armado, la importancia de este monumento es que ayuda a identificar al cantón como la "Capital Maicera del Ecuador".							
15. ANEXOS		SI	☐	NO	☐	S/I	☐
a. Archivo Fotográfico (dos)							
							
Fuente: Gad Municipal Ventanas							
c. Ubicación gráfica del Atractivo							
							
Fuente: Google Earth							
FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)							
ELABORADO POR:		VALIDADO POR:		APROBADO POR:			
Apellido y Nombre	Cherrez Oales Maria Natividad	Apellido y Nombre		Apellido y Nombre			
Institución	Universidad Técnica Estatal de Quevedo	Institución		Institución			
Cargo	Estudiante	Cargo		Cargo			
Correo Electrónico	maria.cherrez2016@uteq.edu.ec	Correo Electrónico		Correo Electrónico			
Teléfono	990935356	Teléfono		Teléfono			
Firma		Firma		Firma			
Fecha	07/09/2021	Fecha		Fecha			

Anexo 1 Ficha técnica del atractivo turístico monumento al Maíz

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																	
Código del atractivo:	1	2	0	7	5	0	M	C	0	1	0	6	0	2	0	0	2
	Provincia		Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo		
1. DATOS GENERALES																	
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																	
Monumento al Montubio																	
1.2 Categoría						1.3 Tipo						1.4 Subtipo					
MANIFESTACIONES CULTURALES						ARQUITECTURA						MONUMENTOS					
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO TURÍSTICO																	
2.1 Provincia						2.2 Cantón						2.3 Parroquia					
LOS RÍOS						VENTANAS						VENTANAS (CAB. CANTONAL)					
2.4 Calle Principal						2.5 Número						2.6 Transversal					
6 de Octubre												10 de Agosto					
2.7 Barrio, Sector o Comuna						2.8 Sitio poblado más cercano											
13 de Abril																	
2.9 Latitud (grados decimales)						2.10 Longitud (grados decimales) Click						2.11 Altura (msnm)					
-1.443644						-79.466664						24 msnm					
2.12 Inmerso en Espacio Turístico						SI ☒ NO ☐ S/I ☐											
2.12.1 Nombre del Espacio Turístico:						Parque 13 de Abril											
Observaciones:																	
3. CARACTERÍSTICAS CLIMATOLÓGICAS SI ☒ NO ☐ S/I ☐																	
3.1. Clima Tropical						3.2 Temperatura(°C) 24 - 26						3.3 Precipitación Pluviométrica (mm)					
4. ACCESIBILIDAD AL ATRACTIVO TURÍSTICO SI ☐ NO ☐ S/I ☐																	
4.1 Tipo de Ingreso (U) SI ☐ NO ☐ S/I ☐																	
4.1.1 Libre (Continuar 4.1.4) 3						4.1.2 Restringido (Continua observaciones) 0						4.1.3 Pagado (Continuar siguiente) 0					
4.1.3.1 Precio (Tarifa mínima y máxima):						a. Desde \$ 0						b. Hasta \$ 0					
						a. Efectivo ☐						b. Dinero Electrónico ☐					
4.1.3.2 Forma de Pago (M):						c. Tarjeta de Débito ☐						d. Tarjeta de Crédito ☐					
						e. Transferencia Bancaria ☐						f. Cheque ☐					
4.1.4 Horario:						a. Hora de Ingreso: 24:00						b. Hora de Salida: 24:00					
4.1.5 Atención (U):						a. Todos los días 3						c. Fines de Semana y Feriados 0					
						b. Sólo días hábiles 0						d. Otro. 0 Especifique:					
Observaciones: Se encuentra abierto las 24 horas con libre acceso																	
4.2 Temporalidad (M) SI ☒ NO ☐ S/I ☐																	
a. Alta (meses) ☐						Especifique: Noviembre - Diciembre											
b. Baja (meses) ☐						Especifique: Enero - Octubre											
Observaciones: Los fines de semana es muy concurrido																	
4.3 Facilidades para personas con discapacidad (M). SI ☒ NO ☐ S/I ☐																	
a. Rampas ☐						b. Baterías Sanitarias adecuadas ☐						c. Personal Calificado ☐					
d. Sistema Braille ☐						e. Otro ☐						Especifique:					
Observaciones:																	

5. CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO TURÍSTICO		SI	☒	NO	☐	S/I	☐
5.1 Acceso (M)		SI	1	NO	☐	S/I	☐
5.1.1 Terrestre (U)	a. Primer Orden	1	Estado (U)	Bueno	☐	Regular	☐
	b. Segundo Orden	0		Bueno	☐	Regular	☐
	c. Tercer Orden	0		Bueno	☐	Regular	☐
5.1.2 Acuático (U)	a. Marítimo	0	Describir:				
	b. Lacustre	0	Describir:				
	c. Fluvial	0	Describir:				
5.1.3 Aéreo		0	Describir:				
Observaciones:							
5.2 Comunicación (M)		SI	☒	NO	☐	S/I	☐
5.2.1 Telefonía (M)	0	a. Fija	☐	b. Móvil	☐	c. Satelital	☐
5.2.2 Conexión a Internet (M)	1	a. Línea Telefónica	☐	b. Cable	☐	c. Satélite	☐
		d. Redes inalámbricas	☐	e. LMDS	☐	f. Telefonía Móvil	☐
5.2.3 Radio Portátil (U)	0	SI	☐	NO	☐		
Observaciones:							
5.3 Señalización (M)		SI	☒	NO	☐	S/I	☐
a. Señalización de aproximación al sitio	2	Estado (U)	Bueno	☐	Regular	☐	Malo
b. Señalética en el sitio	0		Bueno	☐	Regular	☐	Malo
Observaciones:							
5.4. Poblado Urbano Cercano más importante		SI	☒	NO	☐	S/I	☐
5.4.1 Nombre del Poblado Urbano más importante: Centro del catón Ventanas							
a. Distancia del atractivo al Poblado urbano más cercano:		10	Km	b. Tiempo de viaje al poblado urbano más cercano:		0:10	horas/ minutos
Observaciones: La distncia y el tiempo es un aproximado							
5.5. Tipo de Transporte y Frecuencia (M)		SI	☒	NO	☐	S/I	☐
5.5.1 Tipo	5.5.2 Frecuencia						
	a. Diaria	b. Semanal	c. Mensual	d. Eventual			
a. Bus	☐	☐	☐	☐			
b. Busetas	☒	☐	☐	☐			
c. Automóvil	☒	☐	☐	☐			
d. 4x4	☐	☐	☐	☐			
e. Tren	☐	☐	☐	☐			
f. Barco	☐	☐	☐	☐			
g. Lancha / Canoa/ Bote	☐	☐	☐	☐			
h. Avión	☐	☐	☐	☐			
i. Avioneta	☐	☐	☐	☐			
j. Helicóptero	☐	☐	☐	☐			
k. Otro	☐	Especifique:					
Observaciones:							

6. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS		SI	☒	NO	☐	S/I	☐	
6.1 Planta Turística (M)		SI	☒	NO	☐	S/I	☐	
a. Alojamiento	0	Establecimientos registrados:	0	Habitaciones:	0	Plazas:	0	
b. Alimentos y Bebidas	2	Establecimientos registrados:	3	Mesas:	5	Plazas:	10	
c. Agencias de viaje/Operadoras	0	Establecimientos Registrados:	0					
d. Intermediación	☐	Especifique:						
e. Transporte o movilización interno	0	Especifique:						
f. Guianza	0	Especifique:						
g. Otros	0	Especifique:						
Observaciones:								
6.2 Facilidades en el entorno al atractivo (M)		SI	0	NO	☒	S/I	☐	
6.2.1 Categoría	6.2.2. Tipo (M)	6.2.3 Cant.	6.2.4 Administrador	6.2.5 Coordenadas		6.2.6 Estado (U)		
				a. Lat.	b. Long.	B	R	M
a. De apoyo a la gestión turística ☐	Punto de Información abierto ☐					☐	☐	☐
	Punto de información cerrado ☐					☐	☐	☐
	I-Tur ☐					☐	☐	☐
	Centro de interpretación ☐					☐	☐	☐
	Centro de facilitación turística ☐					☐	☐	☐
	Centro de recepción - equipamiento de visitantes ☐					☐	☐	☐
b. De observación y vigilancia ☐	Miradores ☐					☐	☐	☐
	Torres de avistamiento de aves ☐					☐	☐	☐
	Torres de observación de salvavidas ☐					☐	☐	☐
c. De recorrido y descanso ☐	Senderos ☐					☐	☐	☐
	Estaciones de sombra y descanso ☐					☐	☐	☐
	Áreas de Acampar ☐					☐	☐	☐
	Puentes de acceso a senderos ☐					☐	☐	☐
	Refugio de alta montaña ☐					☐	☐	☐
	Muelle ☐					☐	☐	☐
d. De servicio ☐	Área de servicio de alimentación ☐					☐	☐	☐
	Garitas de guardianía ☐					☐	☐	☐
	Baterías sanitarias ☐					☐	☐	☐
	Estacionamientos ☐					☐	☐	☐
e. Otros ☐	Especifique:							
Observaciones:								
6.3 Complementarios (M)		SI	3	NO	☐	S/I	☐	
a. Casa de cambio ☐	b. Alquiler y venta de equipo especializado ☐	c. Venta de Artesanías y merchandising ☐						
f. Cajero automático ☐	e. Taxis ☐	h. Otro ☐	Especifique:					
Observaciones:								

7. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO				SI	☒	NO	☐	S/I	☐
7.1 Atractivo (U)				SI	☒	NO	☐	S/I	☐
a. Conservado	7	b. Alterado	0	c. En proceso de deterioro	0	d. Deteriorado	0		
Observaciones:									
7.1.1 Factores de deterioro (M)				SI	☒	NO	☐	S/I	☐
7.1.1.1 Naturales (M)		7.1.1.2 Antrópicos (M)							
a. Erosión	☐	a. Actividades Agrícolas	☐	b. Actividades Ganaderas	☐	c. Actividades Forestales	☐		
b. Humedad	☒	d. Actividades Extractivas / Minería	☐	e. Actividades Industriales	☐	f. Negligencia / Abandono	☒		
c. Desastres Naturales	☐	g. Huaquearía	☐	h. Conflicto de tenencia	☐	i. Condiciones de uso y exposición	☐		
d. Flora/Fauna	☒	j. Escaso o nulo mantenimiento	☒	k. Contaminación del Ambiente	☐	l. Generación de residuos	☐		
e. Clima	☒	m. Expansión urbana	☐	n. Conflicto Político / Social	☐	o. Desarrollo Industrial /	☐		
Otro	☐	Especifique:							
Observaciones:									
7.2 Entorno (500 m) (U)				SI	☒	NO	☐	S/I	☐
a. Conservado	4	b. Alterado	0	c. En proceso de deterioro	0	d. Deteriorado	0		
Observaciones:									
7.2.1 Factores de deterioro (M)				SI	☒	NO	☐	S/I	☐
7.2.1.1 Naturales (M)		7.2.1.2 Antrópicos (M)							
a. Erosión	☐	a. Actividades Agrícolas	☐	b. Actividades Ganaderas	☐	c. Actividades Forestales	☐		
b. Humedad	☒	d. Actividades Extractivas / Minería	☐	e. Actividades Industriales	☐	f. Negligencia / Abandono	☒		
c. Desastres Naturales	☐	g. Huaquearía	☐	h. Conflicto de tenencia	☐	i. Condiciones de uso y exposición	☐		
d. Flora/Fauna	☐	j. Falta de mantenimiento	☒	k. Contaminación del Ambiente	☐	l. Generación de residuos	☐		
e. Clima	☒	m. Expansión urbana	☐	n. Conflicto Político / Social	☐	o. Desarrollo Industrial /	☐		
Otro	☐	Especifique:							
Observaciones:									
7.3 Armonía con el paisaje natural o cultural que lo rodea				SI	☒	NO	☐	S/I	☐
a. El atractivo guarda armonía con el entorno (U)	SI	2	NO	☐					
Observaciones:									
7.4. Declaratoria del Atractivo /Espacio/Destino				SI	0	NO	☐	S/I	☒
a. Denominación:	b. Fecha de declaración:		c. Alcance:						
Observaciones:									
7.5 Amenazas Naturales (M)				SI	☒	NO	☐	S/I	☐
7.5.1 Geológicas (M)			7.5.2 Meteorológicas (M)						
a. Sismos	☐		a. Huracanes ☐						
b. Erupciones volcánicas	☐		b. Deslizamientos ☐						
c. Movimientos en masa-deslizamientos	☐		c. Marejadas ☐						
d. Fallas Geológicas	☐		d. Inundaciones ☒						
Otro	☐		Especifique:						
Observaciones:									

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

10. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U)		SI	☐	NO	☒	S/I	☐
10.1 ATRACTIVOS NATURALES (M)		SI	☐	NO	☒	S/I	☐
10.1.1 En el Agua (M)		SI	0	NO	☒	S/I	☐
a. Buceo	☐	b. Kayak de mar / lacustre	☐	c. Kayak de Río	☐		
d. Kite Surf	☐	e. Rafting	☐	f. Snorkel	☐		
g. Surf	☐	h. Tubing	☐	i. Regata	☐		
j. Paseo en Panga / Bote / Lancha	☐	k. Paseo en Moto Acuática / Parasailing / Esquí	☐	l. Banana / Inflables	☐		
m. Pesca Deportiva	☐	n. Otro	☐	Especifique:			
Observaciones:							
10.1.2 En el Aire (M)		SI	0	NO	☒	S/I	☐
a. Alas Delta	☐	b. Canopy	☐	c. Parapente	☐	d Otro	☐
Especifique:							
Observaciones:							
10.1.3 En Superficie Terrestre (M)		SI	0	NO	☒	S/I	☐
a. Montañismo	☐	b. Escalada	☐	c. Senderismo	☐		
d. Cicloturismo	☐	e. Canyoning	☐	f. Exploración de cuevas	☐		
g. Actividades Recreativas	☐	h. Cabalgata	☐	i. Caminata	☐		
j. Camping	☐	k. Pícnico	☐	l. Observación de flora y fauna	☐		
m. Fotografía	☐	n. Otro	☐	Especifique:			
Observaciones:							
10.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U)		SI	☒	NO	☐	S/I	☐
10.2.1 Tangibles (M)		SI	☒	NO	☐	S/I	☐
a. Recorridos Guiados / Autoguiados	0	b. Exposiciones Temáticas Permanentes, Temporales y	0	c. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales.	0		
d. Presentaciones o Representaciones en vivo	0	e. Muestras Audiovisuales	0	f. Actividades Vivenciales y/o Lúdicas	0		
g. Fotografía	0,5	h. Información del lugar	0	i. Visita a Talleres	0		
j. Otro	0	Especifique:					
Observaciones:							
10.2.2 Intangibles (M)		SI	☐	NO	☒	S/I	☐
10.2.2.1. Origen:	a. Ancestral	☐	b. Histórico	☐	c. Contemporáneo	☐	
10.2.2.2. Simbolismo:	10.2.2.3. Fecha de celebración:						
10.2.2.4. Periodicidad:	a. Anual	☐	b. Ocasional	☐	c. Otro	☐	
10.2.2.5. Portadores:	a. Individuos	☐	b. Colectivos	☐	c. Instituciones	☐	
10.2.2.6. Mantiene Costumbres y tradiciones:	SI	0	NO	☐			
10.2.2.7. Características Específicas distintivas:							
10.2.2.8. Existe Información al respecto del Evento:	SI	0	NO	☐			
10.2.2.9. Nivel de Organización:	a. Bueno	0	b. Regular	0	c. Malo	0	
Observaciones:							

11. DIFUSIÓN Y MEDIOS DE PROMOCIÓN DEL ATRACTIVO					SI	☒	NO	☐	S/I	☐
11.1. Nivel de difusión del atractivo (u)					SI	☐	NO	☐	S/I	☐
a. Local		b. Regional		c. Nacional		d. Internacional				
1		0		0		0				
Observaciones:										
11.2. Medios de Promoción del Atractivo (m)					SI	☒	NO	☐	S/I	☐
a. Página WEB		URL:								
b. Red Social		Nombre:		Facebook - Municipalidad de Ventanas						
c. Revistas Especializadas		Nombre:								
d. Material POP		Nombre:								
e. Oficina de Información Turística		Nombre:								
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa)		Especifique:								
g. Otro		Especifique:								
Observaciones:										
11.3. Asociación con otros Atractivos (mínimo 4)					SI	☐	NO	☐	S/I	☐
a. Nombre del atractivo		b. Distancia (km)		c. Tiempo (h/m aprox.)		d. Coordenadas Geográficas				
						1. Latitud (grados decimales)				
						2. Longitud (grados decimales)				
Observaciones:										
12. TIPO DE VISITANTE Y AFLUENCIA (M)					SI	☒	NO	☐	S/I	☐
12.1 Afluencia (M)		12.2 Tipo (U)		12.3 Frecuencia (U)						
a. Local		a. Turista		b. Excursionista		a. Alta		b. Media		c. Baja
0,8		0		0,3		0,5		0		0
b. Nacional		a. Turista		b. Excursionista		a. Alta		b. Media		c. Baja
0,7		0		0,5		0		0		0,2
c. Extranjera		a. Turista		b. Excursionista		a. Alta		b. Media		c. Baja
0		0		0		0		0		0
Observaciones:										
13. RECURSO HUMANO					SI	☐	NO	☒	S/I	☐
13.1. Personal especializado en turismo (u):					SI	☐	No	☐	Especifique:	
13.2. Nivel de instrucción (u)										
Primaria		Secundaria		Tercer Nivel		Cuarto Nivel		Otro		Especifique:
0		0		0		0		0		
13.3 Manejo de Idiomas (M)										
a. Inglés		b. Alemán		c. Francés		d. Italiano		e. Chino		f. Otro
☐		☐		☐		☐		☐		☐
Observaciones:										
14. DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO					SI	☒	NO	☐	S/I	☐
El monumento al montubio es un homenaje a los trabajadores del campo, este se encuentra en el parque 13 de Abril, quien les da la bienvenida a los visitantes ya que se encuentra ubicado en la entrada del puente nuevo.										
15. ANEXOS					SI	☒	NO	☐	S/I	☐
a. Archivo Fotográfico (des)										
										
Fuente: María Chérrez (2021)										
c. Ubicación gráfica del Atractivo										
										
Fuente: Google Earth										
FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)										
ELABORADO POR:			VALIDADO POR:			APROBADO POR:				
Apellido y Nombre			Apellido y Nombre			Apellido y Nombre				
Chérrez María										
Institución			Institución			Institución				
Universidad Técnica Estatal de Quevedo										
Cargo			Cargo			Cargo				
Estudiante										
Correo Electrónico			Correo Electrónico			Correo Electrónico				
maria.cherez2016@uteqa.edu.ec										
Teléfono			Teléfono			Teléfono				
Firma			Firma			Firma				
Fecha			Fecha			Fecha				
10/09/2021										

Anexo 2 Ficha técnica del atractivo turístico monumento al Montubio

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																	
Código del atractivo:	1	2	0	7	5	0	M	C	0	1	0	7	0	2	0	0	3
	Provincia		Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo		
1. DATOS GENERALES																	
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																	
Parque central del cantón Ventanas																	
1.2 Categoría				1.3 Tipo				1.4 Subtipo									
MANIFESTACIONES_CULTURALES				ARQUITECTURA				ESPACIO PÚBLICO									
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO TURÍSTICO																	
2.1 Provincia				2.2 Cantón				2.3 Parroquia									
LOS_RÍOS				VENTANAS				VENTANAS (CAB. CANTONAL)									
2.4 Calle Principal				2.5 Número				2.6 Transversal									
10 de Agosto								9 de Octubre									
2.7 Barrio, Sector o Comuna				2.8 Sitio poblado más cercano													
Centro																	
2.9 Latitud (grados decimales)				2.10 Longitud (grados decimales) Click				2.11 Altura (msnm)									
-1.44278892				-79.46139168													
2.12 Inmerso en Espacio Turístico				SI ☐				NO ☒				S/I ☐					
2.12.1 Nombre del Espacio Turístico:																	
Observaciones:																	
3. CARACTERÍSTICAS CLIMATOLÓGICAS SI ☒ NO ☐ S/I ☐																	
3.1. Clima Tropical				3.2 Temperatura(°C) 24 - 26				3.3 Precipitación Pluviométrica (mm)									
4. ACCESIBILIDAD AL ATRACTIVO TURÍSTICO SI ☒ NO ☐ S/I ☐																	
4.1 Tipo de Ingreso (u)				SI ☒				NO ☐				S/I ☐					
4.1.1 Libre (Continuar 4.1.4) 3				4.1.2 Restringido (Continua observaciones) 0				4.1.3 Pagado (Continuar siguiente) 0									
4.1.3.1 Precio (Tarifa mínima y máxima):				a. Desde \$ 0				b. Hasta \$ 0									
4.1.3.2 Forma de Pago (M):				a. Efectivo ☐				b. Dinero Electrónico ☐									
				c. Tarjeta de Débito ☐				d. Tarjeta de Crédito ☐									
				e. Transferencia Bancaria ☐				f. Cheque ☐									
4.1.4 Horario:				a. Hora de Ingreso: 24:00				b. Hora de Salida: 24:00									
4.1.5 Atención (u):				a. Todos los días 3				c. Fines de Semana y Feriados 0									
				b. Sólo días hábiles 0				d. Otro. 0 Especifique:									
Observaciones: El lugar es de acceso publico y no tiene horario establecido																	
4.2 Temporalidad (M) SI ☒ NO ☐ S/I ☐																	
a. Alta (meses) ☒				Especifique: Noviembre - Diciembre													
b. Baja (meses) ☐				Especifique:													
Observaciones: Mantiene una afluencia alta los fines de semana																	
4.3 Facilidades para personas con discapacidad (M). SI 3 NO ☐ S/I ☐																	
a. Rampas ☒				b. Baterías Sanitarias adecuadas ☐				c. Personal Calificado ☐									
d. Sistema Braille ☐				e. Otro ☐				Especifique:									
Observaciones:																	

5. CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO TURÍSTICO				SI	☒	NO	☐	S/I	☐
5.1 Acceso (M)				SI	1	NO	☐	S/I	☐
5.1.1 Terrestre (U)	a. Primer Orden	1	Estado (U)	Bueno	☒	Regular	☐	Malo	☐
	b. Segundo Orden	0		Bueno	☐	Regular	☐	Malo	☐
	c. Tercer Orden	0		Bueno	☐	Regular	☐	Malo	☐
5.1.2 Acuático (U)	a. Marítimo	0	Describir:						
	b. Lacustre	0	Describir:						
	c. Fluvial	0	Describir:						
5.1.3 Aéreo		0	Describir:						
Observaciones:									
5.2 Comunicación (M)				SI	☒	NO	☐	S/I	☐
5.2.1 Telefonía (M)		0	a. Fija	☐	b. Móvil	☐	c. Satelital	☐	
5.2.2 Conexión a Internet (M)	1	a. Línea Telefónica	☐	b. Cable	☐	c. Satélite	☐		
		d. Redes inalámbricas	☒	e. LMDS	☐	f. Telefonía Móvil	☐		
5.2.3 Radio Portátil (U)		0	SI	☐	NO	☒			
Observaciones:									
5.3 Señalización (M)				SI	☒	NO	☐	S/I	☐
a. Señalización de aproximación al sitio		2	Estado (U)	Bueno	☒	Regular	☐	Malo	☐
b. Señalética en el sitio		1		Bueno	☒	Regular	☐	Malo	☐
Observaciones:									
5.4. Poblado Urbano Cercano más importante				SI	☒	NO	☐	S/I	☐
5.4.1 Nombre del Poblado Urbano más importante: Puebloviejo									
a. Distancia del atractivo al Poblado urbano más cercano:				20	Km	b. Tiempo de viaje al poblado urbano más cercano:		15	horas/ minutos
Observaciones: La distancia y el tiempo son un aproximado									
5.5. Tipo de Transporte y Frecuencia (M)				SI	☒	NO	☐	S/I	☐
5.5.1 Tipo	5.5.2 Frecuencia								
	a. Diaria		b. Semanal		c. Mensual		d. Eventual		
a. Bus	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	
b. Busetas	☒	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	
c. Automóvil	☒	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	
d. 4x4	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	
e. Tren	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	
f. Barco	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	
g. Lancha / Canoa/ Bote	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	
h. Avión	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	
i. Avioneta	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	
j. Helicóptero	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	
k. Otro		☒	Especifique: Bicicletas						
Observaciones:									

6. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS				SI	☐	NO	☒	S/I	☐
6.1 Planta Turística (M)				SI	☐	NO	☒	S/I	☐
a. Alojamiento	0	Establecimientos registrados:	0	Habitaciones:	0	Plazas:	0		
b. Alimentos y Bebidas	0	Establecimientos registrados:	0	Mesas:	0	Plazas:	0		
c. Agencias de viaje/Operadoras	0	Establecimientos Registrados:	0						
d. Intermediación	☐	Especifique:							
e. Transporte o movilización interno	0	Especifique:							
f. Guianza	0	Especifique:							
g. Otros	0	Especifique:							
Observaciones:									
6.2 Facilidades en el entorno al atractivo (M)				SI	0	NO	☒	S/I	☐
6.2.1 Categoría	6.2.2. Tipo (M)	6.2.3 Cant.	6.2.4 Administrador	6.2.5 Coordenadas		6.2.6 Estado (U)			
				a. Lat.	b. Long.	B	R	M	
a. De apoyo a la gestión turística ☐	Punto de Información abierto ☐					☐	☐	☐	
	Punto de información cerrado ☐					☐	☐	☐	
	I-Tur ☐					☐	☐	☐	
	Centro de interpretación ☐					☐	☐	☐	
	Centro de facilitación turística ☐					☐	☐	☐	
	Centro de recepción - equipamiento de visitantes ☐					☐	☐	☐	
b. De observación y vigilancia ☐	Miradores ☐					☐	☐	☐	
	Torres de avistamiento de aves ☐					☐	☐	☐	
	Torres de observación de salvavidas ☐					☐	☐	☐	
c. De recorrido y descanso ☐	Senderos ☐					☐	☐	☐	
	Estaciones de sombra y descanso ☐					☐	☐	☐	
	Áreas de Acampar ☐					☐	☐	☐	
	Puentes de acceso a senderos ☐					☐	☐	☐	
	Refugio de alta montaña ☐					☐	☐	☐	
	Muelle ☐					☐	☐	☐	
d. De servicio ☐	Área de servicio de alimentación ☐					☐	☐	☐	
	Garitas de guardianía ☐					☐	☐	☐	
	Baterías sanitarias ☐					☐	☐	☐	
	Estacionamientos ☐					☐	☐	☐	
e. Otros ☐	Especifique:								
Observaciones:									
6.3 Complementarios (M)				SI	3	NO	☐	S/I	☐
a. Casa de cambio ☐	b. Alquiler y venta de equipo especializado ☐		c. Venta de Artesanías y merchandising ☐						
f. Cajero automático ☐	e. Taxis ☐	h. Otro ☐	Especifique:						
Observaciones:									

7. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO				SI	☒	NO	☐	S/I	☐
7.1 Atractivo (u)				SI	☒	NO	☐	S/I	☐
a. Conservado	7	b. Alterado	0	c. En proceso de deterioro	0	d. Deteriorado	0		
Observaciones:									
7.1.1 Factores de deterioro (M)				SI	☒	NO	☐	S/I	☐
7.1.1.1 Naturales (M)		7.1.1.2 Antrópicos (M)							
a. Erosión	—	a. Actividades Agrícolas	—	b. Actividades Ganaderas	—	c. Actividades Forestales	—		
b. Humedad	☒	d. Actividades Extractivas / Minería	☐	e. Actividades Industriales	☐	f. Negligencia / Abandono	☒		
c. Desastres Naturales	—	g. Huaquearía	—	h. Conflicto de tenencia	—	i. Condiciones de uso y exposición	—		
d. Flora/Fauna	☒	j. Escaso o nulo mantenimiento	☒	k. Contaminación del Ambiente	—	l. Generación de residuos	—		
e. Clima	☒	m. Expansión urbana	—	n. Conflicto Político / Social	—	o. Desarrollo Industrial /	—		
Otro	—	Especifique:							
Observaciones:									
7.2 Entorno (500 m) (u)				SI	☒	NO	☐	S/I	☐
a. Conservado	4	b. Alterado	0	c. En proceso de deterioro	0	d. Deteriorado	0		
Observaciones:									
7.2.1 Factores de deterioro (M)				SI	☒	NO	☐	S/I	☐
7.2.1.1 Naturales (M)		7.2.1.2 Antrópicos (M)							
a. Erosión	—	a. Actividades Agrícolas	—	b. Actividades Ganaderas	—	c. Actividades Forestales	—		
b. Humedad	☒	d. Actividades Extractivas / Minería	—	e. Actividades Industriales	—	f. Negligencia / Abandono	☒		
c. Desastres Naturales	—	g. Huaquearía	—	h. Conflicto de tenencia	—	i. Condiciones de uso y exposición	—		
d. Flora/Fauna	☒	j. Falta de mantenimiento	☒	k. Contaminación del Ambiente	—	l. Generación de residuos	—		
e. Clima	☒	m. Expansión urbana	—	n. Conflicto Político / Social	—	o. Desarrollo Industrial /	—		
Otro	—	Especifique:							
Observaciones:									
7.3 Armonía con el paisaje natural o cultural que lo rodea				SI	☒	NO	☐	S/I	☐
a. El atractivo guarda armonía con el entorno (u)				SI	2	NO	—		
Observaciones:									
7.4. Declaratoria del Atractivo /Espacio/Destino				SI	0	NO	☒	S/I	☐
a. Denominación:		b. Fecha de declaración:		c. Alcance:					
Observaciones:									
7.5 Amenazas Naturales (M)				SI	☒	NO	☐	S/I	☐
7.5.1 Geológicas (M)				7.5.2 Meteorológicas (M)					
a. Sismos				a. Huracanes					
b. Erupciones volcánicas				b. Deslizamientos					
c. Movimientos en masa-deslizamientos				c. Marejadas					
d. Fallas Geológicas				d. Inundaciones					
Otro				Especifique:					
Observaciones:									

8. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA		SI	☒	NO	☐	S/I	☐
8.1 Agua (M)		SI	☐	NO	☐	S/I	☐
a. Potable	☐	b. Pozo	☐	c. Tanquero	☐		
d. Entubada	☐	e. Río, vertiente, acequia o canal	☐	f. Lluvia	☐		
g. Otro	☐	Especifique:					
Observaciones:							
8.2 Energía Eléctrica (M)		SI	☐	NO	☐	S/I	☐
a. Red de empresa eléctrica de Servicio Público:	☐	b. Panel Solar	☐	c. Generador de corriente eléctrica	☐		
d. Otro	☐	Especifique:					
Observaciones:							
8.3 Servicio de Alcantarillado (M)		SI	☐	NO	☐	S/I	☐
a. Red Pública	☐	b. Pozo Ciego	☐	c. Pozo Séptico	☐	d. Con descarga directa al mar, río o quebrada	☐
e. Letrina	☐	f. Otro	☐	Especifique:			
Observaciones:							
8.4 Gestión de residuos generados por la actividad turística (M)		SI	☐	NO	☐	S/I	☐
a. Manejo de desechos (SR)	☐	b. Carro Recolector	☐	c. Terreno baldío o quebrada	☐	d. Quema de basura	☐
e. Basura arrojada al río, acequia o canal	☐	f. Basura enterrada	☐	g. Otro	☐	Especifique:	
Observaciones:							
8.5 Salud (más cercano) (M)		SI	☐	NO	☐	S/I	☐
a. Hospital o Clínica	☐	b. Puesto / Centro de salud	☐	c. Médico Dispensario	☐	d. Personal Capacitado en primeros auxilios y botiquín	☐
Observaciones:							
8.6 Seguridad (M)		SI	☐	NO	☐	S/I	☐
a. Privada	☐	b. Policía Nacional	☐	c. Policía Metropolitana / Municipal	☐		
d. Otra	☐	Especifique:					
Observaciones:							
9. POLÍTICAS Y REGULACIONES		SI	☐	NO	☐	S/I	☐
9.1. El atractivo se halla dentro de la planificación turística territorial (GAD'S) (U):		SI	☐	NO	☐	Especifique:	
9.2. Se cumple con la normativa para actividades que se practican en el atractivo (U):		SI	☐	NO	☐	Especifique:	
9.3. Nombre del Administrador:							
9.4. Tipo de Administrador (U)							
a. Público	☐	b. Privado	☐	c. Comunitario	☐	d. Otro	☐
Especifique:							
9.5. Contacto							
a. Nombre:				b. Teléfono/Celular:			
c. Correo Electrónico:				d. Página WEB:			
Observaciones:							
10. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U)		SI	☒	NO	☐	S/I	☐
10.1 ATRACTIVOS NATURALES (M)		SI	☐	NO	☐	S/I	☐
10.1.1 En el Agua (M)		SI	☐	NO	☐	S/I	☐
a. Buceo	☐	b. Kayak de mar / lacustre	☐	c. Kayak de Río	☐		
d. Kite Surf	☐	e. Rafting	☐	f. Snorkel	☐		
g. Surf	☐	h. Tubing	☐	i. Regata	☐		
j. Paseo en Panga / Bote / Lancha	☐	k. Paseo en Moto Acuática / Parasailing / Esquí	☐	l. Banana / Inflables	☐		
m. Pesca Deportiva	☐	n. Otro	☐	Especifique:			
Observaciones:							
10.1.2 En el Aire (M)		SI	☐	NO	☐	S/I	☐
a. Alas Delta	☐	b. Canopy	☐	c. Parapente	☐	d. Otro	☐
Especifique:							
Observaciones:							
10.1.3 En Superficie Terrestre (M)		SI	☐	NO	☐	S/I	☐
a. Montañismo	☐	b. Escalada	☐	c. Senderismo	☐		
d. Cicloturismo	☐	e. Canyoning	☐	f. Exploración de cuevas	☐		
g. Actividades Recreativas	☐	h. Cabalgata	☐	i. Caminata	☐		
j. Camping	☐	k. Pícnic	☐	l. Observación de flora y fauna	☐		
m. Fotografía	☐	n. Otro	☐	Especifique:			
Observaciones:							
10.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U)		SI	☒	NO	☐	S/I	☐
10.2.1 Tangibles (M)		SI	☐	NO	☐	S/I	☐
a. Recorridos Guiados / Autoguiados	☐	b. Exposiciones Permanentes, Temporales y Temáticas	☐	c. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales.	☐		
d. Presentaciones Representaciones en vivo	☐	e. Muestras Audiovisuales	☐	f. Actividades Vivenciales y/o Lúdicas	☐		
g. Fotografía	☐	h. Información del lugar	☐	i. Visita a Talleres	☐		
j. Otro	☐	Especifique:					
Observaciones:							
10.2.2 Intangibles (M)		SI	☐	NO	☐	S/I	☐
10.2.2.1. Origen:	a. Ancestral	☐	b. Histórico	☐	c. Contemporáneo	☐	
10.2.2.2. Simbolismo:	10.2.2.3. Fecha de celebración:						
10.2.2.4. Periodicidad:	a. Anual	☐	b. Ocasional	☐	c. Otro	☐	
10.2.2.5. Portadores:	a. Individuos	☐	b. Colectivos	☐	c. Instituciones	☐	
10.2.2.6. Mantiene Costumbres y tradiciones:	SI	☐	NO	☐			
10.2.2.7. Características Específicas distintivas:							
10.2.2.8. Existe Información al respecto del Evento:	SI	☐	NO	☐			
10.2.2.9. Nivel de Organización:	a. Bueno	☐	b. Regular	☐	c. Malo	☐	
Observaciones:							

11. DIFUSIÓN Y MEDIOS DE PROMOCIÓN DEL ATRACTIVO		SI	☒	NO	☐	S/I	☐
11.1. Nivel de difusión del atractivo (u)		SI	☐	NO	☒	S/I	☐
a. Local ☐		b. Regional ☐		c. Nacional ☐		d. Internacional ☐	
Observaciones:							
11.2. Medios de Promoción del Atractivo (m)		SI	☒	NO	☐	S/I	☐
a. Página WEB		☐	URL:				
b. Red Social		☒	Nombre: Facebook - Municipalidad de Ventanas				
c. Revistas Especializadas		☐	Nombre:				
d. Material POP		☐	Nombre:				
e. Oficina de Información Turística		☐	Nombre:				
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa)		☐	Especifique:				
g. Otro		☐	Especifique:				
Observaciones:							
11.3. Asociación con otros Atractivos (mínimo 4)		SI	☐	NO	☐	S/I	☐
a. Nombre del atractivo	b. Distancia (km)	c. Tiempo (h/m aprox.)	d. Coordenadas Geográficas				
			1. Latitud (grados decimales)		2. Longitud (grados decimales)		
Observaciones:							
12. TIPO DE VISITANTE Y AFLUENCIA (M)		SI	☒	NO	☐	S/I	☐
12.1 Afluencia (M)		12.2 Tipo (U)		12.3 Frecuencia (U)			
a. Local	0,6	a. Turista	0	b. Excursionista	0,3	a. Alta	0
b. Nacional	1,1	a. Turista	0	b. Excursionista	0,5	b. Media	0,6
c. Extranjera	0	a. Turista	0	b. Excursionista	0	c. Baja	0
Observaciones:							
13. RECURSO HUMANO		SI	☐	NO	☐	S/I	☐
13.1. Personal especializado en turismo (u):		SI	☐	No	☐	Especifique:	
13.2. Nivel de instrucción (u)							
Primaria	☐	Secundaria	☐	Tercer Nivel	☐	Cuarto Nivel	☐
13.3 Manejo de Idiomas (m)							
a. Inglés	☐	b. Alemán	☐	c. Francés	☐	d. Italiano	☐
e. Chino	☐	f. Otro	☐				
Observaciones:							
14. DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO		SI	☒	NO	☐	S/I	☐
El parque central del cantón Ventanas fue remodelado y siempre esta en constante mantenimiento, en este lugar se realizan diferentes actividades cívicas por parte de la alcaldía y es muy concurrido por sus habitantes en especial es feriados y fechas festivas.							
15. ANEXOS		SI	☐	NO	☐	S/I	☐
a. Archivo Fotográfico (dos)							
							
Fuente: Gad Municipal del cantón Ventanas							
c. Ubicación gráfica del Atractivo							
							
Fuente:							
FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)							
ELABORADO POR:		VALIDADO POR:		APROBADO POR:			
Apellido y Nombre	Cherrez Obalez Maria Natividad	Apellido y Nombre		Apellido y Nombre			
Institución	Universidad Técnica Estatal de Quevedo	Institución		Institución			
Cargo	Estudiante	Cargo		Cargo			
Correo Electrónico	maria.cherrez2016@uteq.edu.ec	Correo Electrónico		Correo Electrónico			
Teléfono	990935356	Teléfono		Teléfono			
Firma		Firma		Firma			
Fecha	07/09/2021	Fecha		Fecha			

Anexo 3 Ficha técnica del atractivo turístico Parque Central Ventanas

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS														
Código del atractivo:	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
	Provincia	Cantón	Parroquia	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía	Atractivo						
1. DATOS GENERALES														
1.1 Nombre del Atractivo Turístico														
Malecón Ventanas														
1.2 Categoría					1.3 Tipo					1.4 Subtipo				
MANIFESTACIONES CULTURALES					ARQUITECTURA					ESPACIO PÚBLICO				
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO TURÍSTICO														
2.1 Provincia					2.2 Cantón					2.3 Parroquia				
LOS RÍOS					VENTANAS					VENTANAS (CAB. CANTONAL)				
2.4 Calle Principal					2.5 Número					2.6 Trayectoria				
Calle Malecón										Calle Bolívar				
2.7 Barrio, Sector o Comuna					2.8 Sitio poblado más cercano									
Centro					Cantón Ventanas									
2.9 Latitud (grados decimales)					2.10 Longitud (grados decimales)					2.11 Altura (mnm)				
-1.4411543					-79.462726									
2.12 Inmerso en Espacio Turístico					SI ☐					NO ☐				
2.12.1 Nombre del Espacio Turístico:														
Observaciones:														
3. CARACTERÍSTICAS CLIMATOLÓGICAS														
SI ☐ NO ☐ S/I ☐														
3.1 Clima Tropical					3.2 Temperatura (°C) 24 - 26					3.3 Precipitación Pluviométrica (mm)				
4. ACCESIBILIDAD AL ATRACTIVO TURÍSTICO														
SI ☐ NO ☐ S/I ☐														
4.1 Tipo de Ingreso (U)														
SI ☐ NO ☐ S/I ☐														
4.1.1 Libre (Continuar 4.1.4)					4.1.2 Restringido (Continuar observaciones)					4.1.3 Pagado (Continuar siguientes)				
4.1.3.1 Precio (Tarifa mínima y máxima):					a. Desde \$					b. Hasta \$				
					a. Efectivo					b. Dinero Electrónico				
4.1.3.2 Forma de Pago (M):					c. Tarjeta de Débito					d. Tarjeta de Crédito				
					e. Transferencia Bancaria					f. Cheque				
4.1.4 Horario:					a. Hora de Ingreso: 24:00					b. Hora de Salida: 24:00				
4.1.5 Atención (U):					a. Todos los días					c. Fines de Semana y Periodos				
					b. Sólo días hábiles					d. Otro: Especifique:				
Observaciones:														
4.2 Temporalidad (M)														
SI ☐ NO ☐ S/I ☐														
a. Alta (meses)					Especifique:					Noviembre - Diciembre				
b. Baja (meses)					Especifique:					Enero - Octubre				
Observaciones: Los fines de semana es muy concurrido														
4.3 Facilidades para personas con discapacidad														
SI ☐ NO ☐ S/I ☐														
a. Rampas					b. Baterías Sanitarias adecuadas					c. Personal Capacitado				
d. Sistema Braille					e. Otro					Especifique:				
Observaciones:														
5. CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO TURÍSTICO														
SI ☐ NO ☐ S/I ☐														
5.1 Acceso (M)														
SI ☐ NO ☐ S/I ☐														
5.1.1 Terrestre (U)		a. Primer Orden		1		Estado		Bueno		Regular		Malo		
		b. Segundo Orden		0				Bueno		Regular		Malo		
		c. Tercer Orden		0				Bueno		Regular		Malo		
5.1.2 Acuático (U)		a. Marítimo		0		Describir:								
		b. Lacustre		0		Describir:								
		c. Fluvial		0		Describir:								
5.1.3 Aéreo		0				Describir:								
Observaciones:														
5.2 Comunicación (M)														
SI ☐ NO ☐ S/I ☐														
5.2.1 Telefonía (M)					a. Fija					b. Móvil				
					c. Satelital									
5.2.2 Conexión a Internet (M)					a. Línea Telefónica					b. Cable				
					d. Redes inalámbricas					e. LMDS				
					f. Satélite									
5.2.3 Radio Portátil (U)					SI ☐					NO ☐				
Observaciones:														

5.3 Señalización (M)		SI	☐	NO	☐	S/I	☐	
a. Señalización de aproximación al sitio	2	Estado	Bueno	☐	Regular	☐	Malo	☐
b. Señalética en el sitio	1		Bueno	☐	Regular	☐	Malo	☐
Observaciones:								
5.4. Poblado Urbano Cercano más importante		SI	☐	NO	☐	S/I	☐	
5.4.1 Nombre del Poblado Urbano más importante: Centro del cantón Ventanas								
a. Distancia del atractivo al Poblado urbano más cercano:	2	Km	b. Tiempo de viaje al poblado urbano más cercano:	0.05	horas/ minutos			
Observaciones: La distancia y el tiempo son aproximados								
5.5. Tipo de Transporte y Frecuencia (M)		SI	☐	NO	☐	S/I	☐	
5.5.1 Tipo		5.5.2 Frecuencia						
		a. Diaria	b. Semanal	c. Mensual	d. Eventual			
a. Bus	☐	☐	☐	☐	☐			
b. Busetas	☐	☐	☐	☐	☐			
c. Auto móvil	☐	☐	☐	☐	☐			
d. 4x4	☐	☐	☐	☐	☐			
e. Tren	☐	☐	☐	☐	☐			
f. Barco	☐	☐	☐	☐	☐			
g. Lancha / Canoas/ Bote	☐	☐	☐	☐	☐			
h. Avión	☐	☐	☐	☐	☐			
i. Avioneta	☐	☐	☐	☐	☐			
j. Helicóptero	☐	☐	☐	☐	☐			
k. Otro	☐	Especifique:						
Observaciones:								
6. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS								
6.1 Planta Turística (M)		SI	☐	NO	☐	S/I	☐	
a. Alojamiento	0	Establecimientos registrados:	0	Habitaciones:	0	Plazas:	0	
b. Alimentos y Bebidas	2	Establecimientos registrados:	5	Mesas:	15	Plazas:	30	
c. Agencias de viaje/Operadoras	0	Establecimientos Registrados:	0					
d. Intermediación	☐	Especifique:						
e. Transporte o movilización interno	0	Especifique:						
f. Guianza	0	Especifique:						
g. Otros	0	Especifique:						
Observaciones:								
6.2 Facilidades en el entorno al atractivo (M)		SI	☐	NO	☐	S/I	☐	
6.2.1 Categoría	6.2.2. Tipo (M)	6.2.3 Cant.	6.2.4 Administrador	6.2.5 Coordenadas a. Lat. b. Long.		6.2.6 Estado (U) B R M		
a. De apoyo a la gestión turística	Punto de Información abierto	☐				☐	☐	
	Punto de información cerrado	☐				☐	☐	
	HTur	☐				☐	☐	
	Centro de interpretación	☐				☐	☐	
	Centro de facilitación turística	☐				☐	☐	
b. De observación y vigilancia	Centro de recepción - equipamiento de visitantes	☐				☐	☐	
	Miradores	☐				☐	☐	
	Torres de avistamiento de aves	☐				☐	☐	
c. De recorrido y descanso	Torres de observación de saivaidas	☐				☐	☐	
	Senderos	☐				☐	☐	
	Estaciones de sombra y descanso	☐				☐	☐	
	Áreas de Acanipar	☐				☐	☐	
	Puentes de acceso a senderos	☐				☐	☐	
	Refugio de alta montaña	☐				☐	☐	
d. De servicio	Muelle	☐				☐	☐	
	Área de servicio de alimentación	☐				☐	☐	
	Garitas de guardiana	☐				☐	☐	
	Baterías sanitarias	☐				☐	☐	
e. Otros		Especifique:						
Observaciones:								

6.9 Complementaria (M)		SI	3	NO	1	S/I	1	
a. Casa de cambio		b. Alquiler y venta de equipo especializado		c. Venta de Artesanías y merchandising				
f. Cajero automático		e. Taxis		h. Otro		Especifique:		
Observaciones:								
7. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO		SI	1	NO	1	S/I	1	
7.1 Atractivo (U)		SI	1	NO	1	S/I	1	
a. Conservado		7	b. Alterado	0	c. En proceso de deterioro	0	d. Deteriorado	0
Observaciones:								
7.1.1 Factores de deterioro (M)		SI	1	NO	1	S/I	1	
7.1.1.1 Naturales (M)		7.1.1.2 Antrópicas (M)						
a. Erosión	1	a. Actividades Agrícolas	1	b. Actividades Ganaderas	1	c. Actividades Forestales	1	
b. Humedad	1	d. Actividades extractivas / Minería	1	e. Actividades Industriales	1	f. Negligencia / Abandono	1	
c. Desastres Naturales	1	g. Huasquería	1	h. Conflicto de tenencia	1	i. Condiciones de uso y exposición	1	
d. Flora/Fauna	1	j. Excavo o nulo mantenimiento	1	k. Contaminación del Ambiente	1	l. Generación de residuos	1	
e. Clima	1	m. Expansión urbana	1	n. Conflicto Político / Social	1	o. Desarrollo Industrial /	1	
Otro	1	Especifique:						
Observaciones:								
7.2 Entorno (500 m) (U)		SI	1	NO	1	S/I	1	
a. Conservado		4	b. Alterado	0	c. En proceso de deterioro	0	d. Deteriorado	0
Observaciones:								
7.2.1 Factores de deterioro (M)		SI	1	NO	1	S/I	1	
7.2.1.1 Naturales (M)		7.2.1.2 Antrópicas (M)						
a. Erosión	1	a. Actividades Agrícolas	1	b. Actividades Ganaderas	1	c. Actividades Forestales	1	
b. Humedad	1	d. Actividades extractivas / Minería	1	e. Actividades Industriales	1	f. Negligencia / Abandono	1	
c. Desastres Naturales	1	g. Huasquería	1	h. Conflicto de tenencia	1	i. Condiciones de uso y exposición	1	
d. Flora/Fauna	1	j. Falta de mantenimiento	1	k. Contaminación del Ambiente	1	l. Generación de residuos	1	
e. Clima	1	m. Expansión urbana	1	n. Conflicto Político / Social	1	o. Desarrollo Industrial /	1	
Otro	1	Especifique:						
Observaciones:								
7.3 Armonía con el paisaje natural o cultural que lo rodea		SI	1	NO	1	S/I	1	
a. El atractivo guarda armonía con el entorno (U)		SI	2	NO	1	S/I	1	
Observaciones:								
7.4 Declaratoria del Atractivo/Espacio/Destino		SI	0	NO	1	S/I	1	
a. Denominación:		b. Fecha de declaración:		c. Alcance:				
Observaciones:								
7.5 Amenazas Naturales (M)		SI	1	NO	1	S/I	1	
7.5.1 Geológicas (M)		7.5.2 Meteorológicas (M)						
a. Sismos	1	a. Huracanes						
b. Erupciones volcánicas	1	b. Deslizamientos						
c. Movimientos en masa - deslizamientos	1	c. Marejadas						
d. Fallas Geológicas	1	d. Inundaciones						
Otro	1	Especifique:						
Observaciones:								
8. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA		SI	1	NO	1	S/I	1	
8.1 Agua (M)		SI	0	NO	1	S/I	1	
a. Potable	1	b. Pozo	1	c. Tanquero	1			
d. Entubada	1	e. Río, vertiente, acequia o canal	1	f. Lluvia	1			
g. Otro	1	Especifique:						
Observaciones:								
8.2 Energía Eléctrica (M)		SI	2	NO	1	S/I	1	
a. Red de empresa eléctrica de Servicio Público	1	b. Panel Solar	1	c. Generador de corriente eléctrica	1			
d. Otro	1	Especifique:						
Observaciones:								
8.3 Servicio de Alcantarillado (M)		SI	0	NO	1	S/I	1	
a. Red Pública	1	b. Pozo Ciego	1	c. Pozo Séptico	1	d. Con descarga directa al mar, río o quebrada	1	
e. Letrina	1	f. Otro	1	Especifique:				
Observaciones:								
8.4 Gestión de residuos generados por la actividad turística (M)		SI	2	NO	1	S/I	1	
a. Manejo de desechos (SM)	1	b. Cerro Recolector	1	c. Terreno baldío o quebrada	1	d. Quema de basura	1	
e. Basura arrojada al río, acequia o canal	1	f. Basura enterrada	1	g. Otro	1	Especifique:		
Observaciones:								
8.5 Salud (más cercano) (M)		SI	3	NO	1	S/I	1	
a. Hospital o Clínica	3	b. Punto / Centro de salud	0	c. Dispensario Médico	0	d. Personal capacitado en primeros auxilios y botiquín	0	
Observaciones:								
8.6 Seguridad (M)		SI	2	NO	1	S/I	1	
a. Privada	1	b. Policía Nacional	1	c. Policía Metropolitana / Municipal	1			
d. Otro	1	Especifique:						
Observaciones:								

9. POLÍTICAS Y REGULACIONES		SI	☐	NO	☐	5/1	☐
9.1. El atractivo se halla dentro de la planificación turística territorial (GAD'S) (U):		SI	☐	NO	☐	Especifique:	
9.2. Se cumple con la normativa para actividades que se practican en el atractivo (U):		SI	☐	NO	☐	Especifique:	
9.3. Nombre del Administrador:							
9.4. Tipo de Administrador (U):							
a. Público		☐	b. Privado	☐	c. Comunitario	☐	d. Otro
		☐		☐		☐	Especifique:
9.5. Contacto							
a. Nombre:				b. Teléfono/Celular:			
c. Correo Electrónico:				d. Página WEB:			
Observaciones:							
10. ACTIVIDADES QUE SE PRÁCTICAN (U)		SI	☒	NO	☐	5/1	☐
10.1 ATRACTIVOS NATURALES (M)		SI	☐	NO	☐	5/1	☐
10.1.1 En el Agua (M)		SI	☐	NO	☐	5/1	☐
a. Buceo	☐	b. Kayak de mar / lacustre	☐	c. Kayak de Río	☐		
d. Kitesurf	☐	e. Rafting	☐	f. Snorkel	☐		
g. Surf	☐	h. Tubing	☐	i. Regata	☐		
j. Paseo en Panga / Bote / Lancha	☐	k. Paseo en Moto Acuática / Parasailing / Equif	☐	l. Banane / Inflables	☐		
m. Pesca Deportiva	☐	n. Otro	☐	Especifique:			
Observaciones:							
10.1.2 En el Aire (M)		SI	☐	NO	☐	5/1	☐
a. Ala Delta	☐	b. Canopy	☐	c. Parapente	☐	d. Otro	☐
Especifique:							
Observaciones:							
10.1.3 En Superficie Terrestre (M)		SI	☐	NO	☐	5/1	☐
a. Montañismo	☐	b. Escalada	☐	c. Senderismo	☐		
d. Ciclismo	☐	e. Canyoning	☐	f. Exploración de cuevas	☐		
g. Actividades Recreativas	☐	h. Cabalgata	☐	i. Caminata	☐		
j. Camping	☐	k. Pícnic	☐	l. Observación de flora y fauna	☐		
m. Fotografía	☐	n. Otro	☐	Especifique:			
Observaciones:							
10.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U)		SI	☐	NO	☐	5/1	☐
10.2.1 Tangibles (M)		SI	☐	NO	☐	5/1	☐
a. Recorridos Guiados / AutoGuiados	☐	b. Exposiciones Temáticas Permanentes, Temporales y	☐	c. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales.	☐		
d. Presentaciones Representaciones en vivo	☐	e. Muestras Audiovisuales	☐	f. Actividades Vivenciales y/o Lúdicas	☐		
g. Fotografía	☐	h. Información del lugar	☐	i. Visita a Talleres	☐		
j. Otro	☐	Especifique:					
Observaciones:							
10.2.2 Intangibles (M)		SI	☐	NO	☐	5/1	☐
10.2.2.1. Origen:		a. Ancestral	☐	b. Histórico	☐	c. Contemporáneo	☐
10.2.2.2. Simbolismo:		10.2.2.3. Fecha de celebración:					
10.2.2.4. Periodicidad:		a. Anual	☐	b. Ocasional	☐	c. Otro	☐
10.2.2.5. Portadores:		a. Individuos	☐	b. Colectivos	☐	c. Instituciones	☐
10.2.2.6. Mantiene Costumbres y tradiciones:		SI	☐	NO	☐		
10.2.2.7. Características Específicas distintivas:							
10.2.2.8. Existe información al respecto del Evento:		SI	☐	NO	☐		
10.2.2.9. Nivel de Organización:		a. Bueno	☐	b. Regular	☐	c. Malo	☐
Observaciones:							
11. DIFUSIÓN Y MEDIOS DE PROMOCIÓN DEL ATRACTIVO		SI	☐	NO	☐	5/1	☐
11.1. Nivel de difusión del atractivo (U)		SI	☐	NO	☐	5/1	☐
a. Local	☐	b. Regional	☐	c. Nacional	☐	d. Internacional	☐
Observaciones:							
11.2. Medio de Promoción del Atractivo (M)		SI	☐	NO	☐	5/1	☐
a. Página WEB	☐	URL:					
b. Red Social	☐	Nombre:	Facebook Municipalidad de Ventanas				
c. Revistas Especializadas	☐	Nombre:					
d. Material POP	☐	Nombre:					
e. Oficina de Información Turística	☐	Nombre:					
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa)	☐	Especifique:					
g. Otro	☐	Especifique:					
Observaciones:							
11.3. Asociación con otros Atractivos (mínimo 4)		SI	☐	NO	☐	5/1	☐
a. Nombre del atractivo	b. Distancia (km)	c. Tiempo (h/m aprox.)	d. Coordenadas Geográficas				
			1. Latitud (grados Decimales)		2. Longitud (grados Decimales)		
Observaciones:							

12. TIPO DE VISITANTE Y AFLUENCIA (M)		SI	☒	NO	☐	S/I	☐
12.1. Afluencia (M)		12.2. Tipo (U)		12.3. Frecuencia (U)			
a. Local	0,8	a. Turista	0	b. Excursionista	0,3	a. Alta	0,5
b. Nacional	1,1	a. Turista	0	b. Excursionista	0,5	a. Alta	0
c. Extranjera	0	a. Turista	0	b. Excursionista	0	a. Alta	0
Observaciones:							
13. RECURSO HUMANO		SI	☐	NO	☐	S/I	☒
13.1. Personal especializado en turismo (M):		SI	☐	No	☐	Especifique:	
13.2. Nivel de instrucción (U):							
Primaria	0	Secundaria	0	Tercer Nivel	0	Cuarto Nivel	0
Otro							
Especifique:							
13.3. Manejo de idiomas (M):							
a. Inglés	1	b. Alemán	1	c. Francés	1	d. Italiano	1
e. Chino	1	f. Otro	1				
Observaciones:							
14. DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO		SI	☒	NO	☐	S/I	☐
El malecón del cantón Ventanas es uno de los principales atractivos turísticos con los que cuenta, esto conformado por diferentes áreas como: área de picnic, área de juegos infantiles, área para practicar BMX y comedores, es muy concurrida por familias los fines de semana y en feriados, actualmente se realizan diferentes tipos de mantenimientos.							
15. ANEXOS		SI	☒	NO	☐	S/I	☐
a. Archivo Fotográfico (4x4)							
							
Fuente: María Chérrez (2021)							
c. Ubicación gráfica del Atractivo							
							
Fuente:							
FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Investigador)							
ELABORADO POR:		VALIDADO POR:		APROBADO POR:			
Apellido y Nombre		Apellido y Nombre		Apellido y Nombre			
Institución		Institución		Institución			
Cargo		Cargo		Cargo			
Correo Electrónico		Correo Electrónico		Correo Electrónico			
Teléfono		Teléfono		Teléfono			
Firma		Firma		Firma			
Fecha		Fecha		Fecha			

Anexo 4 Ficha técnica del atractivo turístico Malecón Ventanas

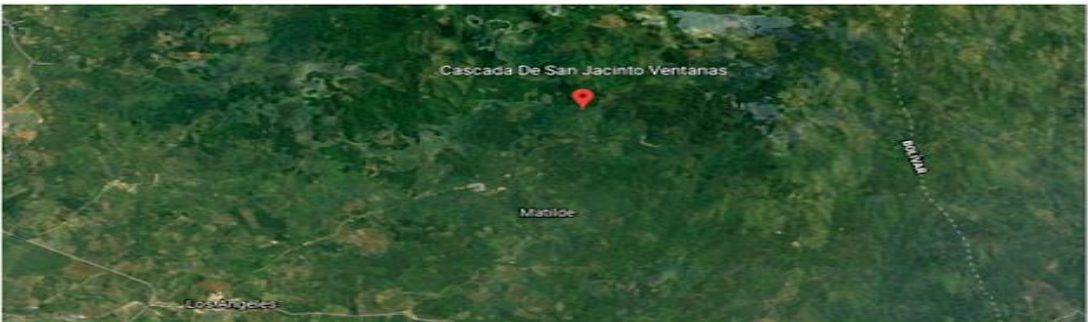
FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																	
Código del atractivo:	1	2	0	7	5	4	A	N	0	5	0	4	0	2	0	0	5
	Provincia		Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo		
1. DATOS GENERALES																	
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																	
Cascada de San Jacinto																	
1.2 Categoría					1.3 Tipo					1.4 Subtipo							
ATRATIVOS_NATURALES					RÍOS					CASCADA							
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO TURÍSTICO																	
2.1 Provincia					2.2 Cantón					2.3 Parroquia							
LOS_RÍOS					VENTANAS					LOS_ÁNGELES							
2.4 Calle Principal					2.5 Número					2.6 Transversal							
2.7 Barrio, Sector o Comuna					2.8 Sitio poblado más cercano												
Los Ángeles					Cantón Ventanas												
2.9 Latitud (grados decimales)					2.10 Longitud (grados decimales)					2.11 Altura (msnm)							
-1.41592588					-79.338374					606 msnm							
2.12 Inmerso en Espacio Turístico					SI ☒					NO ☐					S/I ☐		
2.12.1 Nombre del Espacio Turístico:					Parroquia los Ángeles												
Observaciones:																	
3. CARACTERÍSTICAS CLIMATOLÓGICAS																	
SI ☒					NO ☐					S/I ☐							
3.1. Clima Tropical					3.2 Temperatura(°C) 23 - 24					3.3 Precipitación Pluviométrica (mm)							
4. ACCESIBILIDAD AL ATRACTIVO TURÍSTICO																	
SI ☒					NO ☐					S/I ☐							
4.1 Tipo de Ingreso (U)					SI ☒					NO ☐					S/I ☐		
4.1.1 Libre (Continuar 4.1.4) 3					4.1.2 Restringido (Continuar observaciones) 0					4.1.3 Pagado (Continuar siguiente) 0							
4.1.3.1 Precio (Tarifa mínima y máxima):					a. Desde \$ 0					b. Hasta \$ 0							
4.1.3.2 Forma de Pago (M):					a. Efectivo ☐					b. Dinero Electrónico ☐							
					c. Tarjeta de Débito ☐					d. Tarjeta de Crédito ☐							
					e. Transferencia Bancaria ☐					f. Cheque ☐							
4.1.4 Horario:					a. Hora de Ingreso: 8:00					b. Hora de Salida: 17:00							
4.1.5 Atención (U):					a. Todos los días 3					c. Fines de Semana y Feriados 2							
					b. Sólo días hábiles 0					d. Otro. 0 Especifique:							
Observaciones:																	
4.2 Temporalidad (M)					SI ☒					NO ☐					S/I ☐		
a. Alta (meses) ☒					Especifique: Verano												
b. Baja (meses) ☒					Especifique: Invierno												
Observaciones:																	
4.3 Facilidades para personas con discapacidad (M):					SI ☐					NO ☒					S/I ☐		
a. Rampas ☐					b. Baterías Sanitarias adecuadas ☐					c. Personal Calificado ☐							
d. Sistema Braille ☐					e. Otro ☐					Especifique:							
Observaciones:																	

5. CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO TURÍSTICO		SI	☒	NO	☐	S/I	☐		
5.1 Acceso (M)		SI	1	NO	☐	S/I	☐		
5.1.1 Terrestre (u)	a. Primer Orden	1	Estado [u]	Bueno	☒	Regular	☐	Malo	☐
	b. Segundo Orden	0		Bueno	☐	Regular	☐	Malo	☐
	c. Tercer Orden	0		Bueno	☐	Regular	☐	Malo	☐
5.1.2 Acuático (u)	a. Marítimo	0	Describir:						
	b. Lacustre	0	Describir:						
	c. Fluvial	0	Describir:						
5.1.3 Aéreo		0	Describir:						
Observaciones:									
5.2 Comunicación (M)		SI	☐	NO	☐	S/I	☒		
5.2.1 Telefonía (M)	0	a. Fija	☐	b. Móvil	☐	c. Satelital	☐		
5.2.2 Conexión a Internet (M)	0	a. Línea Telefónica	☐	b. Cable	☐	c. Satélite	☐		
		d. Redes inalámbricas	☐	e. LMD5	☐	f. Telefonía Móvil	☐		
5.2.3 Radio Portátil (u)	0	SI	☐	NO	☐				
Observaciones:									
5.3 Señalización (M)		SI	☒	NO	☐	S/I	☐		
a. Señalización de aproximación al sitio	2	Estado [u]	Bueno	☒	Regular	☐	Malo	☐	
b. Señalética en el sitio	1		Bueno	☒	Regular	☐	Malo	☐	
Observaciones:									
5.4. Poblado Urbano Cercano más Importante		SI	☒	NO	☐	S/I	☐		
5.4.1 Nombre del Poblado Urbano más Importante: <i>Parroquia Los Angeles</i>									
a. Distancia del atractivo al Poblado urbano más cercano:		2	Km	b. Tiempo de viaje al poblado urbano más cercano:		5	horas/ minutos		
Observaciones: <i>La distancia y el tiempo son un aproximado</i>									
5.5. Tipo de Transporte y Frecuencia (M)		SI	☒	NO	☐	S/I	☐		
5.5.1 Tipo	5.5.2 Frecuencia								
	a. Diaria	b. Semanal	c. Mensual	d. Eventual					
a. Bus	☒	☐	☐	☐					
b. Busetas	☐	☐	☐	☐					
c. Automóvil	☒	☐	☐	☐					
d. 4x4	☐	☐	☐	☐					
e. Tren	☐	☐	☐	☐					
f. Barco	☐	☐	☐	☐					
g. Lancha / Canoa/ Bote	☐	☐	☐	☐					
h. Avión	☐	☐	☐	☐					
i. Avioneta	☐	☐	☐	☐					
j. Helicóptero	☐	☐	☐	☐					
k. Otro	☐	Especifique:							
Observaciones:									

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

7. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO		SI	☒	NO	☐	S/I	☐
7.1 Atractivo (u)		SI	☐	NO	☐	S/I	☐
a. Conservado	☐	b. Alterado	☒	c. En proceso de deterioro	☐	d. Deteriorado	☐
Observaciones:							
7.1.1 Factores de deterioro (w)		SI	☐	NO	☐	S/I	☐
7.1.1.1 Naturales (w)		7.1.1.2 Antrópicos (M)					
a. Erosión	☐	a. Actividades Agrícolas	☒	b. Actividades Ganaderas	☐	c. Actividades Forestales	☒
b. Humedad	☒	d. Actividades Extractivas / Minería	☐	e. Actividades Industriales	☐	f. Negligencia / Abandono	☒
c. Desastres Naturales	☐	g. Huaquearías	☐	h. Conflicto de tenencia	☐	i. Condiciones de uso y exposición	☐
d. Flora/Fauna	☒	j. Escaso o nulo mantenimiento	☒	k. Contaminación del Ambiente	☐	l. Generación de residuos	☒
e. Clima	☒	m. Expansión urbana	☒	n. Conflicto Político / Social	☐	o. Desarrollo Industrial /	☐
Otro	☐	Especifique:					
Observaciones:							
7.2 Entorno (500 m) (u)		SI	☐	NO	☐	S/I	☐
a. Conservado	☒	b. Alterado	☐	c. En proceso de deterioro	☐	d. Deteriorado	☐
Observaciones:							
7.2.1 Factores de deterioro (w)		SI	☐	NO	☐	S/I	☐
7.2.1.1 Naturales (w)		7.2.1.2 Antrópicos (w)					
a. Erosión	☐	a. Actividades Agrícolas	☒	b. Actividades Ganaderas	☐	c. Actividades Forestales	☐
b. Humedad	☒	d. Actividades Extractivas / Minería	☐	e. Actividades Industriales	☐	f. Negligencia / Abandono	☒
c. Desastres Naturales	☐	g. Huaquearías	☐	h. Conflicto de tenencia	☐	i. Condiciones de uso y exposición	☐
d. Flora/Fauna	☒	j. Falta de mantenimiento	☒	k. Contaminación del Ambiente	☐	l. Generación de residuos	☒
e. Clima	☒	m. Expansión urbana	☒	n. Conflicto Político / Social	☐	o. Desarrollo Industrial /	☐
Otro	☐	Especifique:					
Observaciones:							
7.3 Armonía con el paisaje natural o cultural que lo rodea		SI	☐	NO	☐	S/I	☐
a. El atractivo guarda armonía con el entorno (u)	☐	2	☐	NO	☐	S/I	☐
Observaciones:							
7.4. Declaratoria del Atractivo /Espacio/Destino		SI	☒	NO	☐	S/I	☐
a. Denominación:	b. Fecha de declaración:		c. Alcance:				
Observaciones:							
7.5 Amenazas Naturales (w)		SI	☐	NO	☐	S/I	☐
7.5.1 Geológicas (w)		7.5.2 Meteorológicas (w)					
a. Sismos	☒	a. Huracanes					
b. Erupciones volcánicas	☐	b. Deslizamientos					
c. Movimientos en masa-deslizamientos	☐	c. Marejadas					
d. Fallas Geológicas	☐	d. Inundaciones					
Otro	☐	Especifique:					
Observaciones:							
8. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA		SI	☒	NO	☐	S/I	☐
8.1 Agua (w)		SI	☒	NO	☐	S/I	☐
a. Potable	☐	b. Pozo	☐	c. Tanquero	☐		
d. Entubada	☐	e. Río, vertiente, acequia o canal	☐	f. Lluvia	☐		
g. Otro	☐	Especifique:					
Observaciones:							
8.2 Energía Eléctrica (w)		SI	☒	NO	☐	S/I	☐
a. Red de empresa eléctrica de Servicio Público:	☐	b. Panel Solar	☐	c. Generador de corriente eléctrica	☐		
d. Otro	☐	Especifique:					
Observaciones:							
8.3 Servicio de Alcantarillado (w)		SI	☒	NO	☐	S/I	☐
a. Red Pública	☐	b. Pozo Ciego	☐	c. Pozo Séptico	☐	d. Con descarga directa al mar, río o quebrada	☐
e. Letrina	☐	f. Otro	☐	Especifique:			
Observaciones:							
8.4 Gestión de residuos generados por la actividad turística (w)		SI	☒	NO	☐	S/I	☐
a. Manejo de desechos (SR)	☐	b. Carro Recolector	☐	c. Terreno baldío o quebrada	☐	d. Quema de basura	☐
e. Basura arrojada al río, acequia o canal	☐	f. Basura enterrada	☐	g. Otro	☐	Especifique:	
Observaciones:							
8.5 Salud (más cercano) (w)		SI	☒	NO	☐	S/I	☐
a. Hospital o Clínica	☐	b. Puesto / Centro de salud	☒	c. Médico Dispensario	☐	d. Personal Capacitado en primeros auxilios y botiquín	☐
Observaciones:							
8.6 Seguridad (w)		SI	☒	NO	☐	S/I	☐
a. Privada	☐	b. Policía Nacional	☐	c. Policía Metropolitana / Municipal	☐		
d. Otra	☐	Especifique:					
Observaciones:							

9. POLÍTICAS Y REGULACIONES		SI	☐	NO	☐	S/I	☒
9.1. El atractivo se halla dentro de la planificación turística territorial (GAD'S) (u):		SI	☐	NO	☐	Especifique:	
9.2. Se cumple con la normativa para actividades que se practican en el atractivo (u):		SI	☐	NO	☐	Especifique:	
9.3. Nombre del Administrador:							
9.4. Tipo de Administrador (u)							
a. Público ☐ b. Privado ☐ c. Comunitario ☐ d. Otro ☐ Especifique:							
9.5. Contacto							
a. Nombre:				b. Teléfono/Celular:			
c. Correo Electrónico:				d. Página WEB:			
Observaciones:							
10. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (u)		SI	☒	NO	☐	S/I	☐
10.1 ATRACTIVOS NATURALES (m)		SI	☒	NO	☐	S/I	☐
10.1.1 En el Agua (m)		SI	☒	NO	☐	S/I	☐
a. Buceo ☐		b. Kayak de mar / lacustre ☐		c. Kayak de Río ☐			
d. Kite Surf ☐		e. Rafting ☐		f. Snorkel ☐			
g. Surf ☐		h. Tubing ☒		i. Regata ☐			
j. Paseo en Panga / Bote / Lancha ☐		k. Paseo en Moto Acuática / Parasailing / Esquí ☐		l. Banana / Inflables ☐			
m. Pesca Deportiva ☐		n. Otro ☐		Especifique:			
Observaciones:							
10.1.2 En el Aire (m)		SI	☐	NO	☒	S/I	☐
a. Alas Delta ☐		b. Canopy ☐		c. Parapente ☐		d. Otro ☐ Especifique:	
Observaciones:							
10.1.3 En Superficie Terrestre (m)		SI	☒	NO	☐	S/I	☐
a. Montañismo ☐		b. Escalada ☐		c. Senderismo ☐			
d. Cicloturismo ☐		e. Canyoning ☒		f. Exploración de cuevas ☐			
g. Actividades Recreativas ☐		h. Cabalgata ☐		i. Caminata ☒			
j. Camping ☐		k. Picnic ☒		l. Observación de flora y fauna ☒			
m. Fotografía ☒		n. Otro ☐		Especifique:			
Observaciones:							
10.2 ATRACTIVOS CULTURALES (u)		SI	☐	NO	☒	S/I	☐
10.2.1 Tangibles (m)		SI	☐	NO	☒	S/I	☐
a. Recorridos Guiados / Auto guiados ☐		b. Exposiciones Temáticas Permanentes, Temporales y ☐		c. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales. ☐			
d. Presentaciones Representaciones en vivo ☐		e. Muestras Audiovisuales ☐		f. Actividades Vivenciales y/o Lúdicas ☐			
g. Fotografía ☐		h. Información del lugar ☐		i. Visita a Talleres ☐			
j. Otro ☐		Especifique:					
Observaciones:							
10.2.2 Intangibles (m)		SI	☐	NO	☒	S/I	☐
10.2.2.1. Origen:		a. Ancestral ☐		b. Histórico ☐		c. Contemporáneo ☐	
10.2.2.2. Simbolismo:		10.2.2.3. Fecha de celebración:					
10.2.2.4. Periodicidad:		a. Anual ☐		b. Ocasional ☐		c. Otro ☐	
10.2.2.5. Portadores:		a. Individuos ☐		b. Colectivos ☐		c. Instituciones ☐	
10.2.2.6. Mantiene Costumbres y tradiciones:		SI ☐		NO ☐			
10.2.2.7. Características Específicas distintivas:							
10.2.2.8. Existe Información al respecto del Evento:		SI ☐		NO ☐			
10.2.2.9. Nivel de Organización:		a. Bueno ☐		b. Regular ☐		c. Malo ☐	
Observaciones:							

1.1. DIFUSIÓN Y MEDIOS DE PROMOCIÓN DEL ATRACTIVO					SI	☐	NO	☐	S/I	☐									
1.1.1. Nivel de difusión del atractivo (u)					SI	☐	NO	☐	S/I	☐									
a. Local ☐					b. Regional ☐					c. Nacional ☐					d. Internacional ☐				
Observaciones:																			
1.1.2. Medios de Promoción del Atractivo (m)					SI	☐	NO	☐	S/I	☐									
a. Página WEB ☐					URL:														
b. Red Social ☐					Nombre:														
c. Revistas Especializadas ☐					Nombre:														
d. Material POP ☐					Nombre:														
e. Oficina de Información Turística ☐					Nombre:														
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa) ☐					Especifique:														
g. Otro ☐					Especifique:														
Observaciones:																			
1.1.3. Asociación con otros Atractivos (relax)					SI	☐	NO	☐	S/I	☐									
a. Nombre del atractivo			b. Distancia (km)		c. Tiempo (h/m aprox.)		d. Coordenadas Geográficas												
							1. Latitud (Grados decimales)												
							2. Longitud (Grados decimales)												
Observaciones:																			
1.2. TIPO DE VISITANTE Y AFLUENCIA (m)					SI	☐	NO	☐	S/I	☐									
1.2.1. Afluencia (M)			1.2.2 Tipo (U)			1.2.3 Frecuencia (U)													
a. Local ☐			a. Turista ☐			b. Excursionista ☐			a. Alta ☐										
b. Nacional ☐			a. Turista ☐			b. Excursionista ☐			b. Media ☐										
c. Extranjera ☐			a. Turista ☐			b. Excursionista ☐			c. Baja ☐										
Observaciones:																			
1.3. RECURSO HUMANO					SI	☐	NO	☐	S/I	☐									
1.3.1. Personal especializado en turismo (u)					SI	☐	No	☐	Especifique:										
1.3.2. Nivel de instrucción (u)																			
Primaria ☐					Secundaria ☐														
Tercer Nivel ☐					Cuarto Nivel ☐														
Otro ☐					Especifique:														
1.3.3. Manejo de Idiomas (m)																			
a. Inglés ☐					b. Alemán ☐					c. Francés ☐									
d. Italiano ☐					e. China ☐					f. Otro ☐									
Observaciones:																			
1.4. DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO					SI	☐	NO	☐	S/I	☐									
La cascada de San Jacinto se encuentra aproximadamente a una 15 minutos de la parroquia Los Angeles ubicada en el cantón Ventanas, esta cascada esta compuesta por agua dulce, se puede realizar diversas actividades como la fotografía, canyoning, tubing, avistamiento de flora y fauna.																			
1.5. AUDIO					SI	☐	NO	☐	S/I	☐									
a. Archivo Fotográfico (m)																			
																			
Fuente: La Herra 2011 y Autens																			
c. Ubicación gráfica del Atractivo																			
																			
Fuente: Google Earth																			
FIRMAS DE RESPONSABILIDAD institucional																			
ELABORADO POR:			VALIDADO POR:			APROBADO POR:													
Apellido y Nombre: <u>Cherrie Alana</u>			Apellido y Nombre:			Apellido y Nombre:													
Institución: <u>Universidad Técnica Estatal de Quevedo</u>			Institución:			Institución:													
Cargo: <u>Educadora</u>			Cargo:			Cargo:													
Correo Electrónico: <u>www.ubacurad@ubacurad.edu.ec</u>			Correo Electrónico:			Correo Electrónico:													
Teléfono:			Teléfono:			Teléfono:													
Firma:			Firma:			Firma:													
Fecha: <u>06/09/2023</u>			Fecha:			Fecha:													

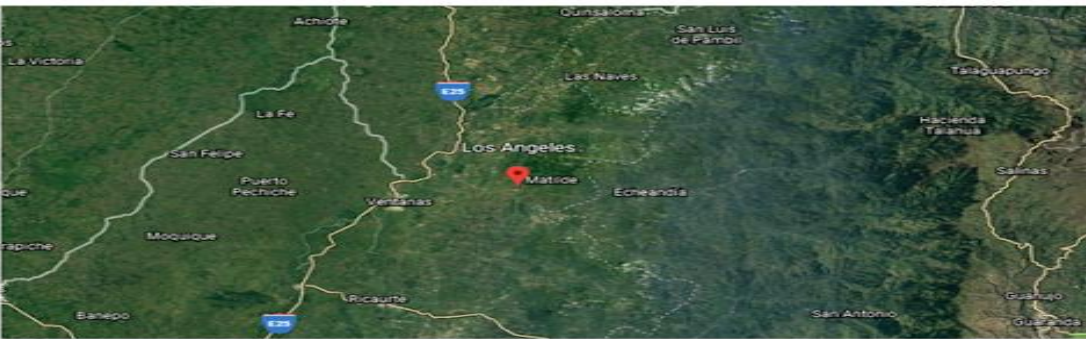
Anexo 5 Ficha técnica del atractivos turístico Cascada de San Jacinto

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																				
Código del atractivo:	1	2	0	7	5	4	A	N	0	6	#N/A	####	0	2	0	0	6			
	Provincia		Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo					
1. DATOS GENERALES																				
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																				
Casa del Árbol																				
1.2 Categoría				1.3 Tipo				1.4 Subtipo												
ATRATIVOS_NATURALES				BOSQUES				HÚMEDO												
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO TURÍSTICO																				
2.1 Provincia				2.2 Cantón				2.3 Parroquia												
LOS_RÍOS				VENTANAS				LOS_ÁNGELES												
2.4 Calle Principal				2.5 Número				2.6 Transversal												
2.7 Barrio, Sector o Comuna				2.8 Sitio poblado más cercano																
Los Angeles				Cantón Ventanas																
2.9 Latitud (grados decimales)				2.10 Longitud (grados decimales)				2.11 Altura (msnm)												
-1.427648				-81.779.371320																
2.12 Inmerso en Espacio Turístico				SI ☒ NO ☐ S/I ☐																
2.12.1 Nombre del Espacio Turístico:				Parroquia Los Angeles																
Observaciones:																				
3. CARACTERÍSTICAS CLIMATOLÓGICAS																				
SI ☒ NO ☐ S/I ☐																				
3.1. Clima Tropical				3.2 Temperatura(°C)				24 - 26				3.3 Precipitación Pluviométrica (mm)								
4. ACCESIBILIDAD AL ATRACTIVO TURÍSTICO																				
SI ☒ NO ☐ S/I ☐																				
4.1 Tipo de Ingreso (u)																				
SI ☐ NO ☐ S/I ☐																				
4.1.1 Libre (Continuar 4.1.4)				4.1.2 Restringido (Continuar observaciones)				4.1.3 Pagado (Continuar siguiente)				1								
4.1.3.1 Precio (Tarifa mínima y máxima):				a. Desde \$				1				b. Hasta \$				50				
4.1.3.2 Forma de Pago (u):				a. Efectivo				☒				b. Dinero Electrónico				☐				
				c. Tarjeta de Débito				☐				d. Tarjeta de Crédito				☐				
				e. Transferencia Bancaria				☐				f. Cheque				☐				
4.1.4 Horario:				a. Hora de Ingreso:				8:00				b. Hora de Salida:				17:00				
4.1.5 Atención (u):				a. Todos los días				0				c. Fines de Semana y Feriados				2				
				b. Sólo días hábiles				2				d. Otro.				0 Especifique:				
Observaciones:																				
4.2 Temporalidad (m)																				
SI ☒ NO ☐ S/I ☐																				
a. Alta (meses)				☒				Especifique:				Verano								
b. Baja (meses)				☒				Especifique:				Resto del año								
Observaciones: Es con currido los fines de semana y feriado																				
4.3 Facilidades para personas con discapacidad (m).																				
SI ☐ NO ☐ S/I ☒																				
a. Rampas				☐				b. Baterías Sanitarias adecuadas				☐				c. Personal Calificado				
d. Sistema Braille				☐				e. Otro				☐				Especifique:				
Observaciones:																				
5. CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO TURÍSTICO																				
SI ☒ NO ☐ S/I ☐																				
5.1 Acceso (m)																				
SI ☐ NO ☐ S/I ☐																				
5.1.1 Terrestre (u)		a. Primer Orden		1		Estado (g)	Bueno		☒		Regular		☐		Malo		☐			
		b. Segundo Orden		0			Bueno		☐		Regular		☐		Malo		☐			
		c. Tercer Orden		0			Bueno		☐		Regular		☐		Malo		☐			
5.1.2 Acuático (u)		a. Marítimo		0		Describir:														
		b. Lacustre		0		Describir:														
		c. Fluvial		0		Describir:														
5.1.3 Aéreo		0		Describir:																
Observaciones:																				

5.2 Comunicación (M)		SI	☒	NO	☐	S/I	☐	
5.2.1 Telefonía (M)	1	a. Fija	☐	b. Móvil	☒	c. Satelital	☐	
5.2.2 Conexión a Internet (M)	1	a. Línea Telefónica	☐	b. Cable	☐	c. Satélite	☐	
		d. Redes inalámbricas	☒	e. LMDS	☐	f. Telefonía Móvil	☐	
5.2.3 Radio Portátil (U)	0	SI	☐	NO	☒			
Observaciones:								
5.3 Señalización (M)		SI	☒	NO	☐	S/I	☐	
a. Señalización de aproximación al sitio	2	Estado (U)	Buena	☒	Regular	☐	Mala	☐
b. Señalética en el sitio	1		Buena	☒	Regular	☐	Mala	☐
Observaciones:								
5.4. Poblado Urbano Cercano más importante		SI	☒	NO	☐	S/I	☐	
5.4.1 Nombre del Poblado Urbano más importante: <i>Catón Ventanas</i>								
a. Distancia del atractivo al Poblado urbano más cercano:		15	Km	b. Tiempo de viaje al poblado urbano más cercano:		0:00	horas/ minutos	
Observaciones: <i>La distancia y el tiempo es un aproximado</i>								
5.5. Tipo de Transporte y Frecuencia (M)		SI	☒	NO	☐	S/I	☐	
5.5.1 Tipo	5.5.2 Frecuencia							
	a. Diaria	b. Semanal	c. Mensual	d. Eventual				
a. Bus	☒	☐	☐	☐				
b. Busetas	☐	☐	☐	☐				
c. Automóvil	☒	☐	☐	☐				
d. 4x4	☐	☐	☐	☐				
e. Tren	☐	☐	☐	☐				
f. Barco	☐	☐	☐	☐				
g. Lancha / Canoas / Bote	☐	☐	☐	☐				
h. Avión	☐	☐	☐	☐				
i. Avioneta	☐	☐	☐	☐				
j. Helicóptero	☐	☐	☐	☐				
k. Otro	☐	Especifique:						
Observaciones:								
6. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS		SI	☒	NO	☐	S/I	☐	
6.1 Planta Turística (M)		SI	☒	NO	☐	S/I	☐	
a. Alojamiento	2	Establecimientos registrados:	0	Habitaciones:	0	Plazas:	0	
b. Alimentos y Bebidas	2	Establecimientos registrados:	0	Mesas:	0	Plazas:	0	
c. Agencias de viaje/Operadoras	0	Establecimientos Registrados:	0					
d. Intermediación	☐	Especifique:						
e. Transporte o movilización interno	0	Especifique:						
f. Guianza	0	Especifique:						
g. Otros	0	Especifique:						
Observaciones:								

6.2 Facilidades en el entorno al atractivo (M)		SI	NO	S/I	
6.2.1 Categoría	6.2.2 Tipo (M)	6.2.3 Cant.	6.2.4 Administrador	6.2.5 Coordenadas a. Lat. b. Long.	6.2.6 Estado (U) a. b. c.
a. De apoyo a la gestión turística	Punto de información	☐			☐
	Punto de información	☐			☐
	Parque	☐			☐
	Centro de interpretación	☐			☐
	Centro de facilidades turísticas	☐			☐
b. De observación y vigilancia	Centro de recepción - equipamiento de visitantes	☐			☐
	Observatorio	☐			☐
	Servicio de asistencia al visitante	☐			☐
c. De recreación y descanso	Servicio de observación de aves	☐			☐
	Servicio de observación de aves	☐			☐
	Servicio de observación de aves	☐			☐
	Estaciones de senderos y recorridos	☐			☐
	Área de descanso	☐			☐
d. De servicio	Punto de acceso a servicios	☐			☐
	Refugio de alta montaña	☐			☐
	Refugio	☐			☐
	Área de servicio de alimentación	☐			☐
	Centro de gestión de visitantes	☐			☐
e. Otros ☐ Especifique:					
Observaciones:					
6.3 Complementarios (no)					
a. Casa de cambio	b. Alquiler y venta de equipamiento turístico	c. Venta de artesanías y souvenirs			
f. Otros servicios	g. Otros	Especifique:			
Observaciones:					
7. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTENDIO					
7.1 Atractivo (u)	SI	NO	S/I		
a. Conservado	4	b. Abandonado	0	c. En proceso de deterioro	0
Observaciones:					
7.1.1 Factores de deterioro (no)					
7.1.1.1 Naturales (no)		7.1.1.2 Antrópicos (M)			
a. Erosión	☐	a. Actividades agrícolas	☐	b. Actividades recreativas	☐
b. Inestabilidad	☐	c. Actividades recreativas / recreación	☐	d. Actividades recreativas	☐
c. Deterioro Natural	☐	e. Actividades recreativas	☐	f. Actividades recreativas	☐
d. Hongo/Caraca	☐	g. Actividades recreativas	☐	h. Actividades recreativas	☐
e. Otros	☐	h. Actividades recreativas	☐	i. Actividades recreativas	☐
Observaciones:					
7.2 Entorno (500 m) (u)					
a. Conservado	4	b. Abandonado	0	c. En proceso de deterioro	0
Observaciones:					
7.2.1 Factores de deterioro (no)					
7.2.1.1 Naturales (no)		7.2.1.2 Antrópicos (no)			
a. Erosión	☐	a. Actividades agrícolas	☐	b. Actividades recreativas	☐
b. Inestabilidad	☐	c. Actividades recreativas / recreación	☐	d. Actividades recreativas	☐
c. Deterioro Natural	☐	e. Actividades recreativas	☐	f. Actividades recreativas	☐
d. Hongo/Caraca	☐	g. Actividades recreativas	☐	h. Actividades recreativas	☐
e. Otros	☐	h. Actividades recreativas	☐	i. Actividades recreativas	☐
Observaciones:					
7.3 Armonía con el paisaje natural o cultural que lo rodea					
a. Si atractivo guarda armonía con el entorno (u)	SI	NO	S/I		
Observaciones:					
7.4 Declaración del Atractivo / Espacio / Destino					
a. Denominación:	b. Fecha de declaración:	c. Alcance:			
Observaciones:					
7.5 Amenazas Naturales (no)					
7.5.1 Geológicas (no)		7.5.2 Meteorológicas (no)			
a. Sismos	☐	b. Huracanes	☐	c. Inundaciones	☐
b. Erupciones volcánicas	☐	d. Deslizamientos	☐	e. Inundaciones	☐
c. Inundaciones en zonas bajas	☐	f. Inundaciones	☐	g. Inundaciones	☐
d. Faltas Geológicas	☐	g. Inundaciones	☐	h. Inundaciones	☐
Observaciones:					
8. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA					
8.1 Agua (no)	SI	NO	S/I		
a. Potable	☐	b. Puro	☐	c. Tratamiento	☐
d. Entubado	☐	e. Brio, vertiente, acueducto	☐	f. Lleno	☐
g. Otros	☐	Especifique:			
Observaciones:					
8.2 Energía Eléctrica (no)					
a. Red de empresa eléctrica de Servicio Público	☐	b. Panel Solar	☐	c. Generador de corriente eléctrica	☐
d. Otros	☐	Especifique:			
Observaciones:					
8.3 Servicio de Alcantarillado (no)					
a. Red Pública	☐	b. Puro Ciego	☐	c. Puro Sólido	☐
d. Entero	☐	e. Otros	☐	Especifique:	
Observaciones:					
8.4 Gestión de residuos generados por la actividad turística (no)					
a. Recorrido de recolección (no)	☐	b. Cerro Recolector	☐	c. Terreno baldío o quebrado	☐
d. Recorrido de recolección al río, acueducto o canal	☐	e. Recorrido de recolección	☐	f. Otros	☐
Observaciones:					
8.5 Salud (más cercana) (no)					
a. Hospital o Clínica	0	b. Punto / Centro de salud	2	c. Dispensario	0
d. Personal capacitado en primeros auxilios y primeros	0				
Observaciones:					
8.6 Seguridad (no)					
a. Policía	☐	b. Policía Nacional	☐	c. Policía Municipal	☐
d. Otros	☐	Especifique:			
Observaciones:					

9. POLÍTICAS Y REGULACIONES		SI	☐	NO	☐	S/I	☐
9.1. El atractivo se halla dentro de la planificación turística territorial (GAD'S) (u):		SI	☐	NO	☐	Especifique:	
9.2. Se cumple con la normativa para actividades que se practican en el atractivo (u):		SI	☐	NO	☐	Especifique:	
9.3. Nombre del Administrador:							
9.4. Tipo de Administrador (u)							
a. Público ☐ b. Privado ☐ c. Comunitario ☐ d. Otro ☐ Especifique:							
9.5. Contacto							
a. Nombre:				b. Teléfono/Celular:			
c. Correo Electrónico:				d. Página WEB:			
Observaciones:							
10. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (u)		SI	☒	NO	☐	S/I	☐
10.1 ATRACTIVOS NATURALES (m)		SI	☒	NO	☐	S/I	☐
10.1.1 En el Agua (m)		SI	☒	NO	☐	S/I	☐
a. Buceo ☐		b. Kayak de mar / lacustre ☐		c. Kayak de Río ☐			
d. Kite Surf ☐		e. Rafting ☐		f. Snorkel ☐			
g. Surf ☐		h. Tubing ☐		i. Regata ☐			
j. Paseo en Panga / Bote / Lancha ☐		k. Paseo en Moto Acuática / Parasailing / Esquí ☐		l. Banana / Inflables ☐			
m. Pesca Deportiva ☐		n. Otro ☒		Especifique:		Natación	
Observaciones:							
10.1.2 En el Aire (m)		SI	☐	NO	☐	S/I	☐
a. Alas Delta ☐		b. Canopy ☐		c. Parapente ☐		d. Otro ☐ Especifique:	
Observaciones:							
10.1.3 En Superficie Terrestre (m)		SI	☒	NO	☐	S/I	☐
a. Montañismo ☐		b. Escalada ☐		c. Senderismo ☐			
d. Cicloturismo ☒		e. Canyoning ☐		f. Exploración de cuevas ☐			
g. Actividades Recreativas ☐		h. Cabalgata ☐		i. Caminata ☐			
j. Camping ☒		k. Pícnic ☒		l. Observación de flora y fauna ☒			
m. Fotografía ☒		n. Otro ☐		Especifique:			
Observaciones:							
10.2 ATRACTIVOS CULTURALES (u)		SI	☐	NO	☐	S/I	☐
10.2.1 Tangibles (m)		SI	☐	NO	☐	S/I	☐
a. Recorridos Guiados / Autoguiados ☐		b. Exposiciones Temáticas Permanentes, Temporales y ☐		c. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales. ☐			
d. Presentaciones Representaciones en vivo ☐		e. Muestras Audiovisuales ☐		f. Actividades Vivenciales y/o Lúdicas ☐			
g. Fotografía ☐		h. Información del lugar ☐		i. Visita a Talleres ☐			
j. Otro ☐		Especifique:					
Observaciones:							
10.2.2 Intangibles (m)		SI	☐	NO	☐	S/I	☐
10.2.2.1. Origen:		a. Ancestral ☐		b. Histórico ☐		c. Contemporáneo ☐	
10.2.2.2. Simbolismo:		10.2.2.3. Fecha de celebración:					
10.2.2.4. Periodicidad:		a. Anual ☐		b. Ocasional ☐		c. Otro ☐	
10.2.2.5. Portadores:		a. Individuos ☐		b. Colectivos ☐		c. Instituciones ☐	
10.2.2.6. Mantiene Costumbres y tradiciones:		SI ☐		NO ☐			
10.2.2.7. Características Específicas distintivas:							
10.2.2.8. Existe Información al respecto del Evento:		SI ☐		NO ☐			
10.2.2.9. Nivel de Organización:		a. Bueno ☐		b. Regular ☐		c. Malo ☐	
Observaciones:							

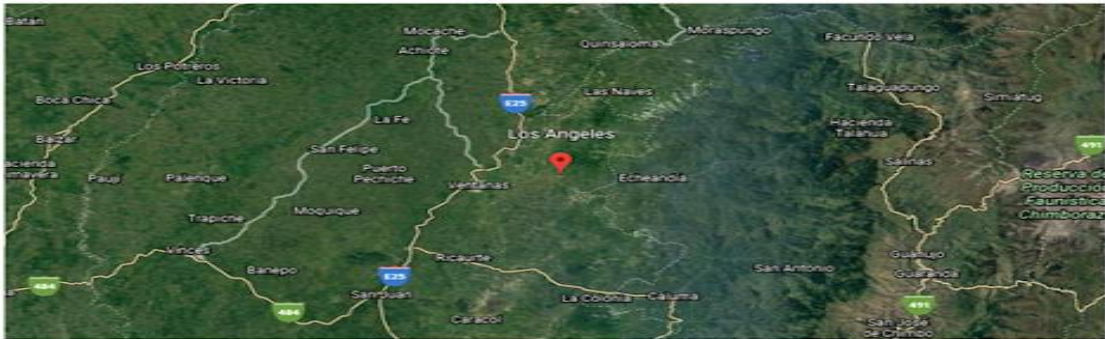
1.1. DIFUSIÓN Y MEDIOS DE PROMOCIÓN DEL ATRACTIVO				SI	☒	NO	☐	S/I	☐
1.1.1. Nivel de difusión del atractivo (u)				SI	☒	NO	☐	S/I	☐
a. Local ☒ 1				b. Regional ☒ 2		c. Nacional ☐		d. Internacional ☐	
Observaciones:									
1.1.2. Medios de Promoción del Atractivo (u)				SI	☒	NO	☐	S/I	☐
a. Página WEB ☐ URL:									
b. Red Social ☒ Nombre: Facebook									
c. Revistas Especializadas ☐ Nombre:									
d. Material POP ☐ Nombre:									
e. Oficina de Información Turística ☐ Nombre:									
f. Medios de comunicación (radio, tv, ptt, etc.) ☐ Especifique:									
g. Otro ☐ Especifique:									
Observaciones:									
1.1.3. Asociación con otros Atractivos (máximo 4)				SI	☐	NO	☐	S/I	☐
a. Nombre del atractivo		b. Distancia (km)		c. Tiempo (h/v/m aprox.)		d. Coordenadas Geográficas			
						1. Latitud (grados decimales)		2. Longitud (grados decimales)	
Observaciones:									
1.2. TIPO DE VISITANTE Y AFLUENCIA (u)				SI	☒	NO	☐	S/I	☐
1.2.1. Afluencia (M)		1.2.2. Tipo (U)		1.2.3. Frecuencia (U)					
a. Local ☒ 1,3	a. Turista ☒ 0,5	b. Excursionista ☒ 0,3	a. Alta ☒ 0,5	b. Media ☐	c. Baja ☐				
b. Nacional ☒ 2,1	a. Turista ☐	b. Excursionista ☐ 0,5	a. Alta ☐	b. Media ☒ 0,5	c. Baja ☐				
c. Extranjera ☐	a. Turista ☐	b. Excursionista ☐	a. Alta ☐	b. Media ☐	c. Baja ☐				
Observaciones:									
1.3. RECURSO HUMANO				SI	☒	NO	☐	S/I	☐
1.3.1. Personal especializado en turismo (u)				SI	☒	No	☐	Especifique:	
1.3.2. Nivel de Instrucción (u)									
Primaria ☐ Secundaria ☐ Tercer Nivel ☐ Cuarto Nivel ☐ Otro ☐				Especifique:					
1.3.3. Manejo de Idiomas (u)									
a. Inglés ☐ b. Alemán ☐ c. Francés ☐ d. Italiano ☐ e. Chino ☐ f. Otro ☐									
Observaciones:									
1.4. DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO				SI	☒	NO	☐	S/I	☐
Este lugar es un proyecto familiar realizado en una finca en la cual construyeron 2 piscinas para niños y adultos y 3 cabanas construidas de material rustico rodeadas de una orbeola, por tal motivo proviene el nombre del lugar									
1.5. ANEXOS				SI	☒	NO	☐	S/I	☐
a. Archivo fotográfico (u)									
									
Fuente: María Chérrez Oleas (2021)									
c. Ubicación gráfica del Atractivo									
									
Fuente: Google Earth (no se encuentra en el mapa el lugar)									
FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (obligatorio)									
ELABORADO POR:			VALIDADO POR:			APROBADO POR:			
Apellido y Nombre: Chérrez Oleas			Apellido y Nombre:			Apellido y Nombre:			
Institución: Universidad Técnica Estatal de Quevedo			Institución:			Institución:			
Cargo: Estudiante			Cargo:			Cargo:			
Correo Electrónico: maria.cherez@utq.edu.ve			Correo Electrónico:			Correo Electrónico:			
Teléfono:			Teléfono:			Teléfono:			
Firma:			Firma:			Firma:			
Fecha: 08/09/2021			Fecha:			Fecha:			

Anexo 6 Ficha técnica del atractivo turístico Casa del Árbol

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																	
Código del atractivo:	1	2	0	7	5	4	A	N	0	5	0	1	0	2	0	0	7
	Provincia			Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo	
1. DATOS GENERALES																	
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																	
Río Los Ángeles (Balmorán)																	
1.2 Categoría				1.3 Tipo				1.4 Subtipo									
ATRATIVOS_NATURALES				RÍOS				RÍO									
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO TURÍSTICO																	
2.1 Provincia				2.2 Cantón				2.3 Parroquia									
LOS_RÍOS				VENTANAS				LOS_ÁNGELES									
2.4 Calle Principal				2.5 Número				2.6 Transversal									
2.7 Barrio, Sector o Comuna				2.8 Sitio poblado más cercano													
Los Ángeles				Cantón Ventanas													
2.9 Latitud (grados decimales)				2.10 Longitud (grados decimales)				2.11 Altura (msnm)									
-1.427648				-79.371320													
2.12 Inmerso en Espacio Turístico				SI ☐				NO ☐				S/I ☐					
2.12.1 Nombre del Espacio Turístico:				Parroquia Los Ángeles													
Observaciones:																	
3. CARACTERÍSTICAS CLIMATOLÓGICAS																	
SI ☐ NO ☐ S/I ☐																	
3.1. Clima Tropical				3.2 Temperatura(°C) 24 - 26				3.3 Precipitación Pluviométrica (mm)									
4. ACCESIBILIDAD AL ATRACTIVO TURÍSTICO																	
SI ☐ NO ☐ S/I ☐																	
4.1 Tipo de Ingreso (u)																	
SI ☐ NO ☐ S/I ☐																	
4.1.1 Libre (Continuar 4.3.4)				4.1.2 Restringido (continuar observaciones)				4.1.3 Pagado (continuar siguiente)									
4.1.3.1 Precio (tarifa mínima y máxima):				a. Desde \$				b. Hasta \$									
				a. Efectivo ☐				b. Dinero Electrónico ☐									
4.1.3.2 Forma de Pago (u):				c. Tarjeta de Débito ☐				d. Tarjeta de Crédito ☐									
				e. Transferencia Bancaria ☐				f. Cheque ☐									
4.1.4 Horario:				a. Hora de Ingreso: 24:00				b. Hora de Salida: 24:00									
4.1.5 Atención (u):				a. Todos los días ☐				c. Fines de Semana y Feriados ☐									
				b. Sólo días hábiles ☐				d. Otra: ☐				Especifique:					
Observaciones:																	
4.2 Temporalidad (w)																	
SI ☐ NO ☐ S/I ☐																	
a. Alta (meses)				Especifique:				Febrero - Junio									
b. Baja (meses)				Especifique:				Resto del año									
Observaciones:																	
4.3 Facilidades para personas con discapacidad (u)																	
SI ☐ NO ☐ S/I ☐																	
a. Rampas ☐				b. Baterías Sanitarias adecuadas ☐				c. Personal Calificado ☐									
d. Sistema Braille ☐				e. Otro ☐				Especifique:									
Observaciones:																	
5. CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO TURÍSTICO																	
SI ☐ NO ☐ S/I ☐																	
5.1 Acceso (u)																	
SI ☐ NO ☐ S/I ☐																	
5.1.1 Terrestre (u)		a. Primer Orden ☐		b. Segundo Orden ☐		c. Tercer Orden ☐		Buena ☐		Regular ☐		Mala ☐					
5.1.2 Acuático (u)		a. Marítimo ☐		b. Lacustre ☐		c. Fluvial ☐		Describir:									
5.1.3 Aéreo		☐		Describir:													
Observaciones:																	
5.2 Comunicación (u)																	
SI ☐ NO ☐ S/I ☐																	
5.2.1 Telefonía (u)				a. Fija ☐				b. Móvil ☐				c. Satelital ☐					
				a. Línea Telefónica ☐				b. Cable ☐				c. Satélite ☐					
5.2.2 Conexión a Internet (u)				d. Redes inalámbricas ☐				e. LMDS ☐				f. Telefonía Móvil ☐					
												NO ☐					
5.2.3 Radio Portátil (u)				☐													
Observaciones:																	
5.3 Señalización (u)																	
SI ☐ NO ☐ S/I ☐																	
a. Señalización de aproximación al sitio ☐				Buena ☐				Regular ☐				Mala ☐					
b. Señalización en el sitio ☐				Buena ☐				Regular ☐				Mala ☐					
Observaciones:																	
5.4. Poblado Urbano Cercano más importante																	
SI ☐ NO ☐ S/I ☐																	
5.4.1 Nombre del Poblado Urbano más importante: Cantón Ventanas																	
a. Distancia del atractivo al Poblado urbano más cercano: 12 Km																	
b. Tiempo de viaje al poblado urbano más cercano: 0:25 horas/ minutos																	
Observaciones: La distancia y el tiempo es un aproximado																	
5.5. Tipo de Transporte y Frecuencia (u)																	
SI ☐ NO ☐ S/I ☐																	
5.5.1 Tipo		5.5.2 Frecuencia															
		a. Diaria				b. Semanal				c. Mensual				d. Eventual			
a. Bus ☐		☐				☐				☐				☐			
b. Buseras ☐		☐				☐				☐				☐			
c. Automóvil ☐		☐				☐				☐				☐			
d. 4x4 ☐		☐				☐				☐				☐			
e. Tren ☐		☐				☐				☐				☐			
f. Banco ☐		☐				☐				☐				☐			
g. Lancha / Canoa / Bote ☐		☐				☐				☐				☐			
h. Avión ☐		☐				☐				☐				☐			
i. Avioneta ☐		☐				☐				☐				☐			
j. Helicóptero ☐		☐				☐				☐				☐			
k. Otro ☐		Especifique:															
Observaciones:																	

6. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS									
		SI		NO		S/I			
6.1 Planta Turística (w)									
a. Alojamiento		☐	Establecimientos registrados	☐	Habitaciones:	☐	Piñeros:	☐	
b. Alimentos y Bebidas		☐	Establecimientos registrados	☐	Mesas:	☐	Piñeros:	☐	
c. Agencias de viaje/Operadores		☐	Establecimientos registrados	☐					
d. Intermediación		☐	Especifique:						
e. Transporte o movilización interno		☐	Especifique:						
f. Guía		☐	Especifique:						
g. Otros		☐	Especifique:						
Observaciones:									
6.2 Facilidades en el entorno al atractivo (M)									
		SI		NO		S/I			
6.2.1 Categoría	6.2.2 Tipo (M)	6.2.3 Cant.	6.2.4 Administrador	6.2.5 Coordenadas		6.2.6 Estado (U)			
				a. Lat.	b. Long.	B	R	M	
a. De apoyo a la gestión turística	Punto de Información	☐				☐	☐	☐	
	Punto de Información cerrado	☐				☐	☐	☐	
	Info-Tur	☐				☐	☐	☐	
	Centro de Interpretación	☐				☐	☐	☐	
	Centro de recepción - equipamiento de visitantes	☐				☐	☐	☐	
b. De observación y vigilancia	Miradores	☐				☐	☐	☐	
	Torres de avistamiento de aves	☐				☐	☐	☐	
c. De recorrido y descanso	Torres de observación de selvas	☐				☐	☐	☐	
	Senderos	☐				☐	☐	☐	
	Estaciones de sombra y descanso	☐				☐	☐	☐	
	Áreas de Acampar	☐				☐	☐	☐	
	Puentes de acceso a senderos	☐				☐	☐	☐	
d. De servicio	Refugio de alta montaña	☐				☐	☐	☐	
	Muelle	☐				☐	☐	☐	
	Área de servicio de emergencia	☐				☐	☐	☐	
	Garitas de guardería	☐				☐	☐	☐	
	Baterías sanitarias	☐				☐	☐	☐	
	Estacionamientos	☐				☐	☐	☐	
e. Otros ☐ Especifique:									
Observaciones:									
6.3 Complementarios (w)									
		SI		NO		S/I			
a. Casa de cambio	☐	b. Alquiler y venta de equipo especializado	☐	c. Venta de Artesanías y merchandising	☐				
f. Cajero automático	☐	e. Taxis	☐	h. Otro	☐	Especifique:			
Observaciones:									
7. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO									
		SI		NO		S/I			
7.1 Atractivo (w)									
		SI		NO		S/I			
a. Conservado	☐	b. Alterado	☒	c. En proceso de deterioro	☐	d. Deteriorado	☐		
Observaciones:									
7.1.1 Factores de deterioro (w)									
		SI		NO		S/I			
7.1.1.1 Naturales (w)		7.1.1.2 Antrópicos (M)							
a. Erosión	☐	a. Actividades Agrícolas	☐	b. Ganaderías	☐	c. Actividades Forestales	☐		
b. Humedad	☐	d. Actividades Extractivas / Minería	☐	e. Actividades Industriales	☐	f. Negligencia / Abandono	☐		
c. Desastres Naturales	☐	g. Huasqueña	☐	h. Conflicto de tenencia	☐	i. Condiciones de uso y exposición	☐		
d. Flora/Fauna	☐	j. Escaso o nulo mantenimiento	☐	k. Contaminación del Ambiente	☐	l. Generación de residuos	☐		
e. Clima	☐	m. Expansión urbana	☐	n. Conflicto Político / Social	☐	o. Desarrollo Industrial /	☐		
Otro	☐	Especifique:							
Observaciones:									
7.2 Entorno (500 m) (w)									
		SI		NO		S/I			
a. Conservado	☐	b. Alterado	☒	c. En proceso de deterioro	☐	d. Deteriorado	☐		
Observaciones:									
7.2.1 Factores de deterioro (w)									
		SI		NO		S/I			
7.2.1.1 Naturales (w)		7.2.1.2 Antrópicos (M)							
a. Erosión	☐	a. Actividades Agrícolas	☐	b. Ganaderías	☐	c. Actividades Forestales	☐		
b. Humedad	☐	d. Actividades Extractivas / Minería	☐	e. Actividades Industriales	☐	f. Negligencia / Abandono	☐		
c. Desastres Naturales	☐	g. Huasqueña	☐	h. Conflicto de tenencia	☐	i. Condiciones de uso y exposición	☐		
d. Flora/Fauna	☐	j. Falta de mantenimiento	☐	k. Contaminación del Ambiente	☐	l. Generación de residuos	☐		
e. Clima	☐	m. Expansión urbana	☐	n. Conflicto Político / Social	☐	o. Desarrollo Industrial /	☐		
Otro	☐	Especifique:							
Observaciones:									
7.3 Armonía con el paisaje natural o cultural que lo rodea									
		SI		NO		S/I			
a. El atractivo guarda armonía con el entorno (w)	☐	2		NO	☐				
Observaciones:									
7.4. Declaratoria del Atractivo /Espacio/Destino									
		SI		NO		S/I			
a. Denominación:		b. Fecha de declaración:		c. Alcance:					
Observaciones:									
7.5 Amenazas Naturales (w)									
		SI		NO		S/I			
7.5.1 Geológicas (w)		7.5.2 Meteorológicas (w)							
a. Sismos	☐	a. Huracanes	☐						
b. Erupciones volcánicas	☐	b. Deslizamientos	☐						
c. Movimientos en masa-deslizamientos	☐	c. Marejadas	☐						
d. Fallas Geológicas	☐	d. Inundaciones	☐						
Otro	☐	Especifique:							
Observaciones:									

8. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA		SI	☐	NO	☐	S/I	☐
8.1 Agua (w)		SI	☒ 2	NO	☐	S/I	☐
a. Potable	☐	b. Pozo	☐	c. Tanquero	☐		
d. Entubada	☐	e. Río, vertiente, acequia o canal	☒	f. Uvula	☒		
g. Otro	☐	Especifique:					
Observaciones:							
8.2 Energía Eléctrica (w)		SI	☐	NO	☐	S/I	☐
a. Red de empresa eléctrica de Servicio Público	☐	b. Panel Solar	☐	c. Generador de corriente eléctrica	☐		
d. Otro	☐	Especifique:					
Observaciones:							
8.3 Servicio de Alcantarillado (w)		SI	☐	NO	☐	S/I	☐
a. Red Pública	☐	b. Pozo Ciego	☐	c. Pozo Séptico	☐	d. Con descarga directa al mar, río o quebrada	☐
e. Letrina	☐	f. Otro	☐	Especifique:			
Observaciones:							
8.4 Gestión de residuos generados por la actividad turística (w)		SI	☒ 2	NO	☐	S/I	☐
a. Manejo de desechos (SR)	☐	b. Carro Recolector	☐	c. Terreno baldío o quebrada	☐	d. Quema de basura	☒
e. Basura arrojada al río, acequia o canal	☒	f. Basura enterrada	☐	g. Otro	☐	Especifique:	
Observaciones:							
8.5 Salud (más cercano) (w)		SI	☒ 2	NO	☐	S/I	☐
a. Hospital o Clínica	☐	b. Puesto / Centro de salud	☒ 2	c. Médico Dispensario	☐	d. Personal capacitado en primeros auxilios y botiquín	☐
Observaciones:							
8.6 Seguridad (w)		SI	☒ 2	NO	☐	S/I	☐
a. Privada	☐	b. Policía Nacional	☒	c. Policía Metropolitana / Municipal	☐		
d. Otra	☐	Especifique:					
Observaciones:							
9. POLÍTICAS Y REGULACIONES		SI	☐	NO	☐	S/I	☐
9.1. El atractivo se halla dentro de la planificación turística territorial (GAD-S) (u):		SI	☐	NO	☐	Especifique:	
9.2. Se cumple con la normativa para actividades que se practican en el atractivo (u):		SI	☐	NO	☐	Especifique:	
9.3. Nombre del Administrador:							
9.4. Tipo de Administrador (u)							
a. Público	☐	b. Privado	☐	c. Comunitario	☐	d. Otro	☐
Especifique:							
9.5. Contacto							
a. Nombre:				b. Teléfono/Celular:			
c. Correo Electrónico:				d. Página WEB:			
Observaciones:							
10. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (u)		SI	☐	NO	☐	S/I	☐
10.1 ATRACTIVOS NATURALES (w)		SI	☐	NO	☐	S/I	☐
10.1.1 En el Agua (w)		SI	☐	NO	☐	S/I	☐
a. Buco	☐	b. Kayak de mar / lacustre	☐	c. Kayak de Río	☐		
d. Kite Surf	☐	e. Rafting	☐	f. Snorkel	☐		
g. Surf	☐	h. Tubing	☒	i. Regata	☐		
j. Paseo en Panga / Bote / Lancha	☐	k. Paseo en Moto Acuática / Parasailing / Esquí	☐	l. Banana / Inflables	☐		
m. Pesca Deportiva	☒	n. Otro	☐	Especifique:			
Observaciones:							
10.1.2 En el Aire (w)		SI	☐	NO	☐	S/I	☐
a. Alas Delta	☐	b. Canopy	☐	c. Parapente	☐	d. Otro	☐
Especifique:							
Observaciones:							
10.1.3 En Superficie Terrestre (w)		SI	☐	NO	☐	S/I	☐
a. Montarismo	☐	b. Escalada	☐	c. Senderismo	☐		
d. Cicloturismo	☐	e. Canyoning	☐	f. Exploración de cuevas	☐		
g. Actividades Recreativas	☐	h. Cabalgata	☐	i. Caminata	☐		
j. Camping	☐	k. Pícnic	☐	l. Observación de flora y fauna	☐		
m. Fotografía	☐	n. Otro	☐	Especifique:			
Observaciones:							
10.2 ATRACTIVOS CULTURALES (u)		SI	☐	NO	☐	S/I	☐
10.2.1 Tangibles (w)		SI	☐	NO	☐	S/I	☐
a. Recorridos Guiados / Autoguiados	☐	b. Exposiciones Temáticas Permanentes, Temporales y Muestras Audiovisuales	☐	c. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales	☐		
d. Presentaciones Representaciones en vivo	☐	e. Muestras Audiovisuales	☐	f. Actividades Vivenciales y/o lúdicas	☐		
g. Fotografía	☐	h. Información del lugar	☐	i. Visita a Talleres	☐		
j. Otro	☐	Especifique:					
Observaciones:							
10.2.2 Intangibles (w)		SI	☐	NO	☐	S/I	☐
10.2.2.1. Origen:		a. Ancestral	☐	b. Histórico	☐	c. Contemporáneo	☐
10.2.2.2. Simbolismo:		10.2.2.3. Fecha de celebración:					
10.2.2.4. Periodicidad:		a. Anual	☐	b. Ocasional	☐	c. Otro	☐
10.2.2.5. Portadores:		a. Individuos	☐	b. Colectivos	☐	c. Instituciones	☐
10.2.2.6. Mantiene Costumbres y tradiciones:		SI	☐	NO	☐		
10.2.2.7. Características Específicas distintivas:							
10.2.2.8. Existe Información al respecto del Evento:		SI	☐	NO	☐		
10.2.2.9. Nivel de Organización:		a. Bueno	☐	b. Regular	☐	c. Malo	☐
Observaciones:							

1.1. DIFUSIÓN Y MEDIOS DE PROMOCIÓN DEL ATRACTIVO					SI	☐	NO	☐	S/N	☐									
1.1.1. Nivel de difusión del atractivo (us)					SI	☐	NO	☐	S/N	☐									
a. Local ☐					b. Regional ☐					c. Nacional ☐					d. Internacional ☐				
Observaciones:																			
1.1.2. Medios de Promoción del Atractivo (us)					SI	☐	NO	☐	S/N	☐									
a. Página WEB ☐					URL:														
b. Red Social ☐					Nombre:														
c. Revistas Especializadas ☐					Nombre:														
d. Material POP ☐					Nombre:														
e. Oficina de Información Turística ☐					Nombre:														
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa) ☐					Especifique:														
g. Otro ☐					Especifique:														
Observaciones:																			
1.1.3. Asociación con otros Atractivos (mínimo 4)					SI	☐	NO	☐	S/N	☐									
a. Nombre del atractivo			b. Distancia (km)		c. Tiempo (h/m aprox.)		d. Coordenadas Geográficas												
							1. Latitud (grados decimales)		2. Longitud (grados decimales)										
Observaciones:																			
1.2. TIPO DE VISITANTE Y AFLUENCIA (us)					SI	☐	NO	☐	S/N	☐									
1.2.1. Afluencia (M)			1.2.2 Tipo (U)			1.2.3 Frecuencia (U)													
a. Local ☐ 0,8			a. Turista ☐ b. Excursionista ☐ 0,3			a. Alta ☐ 0,5 b. Media ☐ c. Baja ☐													
b. Nacional ☐			a. Turista ☐ b. Excursionista ☐			a. Alta ☐ b. Media ☐ c. Baja ☐													
c. Extranjera ☐			a. Turista ☐ b. Excursionista ☐			a. Alta ☐ b. Media ☐ c. Baja ☐													
Observaciones:																			
1.3. RECURSO HUMANO					SI	☐	NO	☐	S/N	☐									
1.3.1. Personal especializado en turismo (us)					SI	☐	No	☐	Especifique:										
1.3.2. Nivel de instrucción (us)																			
Primaria ☐ Secundaria ☐ Tercer Nivel ☐ Cuarto Nivel ☐ Otro ☐ Especifique:																			
1.3.3. Manejo de Idiomas (us)																			
a. Inglés ☐ b. Alemán ☐ c. Francés ☐ d. Italiano ☐ e. Chino ☐ f. Otro ☐																			
Observaciones:																			
1.4. DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO					SI	☐	NO	☐	S/N	☐									
Este balneario natural es muy concurrido por personas que viven a su alrededor, en las fechas especiales como carnaval y ferias de fin de año por completo, por eso en los días de afluencia generados se ven gran problema y se debe tomar las medidas necesarias.																			
1.5. ANDOS					SI	☐	NO	☐	S/N	☐									
a. Archivo Fotográfico (max)																			
																			
Fuente: María Chérrez (2023)																			
c. Ubicación gráfica del Atractivo																			
																			
Fuente: Google Earth																			
FIRMAS DE RESPONSABILIDAD colectiva																			
ELABORADO POR:			VALIDADO POR:			APROBADO POR:													
Apellido y Nombre: Chérrez María			Apellido y Nombre:			Apellido y Nombre:													
Institución: Universidad Técnica Estatal de Quevedo			Institución:			Institución:													
Cargo: Estudiante			Cargo:			Cargo:													
Correo Electrónico: maria.cherez@utq.edu.ec			Correo Electrónico:			Correo Electrónico:													
Teléfono:			Teléfono:			Teléfono:													
Firma:			Firma:			Firma:													
Fecha: 08/09/2023			Fecha:			Fecha:													

Anexo 7 Ficha técnica del atractivo turístico Río Los Ángeles

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																	
Código del atractivo:	1	2	0	7	5	0	A	N	0	5	0	1	0	1	0	0	8
	Provincia	Cantón	Parroquia	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía	Atractivo									
1. DATOS GENERALES																	
1.1 Nombre del Atractivo Turístico Río Zapotal																	
1.2 Categoría ATRATIVOS_NATURALES		1.3 Tipo RÍOS		1.4 Subtipo RÍO													
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO TURÍSTICO																	
2.1 Provincia LOS RÍOS				2.2 Cantón VENTANAS				2.3 Parroquia VENTANAS (CAB. CANTONAL)									
2.4 Calle Principal				2.5 Número				2.6 Transversal									
2.7 Barrio, Sector o Comuna				2.8 Sitio poblado más cercano													
Centro				Cantón Ventanas													
2.9 Latitud (grados decimales) -1.439762				2.10 Longitud (grados decimales) -79.46116				2.11 Altura (msnm)									
2.12 Inmerso en Espacio Turístico				SI ☐ NO ☒				S/I ☐									
2.12.1 Nombre del Espacio Turístico:																	
Observaciones:																	
3. CARACTERÍSTICAS CLIMATOLÓGICAS SI ☐ NO ☒ S/I ☐																	
3.1. Clima Tropical				3.2 Temperatura(°C) 24 - 26				3.3 Precipitación Pluviométrica (mm)									
4. ACCESIBILIDAD AL ATRACTIVO TURÍSTICO SI ☐ NO ☒ S/I ☐																	
4.1 Tipo de Ingreso (u) SI ☐ NO ☒ S/I ☐																	
4.1.1 Libre (Continuar 4.1.4) 3				4.1.2 Restringido (continuar observación)				4.1.3 Pagado (continuar siguiente)									
4.1.3.1 Precio (Tarifa máxima y mínima):				a. Desde \$ 0				b. Hasta \$ 0									
4.1.3.2 Forma de Pago (u):				a. Efectivo ☐				b. Dinero Electrónico ☐									
				c. Tarjeta de Débito ☐				d. Tarjeta de Crédito ☐									
				e. Transferencia Bancaria ☐				f. Cheque ☐									
4.1.4 Horario:				a. Hora de Ingreso: 24:00				b. Hora de Salida: 24:00									
4.1.5 Atención (u):				a. Todos los días 3				c. Fines de Semana y Feriados 0									
				b. Sólo días hábiles 0				d. Otro: 0 Especifique:									
Observaciones:																	
4.2 Temporalidad (u) SI ☐ NO ☒ S/I ☐																	
a. Alta (meses) 02				Especifique: Febrero - 7 junio													
b. Baja (meses) 02				Especifique: Resto del año													
Observaciones:																	
4.3 Facilidades para personas con discapacidad (u) SI ☐ NO ☒ S/I ☐																	
a. Rampas ☐				b. Baños Sanitarios adecuados ☐				c. Personal Calificado ☐									
d. Sistema Braille ☐				e. Otro ☐ Especifique:													
Observaciones:																	
5. CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO TURÍSTICO SI ☐ NO ☒ S/I ☐																	
5.1 Acceso (u) SI ☐ NO ☒ S/I ☐																	
5.1.1 Terrestre (u)		a. Primer Orden 1		Buena	Buena ☒		Regular ☐		Mala ☐								
		b. Segundo Orden 0			Buena ☐		Regular ☐		Mala ☐								
		c. Tercer Orden 0			Buena ☐		Regular ☐		Mala ☐								
5.1.2 Acuática (u)		a. Marítimo 0		Describir:													
		b. Lacustre 0		Describir:													
		c. Fluvial 0		Describir:													
5.1.3 Aéreo 0		Describir:															
Observaciones:																	
5.2 Comunicación (u) SI ☐ NO ☒ S/I ☐																	
5.2.1 Telefonía (u)		a. Fija ☐		b. Móvil ☐		c. Satelital ☐											
5.2.2 Conexión a Internet (u)		a. Línea Telefónica ☐		b. Cable ☐		c. Satélite ☐											
		d. Redes inalámbricas ☐		e. LMDS ☐		f. Telefonía Móvil ☐											
5.2.3 Radio Portátil (u)		0 SI ☐		NO ☐													
Observaciones:																	
5.3 Señalización (u) SI ☐ NO ☒ S/I ☐																	
a. Señalización de aproximación al sitio 2		Buena	Buena ☒		Regular ☐		Mala ☐										
b. Señalización en el sitio 1			Buena ☒		Regular ☐		Mala ☐										
Observaciones:																	
5.4 Poblado Urbano Cercano más importante SI ☐ NO ☒ S/I ☐																	
5.4.1 Nombre del Poblado Urbano más importante: Cantón Ventanas (centro)																	
a. Distancia del atractivo al Poblado urbano más cercano: 1 Km				b. Tiempo de viaje al poblado urbano más cercano: 0:05 horas/ minutos													
Observaciones: La distancia y el tiempo son aproximados																	
5.5 Tipo de Transporte y Frecuencia (u) SI ☐ NO ☒ S/I ☐																	
5.5.1 Tipo		5.5.2 Frecuencia															
		a. Diaria		b. Semanal		c. Mensual		d. Eventual									
a. Bus	☐	☐		☐		☐		☐									
b. Buseras	☒	☒		☐		☐		☐									
c. Automóvil	☒	☒		☐		☐		☐									
d. 4x4	☐	☐		☐		☐		☐									
e. Tren	☐	☐		☐		☐		☐									
f. Barco	☐	☐		☐		☐		☐									
g. Lancha / Canoa / Bote	☐	☐		☐		☐		☐									
h. Avión	☐	☐		☐		☐		☐									
i. Avioneta	☐	☐		☐		☐		☐									
j. Helicóptero	☐	☐		☐		☐		☐									
k. Otro	☐	Especifique:															
Observaciones:																	

6. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS										SI		NO		S/I					
6.1 Planta Turística (w)										SI		NO		S/I					
a. Alojamiento	☐	Establecimientos registrados	☐	Habitaciones:	☐	Plazas:	☐												
b. Alimentos y Bebidas	☐	Establecimientos registrados	☐	Mesas:	☐	Plazas:	☐												
c. Agencias de viaje/Operadores	☐	Establecimientos Registrados	☐																
d. Intermediación	☐	Especifique:																	
e. Transporte o movilización interno	☐	Especifique:																	
f. Guianza	☐	Especifique:																	
g. Otros	☐	Especifique:																	
Observaciones:																			
6.2 Facilidades en el entorno al atractivo (M)										SI		NO		S/I					
6.2.1 Categoría	6.2.2 Tipo (M)	6.2.3 Cant.	6.2.4 Administrador	6.2.5 Coordenadas a. Lat. b. Long.		6.2.6 Estado (U)			B	R	M								
a. De apoyo a la gestión turística ☐	Punto de Información abierto ☐								☐	☐	☐								
	Punto de Información cerrado ☐								☐	☐	☐								
	h-Tur ☐								☐	☐	☐								
	Centro de Interpretación ☐								☐	☐	☐								
	Centro de facilitación turística ☐								☐	☐	☐								
b. De observación y vigilancia ☐	Centro de recepción - equipamiento de visitantes ☐								☐	☐	☐								
	Miradores ☐								☐	☐	☐								
	Torres de avistamiento de aves ☐								☐	☐	☐								
c. De recorrido y descanso ☐	Torres de observación de selvas ☐								☐	☐	☐								
	Senderos ☐								☐	☐	☐								
	Estaciones de sombra y descanso ☐								☐	☐	☐								
d. De servicio ☐	Áreas de Acampar ☐								☐	☐	☐								
	Puentes de acceso a senderos ☐								☐	☐	☐								
	Refugio de alta montaña ☐								☐	☐	☐								
	Muelle ☐								☐	☐	☐								
	Área de servicio de alimentación ☐								☐	☐	☐								
e. Otros ☐	Garitas de guardiana ☐								☐	☐	☐								
	Beberías sanitarias ☐								☐	☐	☐								
	Estacionamientos ☐								☐	☐	☐								
Observaciones:																			
6.3 Complementarios (w)										SI		NO		S/I					
a. Casa de cambio ☐	b. Alquiler y venta de equipo especializado ☐	c. Venta de Artesanías y merchandising ☐																	
f. Cajero automático ☐	e. Taxis ☐	h. Otro ☐	Especifique:																
Observaciones:																			
7. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO										SI		NO		S/I					
7.1 Atractivo (w)										SI		NO		S/I					
a. Conservado ☐	b. Alterado ☐	c. En proceso de deterioro ☐	d. Deteriorado ☐																
Observaciones:																			
7.1.1 Factores de deterioro (w)										SI		NO		S/I					
7.1.1.1 Naturales (w)			7.1.1.2 Antrópicos (M)																
a. Erosión ☐	b. Humedad ☐	c. Desastres Naturales ☐	d. Flora/Fauna ☐	e. Clima ☐	a. Actividades Agrícolas ☐	b. Actividades Ganaderas ☐	c. Actividades Forestales ☐	d. Actividades Extractivas / Minería ☐	e. Actividades Industriales ☐	f. Negligencia / Abandono ☐	g. Huacquería ☐	h. Conflicto de tenencia ☐	i. Condiciones de uso y exposición ☐	j. Escaso o nulo mantenimiento ☐	k. Contaminación del Ambiente ☐	l. Generación de residuos ☐	m. Expansión urbana ☐	n. Conflicto Político / Social ☐	o. Desarrollo Industrial / ☐
Otro ☐										Especifique:									
Observaciones:																			
7.2 Entorno (500 m) (w)										SI		NO		S/I					
a. Conservado ☐	b. Alterado ☐	c. En proceso de deterioro ☐	d. Deteriorado ☐																
Observaciones:																			
7.2.1 Factores de deterioro (w)										SI		NO		S/I					
7.2.1.1 Naturales (w)			7.2.1.2 Antrópicos (w)																
a. Erosión ☐	b. Humedad ☐	c. Desastres Naturales ☐	d. Flora/Fauna ☐	e. Clima ☐	a. Actividades Agrícolas ☐	b. Actividades Ganaderas ☐	c. Actividades Forestales ☐	d. Actividades Extractivas / Minería ☐	e. Actividades Industriales ☐	f. Negligencia / Abandono ☐	g. Huacquería ☐	h. Conflicto de tenencia ☐	i. Condiciones de uso y exposición ☐	j. Falta de mantenimiento ☐	k. Contaminación del Ambiente ☐	l. Generación de residuos ☐	m. Expansión urbana ☐	n. Conflicto Político / Social ☐	o. Desarrollo Industrial / ☐
Otro ☐										Especifique:									
Observaciones:																			
7.3 Armonía con el paisaje natural o cultural que lo rodea										SI		NO		S/I					
a. El atractivo guarda armonía con el entorno (u)																			
Observaciones:																			
7.4. Declaratoria del Atractivo /Espacio/Destino										SI		NO		S/I					
a. Denominación:	b. Fecha de declaración:																		
c. Alcance:																			
Observaciones:																			
7.5 Amenazas Naturales (w)										SI		NO		S/I					
7.5.1 Geológicas (w)					7.5.2 Meteorológicas (w)														
a. Sismos ☐	b. Erupciones volcánicas ☐	c. Movimientos en masa-deslizamientos ☐	d. Fallas Geológicas ☐	Otro ☐	a. Huracanes ☐	b. Deslizamientos ☐	c. Marejadas ☐	d. Inundaciones ☐											
Especifique:																			
Observaciones:																			

8. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA		SI		NO		5/1	
8.1 Agua (w)		SI	☐	NO	☐	5/1	☐
a. Potable	☐	b. Pozo	☐	c. Tanquero	☐		
d. Entubada	☐	e. Río, vertiente, acequia o canal	☐	f. Lluvia	☐		
g. Otro	☐	Especifique:					
Observaciones:							
8.2 Energía Eléctrica (w)		SI	☐	NO	☐	5/1	☐
a. Red de empresa eléctrica de Servicio Público	☐	b. Panel Solar	☐	c. Generador de corriente eléctrica	☐		
d. Otro	☐	Especifique:					
Observaciones:							
8.3 Servicio de Alcantarillado (w)		SI	☐	NO	☐	5/1	☐
a. Red Pública	☐	b. Pozo Ciego	☐	c. Pozo Séptico	☐	d. Con descarga directa al mar, río o quebrada	☐
e. Letrina	☐	f. Otro	☐	Especifique:			
Observaciones:							
8.4 Gestión de residuos generados por la actividad turística (w)		SI	☐	NO	☐	5/1	☐
a. Manejo de desechos (SR)	☐	b. Camio Recolector	☐	c. Terreno baldío o quebrada	☐	d. Quema de basura	☐
e. Basura arrojada al río, acequia o canal	☐	f. Basura enterrada	☐	g. Otro	☐	Especifique:	
Observaciones:							
8.5 Salud (más cercano) (w)		SI	☐	NO	☐	5/1	☐
a. Hospital o Clínica	☐	b. Puesto / Centro de salud	☐	c. Dispensario Médico	☐	d. Personal Capacitado en primeros auxilios y botiquín	☐
Observaciones:							
8.6 Seguridad (w)		SI	☐	NO	☐	5/1	☐
a. Privada	☐	b. Policía Nacional	☐	c. Policía Metropolitana / Municipal	☐		
d. Otra	☐	Especifique:					
Observaciones:							
9. POLÍTICAS Y REGULACIONES		SI	☐	NO	☐	5/1	☐
9.1. El atractivo se halla dentro de la planificación turística territorial (GAD'S) (v):		SI	☐	NO	☐	Especifique:	
9.2. Se cumple con la normativa para actividades que se practican en el atractivo (v):		SI	☐	NO	☐	Especifique:	
9.3. Nombre del Administrador:							
9.4. Tipo de Administrador (v):							
a. Público	☐	b. Privado	☐	c. Comunitario	☐	d. Otro	☐
Especifique:							
9.5. Contacto							
a. Nombre:				b. Teléfono/Celular:			
c. Correo Electrónico:				d. Página WEB:			
Observaciones:							
10. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (v)		SI	☐	NO	☐	5/1	☐
10.1 ATRACTIVOS NATURALES (w)		SI	☐	NO	☐	5/1	☐
10.1.1 En el Agua (w)		SI	☐	NO	☐	5/1	☐
a. Buco	☐	b. Kayak de mar / lacustre	☐	c. Kayak de Río	☐		
d. Kite Surf	☐	e. Rafting	☐	f. Snorkel	☐		
g. Surf	☐	h. Tubing	☐	i. Regata	☐		
j. Paseo en Panga / Bote / Lancha	☐	k. Paseo en Moto Acuática / Parasailing / Esquí	☐	l. Banana / Inflables	☐		
m. Pesca Deportiva	☐	n. Otro	☐	Especifique:			
Observaciones:							
10.1.2 En el Aire (w)		SI	☐	NO	☐	5/1	☐
a. Alas Delta	☐	b. Canopy	☐	c. Parapente	☐	d. Otro	☐
Especifique:							
Observaciones:							
10.1.3 En Superficie Terrestre (w)		SI	☐	NO	☐	5/1	☐
a. Montarismo	☐	b. Escalada	☐	c. Senderismo	☐		
d. Cicloturismo	☐	e. Canyoning	☐	f. Exploración de cuevas	☐		
g. Actividades Recreativas	☐	h. Cabalgata	☐	i. Caminata	☐		
j. Camping	☐	k. Pícnic	☐	l. Observación de flora y fauna	☐		
m. Fotografía	☐	n. Otro	☐	Especifique:			
Observaciones:							
10.2 ATRACTIVOS CULTURALES (w)		SI	☐	NO	☐	5/1	☐
10.2.1 Tangibles (w)		SI	☐	NO	☐	5/1	☐
a. Recorridos Guiados / Auto guiados	☐	b. Exposiciones Temáticas Permanentes, Temporales y	☐	c. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales	☐		
d. Presentaciones Representaciones en vivo	☐	e. Muestras Audiovisuales	☐	f. Actividades Vivenciales y/o Lúdicas	☐		
g. Fotografía	☐	h. Información del lugar	☐	i. Visita a Talleres	☐		
j. Otro	☐	Especifique:					
Observaciones:							
10.2.2 Intangibles (w)		SI	☐	NO	☐	5/1	☐
10.2.2.1. Origen:	a. Ancestral	☐	b. Histórico	☐	c. Contemporáneo	☐	
10.2.2.2. Simbolismo:	10.2.2.3. Fecha de celebración:						
10.2.2.4. Periodicidad:	a. Anual	☐	b. Ocasional	☐	c. Otro	☐	
10.2.2.5. Portadores:	a. Individuos	☐	b. Colectivos	☐	c. Instituciones	☐	
10.2.2.6. Mantiene Costumbres y tradiciones:	SI	☐	NO	☐			
10.2.2.7. Características Específicas distintivas:							
10.2.2.8. Existe Información al respecto del Evento:	SI	☐	NO	☐			
10.2.2.9. Nivel de Organización:	a. Bueno	☐	b. Regular	☐	c. Malo	☐	
Observaciones:							

1.1. DIFUSIÓN Y MEDIOS DE PROMOCIÓN DEL ATRACTIVO					
1.1.1. Nivel de difusión del atractivo (u)					
a. Local ☐		b. Regional ☐		c. Nacional ☐	
				d. Internacional ☐	
Observaciones:					
1.1.2. Medios de Promoción del Atractivo (u)					
a. Página Web ☐		URL:			
b. Red Social ☐		Nombre:			
c. Revistas Especializadas ☐		Nombre:			
d. Material POP ☐		Nombre:			
e. Oficina de Información Turística ☐		Nombre:			
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa) ☐		Especifique:			
g. Otro ☐		Especifique:			
Observaciones:					
1.1.3. Asociación con otros Atractivos (máximo)					
a. Nombre del atractivo		b. Distancia (km)	c. Tiempo (h/m a aprox.)	d. Coordenadas Geográficas	
				1. Latitud (grados decimales)	2. Longitud (grados decimales)
Observaciones:					
1.2. TIPO DE VISITANTE Y AFLUENCIA (u)					
1.2.1. Afluencia (M)		1.2.2. Tipo (U)		1.2.3. Frecuencia (U)	
a. Local ☒	0.8	a. Turista ☐	b. Excursionista ☒	a. Alta ☒	b. Media ☐
b. Nacional ☐	1.1	a. Turista ☐	b. Excursionista ☒	a. Alta ☐	b. Media ☒
c. Extranjera ☐	0	a. Turista ☐	b. Excursionista ☐	a. Alta ☐	b. Media ☐
Observaciones:					
1.3. RECURSO HUMANO					
1.3.1. Personal especializado en turismo (u)					
Si ☐		No ☐			
Especifique:					
1.3.2. Nivel de instrucción (u)					
Primaria ☐ Secundaria ☐ Tercer Nivel ☐ Cuarto Nivel ☐ Otro ☐ Especifique:					
1.3.3. Manejo de Idiomas (u)					
a. Inglés ☐ b. Alemán ☐ c. Francés ☐ d. Italiano ☐ e. Chino ☐ f. Otro ☐					
Observaciones:					
1.4. DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO					
El río Zapotol recorre el cantón Ventanas, en los primeros meses del año se realizan diferentes actividades en las cuales participa la ciudadanía del cantón y también la de su alrededores.					
1.5. ANEXOS					
a. Archivo Fotográfico (u)					
					
Fuente: María Chérrez (2022)					
c. Ubicación gráfica del Atractivo					
					
Fuente:					
FIRMAS DE RESPONSABILIDAD					
ELABORADO POR:		VALIDADO POR:		APROBADO POR:	
Apellido y Nombre: Chérrez María		Apellido y Nombre:		Apellido y Nombre:	
Institución: Universidad Técnica Estatal de Quevedo		Institución:		Institución:	
Cargo: Estudiante		Cargo:		Cargo:	
Correo Electrónico: marianacherez@utq.edu.ec		Correo Electrónico:		Correo Electrónico:	
Teléfono:		Teléfono:		Teléfono:	
Firma:		Firma:		Firma:	
Fecha: 06/09/2022		Fecha:		Fecha:	

Anexo 8 Ficha técnica del atractivo turístico Río Zapotol



Anexo 10 Letras del nombre del cantón



Anexo 9 Juegos infantiles del Malecón Ventanas



Anexo 12 Entrada a la cascada de San Jacinto



Anexo 11 Parque 13 de Abril



Anexo 14 Cascada de San Jacinto



Anexo 13 Cabañas ubicadas junto a la Casa del Árbol

Document Information

Analyzed document	TESIS - CHERREZ-OLALES-MARIA-NATIVIDAD - urkund (1).docx (D117929884)
Submitted	2021-11-09 02:48:00
Submitted by	GUTIERREZ LARA VICTOR EDUARDO
Submitter email	vgutierrez@uteq.edu.ec
Similarity	1%
Analysis address	vgutierrez.uteq@analysis.orkund.com

Sources included in the report

SA	UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO / Tesis Jessica Bosques URKUND.docx		1
	Document Tesis Jessica Bosques URKUND.docx (D58473442)		
	Submitted by: ejimenez@uteq.edu.ec		
	Receiver: ejimenez.uteq@analysis.orkund.com		
SA	8.0 TESIS PVM.docx		2
	Document 8.0 TESIS PVM.docx (D59018351)		

Anexo 15 Análisis URKUND