



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

ÁREA JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA

TITULO:

Estudio de Factibilidad, mediante la aplicación del Manual de Señalización Turística del Ministerio de Turismo, para proponer el Plan de Señalética del Centro Turístico Comunitario “Umawa”, ubicado en la Parroquia San Roque del Cantón Shushufindi.

Tesis previa a optar el Título de Ingeniería en Administración Turística
--

Autora:

Matilde Esther Guadalupe Rodríguez

Director de Tesis:

Ing. Washington Enrique Villacís Zapata., Mg. Sc.

Loja – Ecuador

2016

CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR DE TESIS

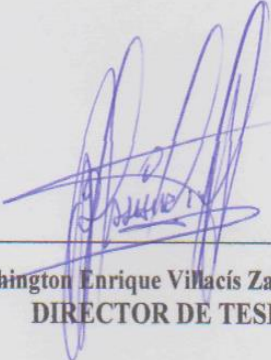
ING. WASHINGTON ENRIQUE VILLACÍS ZAPATA., MG.SC.

DOCENTE DE LA CARRERA DE INGENIERÍA ADMINISTRACIÓN
TURÍSTICA DEL PLAN DE CONTINGENCIA DE LA UNIVERSIDAD
NACIONAL DE LOJA, SEDE TENA.

CERTIFICO:

Que la presente tesis titulada: **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, MEDIANTE LA APLICACIÓN DEL MANUAL DE SEÑALIZACIÓN TURÍSTICA DEL MINISTERIO DE TURISMO, PARA PROPONER EL PLAN DE SEÑALÉTICA DEL CENTRO TURÍSTICO COMUNITARIO “UMAWA”, UBICADO EN LA PARROQUIA SAN ROQUE DEL CANTÓN SHUSHUFINDI.**, desarrollada por **Matilde Esther Guadalupe Rodríguez**, ha sido elaborada bajo mi dirección y cumple con los requisitos de fondo y de forma que exigen los respectivos reglamentos e instituciones. Por ello autorizo su presentación y sustentación.

Tena, 05 de julio del 2016



Ing. Washington Enrique Villacís Zapata., Mg. Sc.
DIRECTOR DE TESIS

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR

Tena, 05 Octubre del 2016

CERTIFICACIÓN

Los Miembros del Tribunal de Grado abajo firmantes, certificamos que el Trabajo de Titulación denominado **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, MEDIANTE LA APLICACIÓN DEL MANUAL DE SEÑALIZACIÓN TURÍSTICA DEL MINISTERIO DE TURISMO, PARA PROPONER EL PLAN DE SEÑALÉTICA DEL CENTRO TURÍSTICO COMUNITARIO "UMAWA", UBICADO EN LA PARROQUIA SAN ROQUE DEL CANTÓN SHUSHUFINDI**, presentada por la señora: Matilde Esther Guadalupe Rodríguez, de la carrera de Ingeniería en Administración Turística del Plan de Contingencia de la Universidad Nacional de Loja, Sede Tena, ha sido corregida y revisada; por lo que autorizamos su presentación.

Atentamente,

Lcdo. ~~Diego Patricio Chiriboga Coca~~, Mg. Sc.
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

Ing. Betty Alexandra Jaramillo Tituaña., Mg. Sc.
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

Ing. Fausto-Ramiro García Vasco., Mg. Sc.
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

AUTORÍA

Yo, **MATILDE ESTHER GUADALUPE RODRIGUEZ**, declaro ser autora del presente Trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales por el contenido de la misma.

Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja, la publicación de mi trabajo de Titulación en el repositorio institucional- biblioteca Virtual.

AUTORA: Matilde Esther Guadalupe Rodríguez

FIRMA:



FECHA: Loja, Octubre del 2016

**CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS POR PARTE DEL AUTOR,
PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y
PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO.**

Yo, **MATILDE ESTHER GUADALUPE RODRÍGUEZ**, declaro ser autora de la Tesis titulada: **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, MEDIANTE LA APLICACIÓN DEL MANUAL DE SEÑALIZACIÓN TURÍSTICA DEL MINISTERIO DE TURISMO, PARA PROPONER EL PLAN DE SEÑALÉTICA DEL CENTRO TURÍSTICO COMUNITARIO "UMAWA", UBICADO EN LA PARROQUIA SAN ROQUE DEL CANTÓN SHUSHUFINDI**, Como requisito para optar al grado de: **INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA**: autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional.

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el RDI, en las redes de información del país y del exterior, con las cuales tenga convenio la Universidad.

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia de la Tesis que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los 7 días del mes de octubre de 2016, firma la autora:

AUTORA: Matilde Esther Guadalupe Rodríguez

FIRMA:  _____

CÉDULA 1711736064

DIRECCIÓN: Shushufindi, Barrio "9 de Octubre"

CORREO ELECTRÓNICO: matildegadalupe@hotmail.com

TELÉFONO: 062840360

CELULAR: 0994866933

DATOS COMPLEMENTARIOS:

DIRECTOR DE TESIS: Ing. Washington Enrique Villacís Zapata., Mg. Sc.

TRIBUNAL DE GRADO:

Lcdo. Diego Patricio Chiriboga Coca., Mg. Sc. (Presidente)

Ing. Betty Alexandra Jaramillo Tituaña., Mg. Sc. (Miembro de Tribunal)

Ing. Fausto Ramiro García Vasco., Mg. Sc. (Miembro de Tribunal)

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mi querida Universidad porque en sus aulas recibí las mejores enseñanzas, y en mi corazón llevo los más gratos recuerdos que nunca olvidaré

Con una expresión de gratitud a mis queridos maestros, que con nobleza y sacrificio vertieron toda su misión en mí persona.

A mi mamá Olivia Guadalupe, por ser el pilar fundamental en todo lo que soy, en toda mi educación, tanto académica, como de la vida, por su incondicional apoyo perfectamente mantenido a través del tiempo.

Todo este trabajo ha sido posible gracias a ellos.

AGRADECIMIENTO

Primero y antes que nada, dar gracias a Dios, por estar conmigo en cada paso que doy, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente y por haber puesto en mi camino a aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante todo el periodo de estudio.

Agradecer hoy y siempre a mi familia por el esfuerzo realizado por ellos. El sustento en mis estudios, de ser así no hubiese sido posible. A mis hijos, esposo y hermanas ya que me brindan la ayuda incondicional, la alegría y me dan la fortaleza necesaria para seguir adelante.

Un agradecimiento A mis maestros, gracias por su tiempo, por su apoyo así como por la sabiduría que me transmitieron en el desarrollo de mi formación profesional, en especial a mi tutor por la colaboración, paciencia, soporte y sobre todo por esa gran amistad que me brindó y me brinda, por escucharme y aconsejarme siempre. De igual manera al propietario del Centro Turístico comunitario “UMAWA”, por permitirme realizar mi tesis de grado.

Matilde Esther Guadalupe Rodríguez

ÍNDICE DE CONTENIDOS

PORTADA.....	i
CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR DE TESIS.....	ii
CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR	iii
AUTORÍA	iv
CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS.....	v
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTO	vii
ÍNDICE DE CONTENIDOS	viii
ÍNDICE DE FIGURAS	xii
ÍNDICE DE CUADROS.....	xiii
ÍNDICE DE MAPAS	xiv
ÍNDICE DE TABLAS	xv
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xvi
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xvii
A. TÍTULO.....	1
B. RESUMEN	2
C. INTRODUCCIÓN	4
D. REVISIÓN DE LITERATURA	7
4.1. Estudio de Factibilidad	7
4.1.1. Componentes del Estudio de Factibilidad.....	8
4.1.2. Turismo	12
4.2. Señalética.....	13
4.2.1. Señalización Turística	15
4.2.2. Manual de Señalización Turística.....	15
4.2.3. Tipos de Señalización.....	16
4.2.4. Plan de señalética.....	17
4.2.5. Elementos de la señalización.....	17
4.2.6. Tipos de señales.....	19
4.2.7. Consideraciones para una buena señalización.....	20
4.3. Marco Legal.....	21

4.3.1.	Ley de Turismo	22
4.3.2.	Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible para el Ecuador	46
4.3.3.	Reglamento de Señalización Turística.....	47
4.4.	Marco Conceptual.....	48
E.	MATERIALES Y MÉTODOS	51
5.1.	Materiales	51
5.1.1.	Equipos.....	51
5.1.2.	Herramientas.....	51
5.1.3.	Insumos.....	52
5.2.	Métodos	52
5.2.1.	Ubicación del área de estudio.....	53
5.2.2.	Ubicación política.....	55
5.2.3.	Ubicación geográfica.....	56
5.3.	Aspectos biofísicos y climáticos.....	57
5.3.1.	Aspectos biofísicos.....	57
5.3.2.	Aspectos climáticos.....	59
5.4.	Tipo de investigación	62
5.4.1.	Investigación descriptiva.....	62
5.4.2.	Investigación de campo.....	62
5.4.3.	Investigación documental.....	63
5.5.	Determinar el Diagnóstico situacional del Centro Turístico Comunitario “UMAWA”, ubicado en la Parroquia San Roque del Cantón Shushufindi.....	63
5.5.1.	Gestión Institucional.....	63
5.5.2.	Identificación del área de estudio.....	63
5.5.3.	Elaboración de la muestra.....	64
5.5.4.	Aplicación y resultados de la encuesta.....	65
5.6.	Efectuar el estudio de factibilidad para diseñar el diagnóstico situacional del Centro Turístico Comunitario “UMAWA”, ubicado en la Parroquia San Roque del Cantón Shushufindi.	65
5.6.1.	Estudio de factibilidad.....	66
5.6.2.	Estudio de Mercado.....	66
5.6.3.	Estudio Técnico.....	66

5.6.4.	Estudio Financiero.....	67
5.6.5.	Financiamiento.....	67
5.6.6.	Etapas para elaborar el inventario de atractivos.....	67
5.6.7.	Elaboración del inventario turístico del Centro Turístico Comunitario “UMAWA”, ubicado en la Parroquia San Roque del Cantón Shushufindi.....	68
5.7.	Diseñar el Plan de Señalética para el Centro Turístico Comunitario “UMAWA”, ubicado en la Parroquia San Roque del Cantón Shushufindi.....	68
5.7.1.	Investigación de campo.....	68
5.7.2.	Investigación documental.....	68
5.7.3.	Estructura del plan de señalética turística.....	69
F.	RESULTADOS.....	70
6.1.	Determinar el diagnóstico situacional del Centro Turístico Comunitario “UMAWA”. Ubicado en la Parroquia San Roque del Cantón Shushufindi.....	70
6.1.1.	Gestión Institucional.....	70
6.1.2.	Identificación del área de estudio.....	70
6.1.3.	Elaboración de la muestra.....	77
6.1.4.	Aplicación y resultados de la encuesta.....	77
6.2.	Efectuar el estudio de factibilidad para diseñar el diagnóstico situacional del Centro Turístico Comunitario “UMAWA”, ubicado en la Parroquia de San Roque del Cantón Shushufindi.....	89
6.2.1.	Estudio de factibilidad.....	89
6.2.2.	Estudio de Mercado.....	90
6.2.3.	Estudio Técnico.....	90
6.2.4.	Estudio Financiero.....	90
6.2.5.	Financiamiento.....	93
6.2.6.	Etapas para elaborar el inventario de atractivos.....	93
6.3.	Elaboración del inventario turístico del Centro Turístico Comunitario “UMAWA”, ubicado en la Parroquia San Roque del Cantón Shushufindi.....	94

6.4.	Diseñar el Plan de Señalética para el Centro Turístico Comunitario “UMAWA”. Ubicado en la Parroquia San Roque del Cantón Shushufindi.....	95
6.4.1.	Investigación de campo.....	95
6.4.2.	Investigación documental.....	95
6.4.3.	Estructura del plan de señalética turística.....	95
G.	DISCUSIÓN	124
7.1.	Determinar el diagnóstico situacional del Centro Turístico Comunitario “UMAWA”. Ubicado en la Parroquia San Roque del Cantón Shushufindi.....	124
7.2.	Efectuar el Estudio de Factibilidad para diseñar el Diagnóstico situacional del Centro turístico Comunitario “UMAWA”, ubicado en la parroquia San Roque del Cantón Shushufindi.....	125
7.3.	Diseñar el plan de señalética turística para el Centro Turístico Comunitario “UMAWA”, ubicado en la Parroquia de San Roque del Cantón Shushufindi.....	125
H.	CONCLUSIONES	127
I.	RECOMENDACIONES	128
J.	BIBLIOGRAFÍA	129
K.	ANEXOS	134

ÍNDICE DE FIGURAS

Nº	CONTENIDO	PÁG.
Figura 1.	Señalética restaurante	100
Figura 2.	Señalética pesca	101
Figura 3.	Señalética zona recreativa	102
Figura 4.	Señalética hospedaje	103
Figura 5.	Señalética flora	104
Figura 6.	Señalética laguna.....	105
Figura 7.	Señalética fauna	106
Figura 8.	Señalética sendero el laurel	107
Figura 9.	Señalética sendero el higuerón.....	108
Figura 10.	Señalética no botar basura.....	109
Figura 11.	Señalética sendero	110
Figura 12.	Señalética serpentario.....	111

ÍNDICE DE CUADROS

Nº	CONTENIDO	PÁG.
Cuadro 1.	Flora de la Parroquia San Roque.....	57
Cuadro 2.	Mamíferos de la Parroquia San Roque.....	58
Cuadro 3.	Aves de la Parroquia San Roque.....	58
Cuadro 4.	Anfibios de la Parroquia San Roque.....	58
Cuadro 5.	Reptiles de la Parroquia San Roque.....	58
Cuadro 6.	SEÑALÉTICA: RESTAURANTE.....	112
Cuadro 7.	SEÑALÉTICA: PESCA DEPORTIVA.....	113
Cuadro 8.	SEÑALÉTICA: ZONA RECREATIVA.....	114
Cuadro 9.	SEÑALÉTICA: HOSPEDAJE.....	115
Cuadro 10.	SEÑALÉTICA: FLORA.....	116
Cuadro 11.	SEÑALÉTICA: LAGUNA.....	117
Cuadro 12.	SEÑALÉTICA: FAUNA.....	118
Cuadro 13.	SEÑALÉTICA: SENDERO EL LAUREL.....	119
Cuadro 14.	SEÑALÉTICA: SENDERO EL HIGUERON.....	120
Cuadro 15.	SEÑALÉTICA: NO BOTAR BASURA.....	121
Cuadro 16.	SEÑALÉTICA: SENDERO DE ÁRBOLES FRUTALES.....	122
Cuadro 17.	SEÑALÉTICA: SERPENTARIO.....	123

ÍNDICE DE MAPAS

Nº	CONTENIDO	PÁG.
Mapa 1.	Mapa del Área de estudio.	54
Mapa 2.	Ubicación Política Parroquia San Roque.	55
Mapa 3.	Ubicación Geográfica del Cantón Shushufindi.	56
Mapa 4.	Croquis del lugar objeto de estudio	71
Mapa 5.	Mapa del centro turístico Comunitario “UMAWA”	99

ÍNDICE DE TABLAS

Nº	CONTENIDO	PÁG.
Tabla 1.	Precipitación.....	59
Tabla 2.	Temperatura.....	60
Tabla 3.	Humedad.....	61
Tabla 4.	Heliofanía.....	61
Tabla 5.	¿Cree que la señalética sirve como una guía turística?.....	79
Tabla 6.	¿Qué es una señalética?.....	80
Tabla 7.	¿Conoce sobre señales turísticas?.....	81
Tabla 8.	Las señales turísticas que mensajes transmiten.....	82
Tabla 9.	¿Al diseñar un sistema de señales, los elementos gráficos son de gran utilidad?.....	83
Tabla 10.	¿Conoce el significado de los colores de las señales turísticas?...	84
Tabla 11.	¿Conoce sobre turismo comunitario?.....	85
Tabla 12.	¿Está de acuerdo que se realice un Plan de Señalética turística en el Centro Comunitario “UMAWA”?.....	86
Tabla 13.	¿Qué servicios le gustaría que ofrezca el Centro Comunitario “UMAWA”?.....	87
Tabla 14.	¿La creación de un plan de señalización turística en centro comunitario “UMAWA” afectara o beneficiara a la economía de la parroquia?.....	88
Tabla 15.	Materia prima e insumos.....	91
Tabla 16.	Mano de Obra.....	91
Tabla 17.	Totales.....	92
Tabla 18.	Listado de los recursos naturales.....	94
Tabla 19.	Listado de los recursos culturales.....	94

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Nº	CONTENIDO	PÁG.
Gráfico 1.	Precipitaciones Parroquia San Roque.....	59
Gráfico 2.	Temperatura parroquia San Roque.....	60
Gráfico 3.	Humedad de la parroquia San Roque	61
Gráfico 4.	Heliofanía de la parroquia San Roque	62
Gráfico 5.	¿Cree que la señalética sirve como una guía turística?.....	79
Gráfico 6.	¿Qué es una señalética?	80
Gráfico 7.	¿Conoce sobre señales turísticas?	81
Gráfico 8.	Las señales turísticas que mensajes transmiten.	82
Gráfico 9.	¿Al diseñar un sistema de señales, los elementos gráficos son de gran utilidad?.....	83
Gráfico 10.	¿Conoce sobre el significado de los colores de las señales turísticas?	84
Gráfico 11.	¿Conoce sobre turismo comunitario?	85
Gráfico 12.	¿Está de acuerdo que se realice un Plan de Señalética turística en el Centro Turístico Comunitario “UMAWA”?.....	86
Gráfico 13.	¿Qué servicios le gustaría que ofrezca el Centro Turístico Comunitario “UMAWA”?.....	87
Gráfico 14.	¿La creación de un plan de señalización turística en centro comunitario “UMAWA” afectara o beneficiara a la economía de la parroquia?	88

ÍNDICE DE ANEXOS

Nº	CONTENIDO	PÁG.
Anexo 1.	Solicitud de apertura.....	134
Anexo 2.	Resolución tomada ante el oficio de solicitud de realizar el proyecto de titulación en el centro turístico UMAWA.....	135
Anexo 3.	Encuesta.....	136
Anexo 4.	Fichas.....	138
Anexo 5.	Fotografías.....	172

A. TÍTULO

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, MEDIANTE LA APLICACIÓN DEL MANUAL DE SEÑALIZACIÓN TURÍSTICA DEL MINISTERIO DE TURISMO, PARA PROPONER EL PLAN DE SEÑALÉTICA DEL CENTRO TURÍSTICO COMUNITARIO “UMAWA”, UBICADO EN LA PARROQUIA SAN ROQUE DEL CANTÓN SHUSHUFINDI.

B. RESUMEN

La investigación se centra en establecer un estudio de factibilidad para el Centro Turístico “UMAWA”, debido a que la ausencia de señalética impide lograr un aprovechamiento máximo del potencial turístico existente en el área de estudio. Para tal efecto, se aplicó el manual de señalización turística del Ministerio de Turismo, en el centro turístico comunitario “UMAWA”, en la parroquia San Roque del Cantón Shushufindi. Se determinó el diagnóstico situacional del área, logrando la identificación de zonas de gran interés turístico, como hospedaje, gastronomía, criadero de caimanes, cancha deportiva, comedor y criadero de boas, se realizó el estudio de Factibilidad mediante la investigación de campo observándose los escasos de señalización turística habiendo la necesidad de implementación de 12 rótulos informativos de los diferentes atractivos. Adicionalmente se aplicó encuestas a un total de 101 habitantes, dando como resultado que el 78% de la unidad muestral estuviese a favor de la implementación de señalización y el 22 % en contra. Al Efectuar el estudio de factibilidad se consideró el análisis técnico, financiero y de mercado, donde se evidenció que el costo de implementación es de 1.294,72 USD siendo viable, por lo tanto el proyecto fue factible; en el estudio técnico se realizó un análisis del lugar de investigación, determinando el tamaño del proyecto y la infraestructura requerida para la operación del mismo, de tal manera que diseñó cada señal adecuadamente. Se proyectó 36 señaléticas turísticas para los atractivos turísticos. Se finaliza con las conclusiones y recomendaciones que se obtuvieron acorde a los resultados obtenidos en la investigación.

Palabras clave.- Estudio de factibilidad, estudio técnico, estudio financiero, señalización turística.

ABSTRACT

The research focuses on establishing feasibility study for the Touristic Center "UMAWA" because the lack of signage impede achieving maximum use of potential existing tourism at the study area. For this purpose, the Tourist Signs Manual of the Tourism Ministry were applied at Community Touristic Center "UMAWA" on the San Roque Parish at Shushufindi Canton. The Situational diagnosis of the area was determined, achieving the identification of great interest tourist zones, such as lodging, food, farm alligators, sports field, dining zones and boas hatchery, the feasibility study was conducted by field research observing the shortage on touristic signaling, the implementation of 12 information signs of the different attractions being necessary. Further surveys were applied to a total of 101 people, resulting in 78% of the sample unit were favorable of the implementation of signaling and 22% against. Upon feasibility study technical, financial and market analysis, where it was shown that the implementation cost is \$ 1294.72 remain viable, therefore the project was considered feasible; in the technical study an analysis of site investigation was conducted, determining the size of the project and the infrastructure required for the operation thereof, so that each signal designed appropriately; 36 signpost of tourist attractions was projected. It ends with the conclusions and recommendations were obtained according to the results of the investigation.

Keywords. - Feasibility study, technical study, financial analysis, signposts.

C. INTRODUCCIÓN

El turismo es uno de los sectores económicos con mayor dinamismo en nuestro país y en el mundo. A pesar de la crisis económica que se está experimentando a todo nivel, para el año 2011, el ingreso de divisas creció en 8 puntos porcentuales con respecto al año anterior, generando 849.7 millones de dólares, ubicando al turismo como la sexta actividad económica según la balanza de pagos del país (Ministerio de Turismo del Ecuador).

Esto se debe, entre otras razones, a los grandes esfuerzos de los actores locales (público, comunitario y privado) en desarrollar una oferta diversificada y de calidad. Es importante considerar también al poblador local, que experimentó un sustancial incremento de su participación en el mercado turístico, resultando en un mayor número de personas movilizándose de ciudad a ciudad y a su vez, adentrándose a los sitios de interés turístico presentes, en su mayoría, dentro de áreas rurales.

Justamente estas dinámicas de movilización que se han desarrollado en los territorios en los últimos años, requieren generar condiciones que faciliten los desplazamientos y en cierta medida, aseguren al visitante llegar a su destino y disfrutar de una experiencia satisfactoria (CONGOPE - ESPOCH, 2013).

La provincia de Sucumbíos por su privilegiada ubicación en la cuenca Amazónica se identifica por su gran riqueza natural y biodiversidad, flora y fauna constituyen el albergue de miles de animales y microorganismos.

La biodiversidad ecológica de Sucumbíos es impresionante y digna de conocer. Una interminable selva con fascinante flora y fauna, ríos de pequeños y grandes caudales, laguna, cascadas y páramos vírgenes de la zona andina, entre otros encantos, han permitido ser reconocida como destino turístico, lo que ha permitido que varios emprendimientos comunitarios tomen fuerza en los últimos

años y empiecen a ofertar sus productos a la población (Gobierno Provincial de Sucumbíos, 2015).

La Parroquia de San Roque ubicada en el Cantón Shushufindi, posee una variedad de atractivos aptos para el turismo y la recreación, que no han sido adecuadamente difundidos, y tampoco cuentan con los servicios necesarios para facilitar su apreciación y disfrute; por lo que se hace necesario planificar la dotación de facilidades e infraestructura a estos sitios (Consortio de Juntas Parroquiales de Sucumbíos, 2011)

El Centro de Turismo Comunitario “UMAWA” en el ejercicio de las actividades que se llevan a cabo diariamente presentó varios inconvenientes debido a las malas condiciones de la escasa señalización existente, en donde se ha optado por colocar señales elaboradas empíricamente con material perecible y poco apropiado, las mismas que en su mayoría ya se encuentran deterioradas y no ayudan a los turistas al momento de desplazarse por las instalaciones del establecimiento.

La implementación de un plan de señalización turística se valoró como uno de los aspectos más importantes de los planes de fomento turístico. Incide de modo determinante en la información, la orientación y la puesta en valor de los recursos del territorio, así como el acceso a los elementos necesarios para interpretar esos valores autóctonos del territorio, su cultura, tradiciones, recursos, etc.

También aporta la identificación corporativa y de marca, canalizando el interés hacia el consumo del producto turístico de territorio y facilitando la comprensión de la articulación y dinamización del espacio turístico (Tecnología Señalética., 2014).

Con el diseño de los elementos de señalización, se buscó la funcionalidad de la información ofrecida por estos, sus formas, pictogramas y leyendas deben tener en cuenta el lugar donde se ubican y a quien van dirigidos.

Las ventajas de una buena señalización se traducen la mayoría de veces en ahorro de tiempo, tan importante en todos los aspectos de la vida actual (Ministerio de Turismo, 2011).

Con estos antecedentes se evidenció la imperante necesidad de elaborar el estudio de factibilidad para la implementación del plan de señalética del centro de Turismo Comunitario “UMAWA” ubicado en la parroquia San Roque, del Cantón Shushufindi, mediante la aplicación del manual de señalética turística del Ministerio de Turismo del Ecuador publicada en Registro Oficial Suplemento 405 de 29 de Diciembre del 2014.

OBJETIVOS:

a. Objetivo General

Establecer el estudio de Factibilidad, mediante la aplicación del Manual de señalización Turística del Ministerio de Turismo, para proponer el plan de señalética del Centro Turístico Comunitario “UMAWA”, ubicado en la parroquia San Roque del cantón Shushufindi.

b. Objetivos específicos

- Determinar el diagnóstico situacional del Centro Turístico Comunitario “UMAWA”, ubicado en la Parroquia San Roque del Cantón Shushufindi.
- Efectuar el estudio de factibilidad para diseñar el diagnóstico situacional del Centro Turístico Comunitario “UMAWA”, ubicado en la Parroquia de San Roque del Cantón Shushufindi.
- Diseñar el Plan de Señalética para el Centro Turístico Comunitario “UMAWA”, ubicado en la Parroquia San Roque del Cantón Shushufindi.

D. REVISIÓN DE LITERATURA

4.1. Estudio de Factibilidad

Estudio de factibilidad también Estudio de viabilidad es el análisis amplio de los resultados financieros, económicos y sociales de una inversión. La Factibilidad se define como la posibilidad de lograr o alcanzar una meta.

“La noción pueden materializarse para brindar solución a determinados problemas. Esto quiere decir que los proyectos factibles son viables y permiten satisfacer una necesidad concreta, detectada tras un análisis” (WordPress, 2015).

“Cuando persisten dudas en torno a la viabilidad del proyecto en algunos de sus aspectos fundamentales, se procede a depurar la información que permita otorgar mejores y más confiables soportes a los indicadores de evaluación. La decisión de pasar de la etapa anterior al estudio de factibilidad debe ser tomada por las altas jerarquías, pues siempre implica su elaboración altos gastos financieros y consumo de tiempo y puede en muchos casos, acarear considerables costos políticos (en el caso de proyectos de gran complejidad como vías troncales, hidroeléctrica, sistema de transporte masivo, etc.) y de oportunidad.

Se aprovechó ese momento para aclarar que los llamados “estudios de pre inversión” por razones metodológicas y prácticas se solían dividir en dos grandes partes: por un lado, lo que correspondía a la “formulación” (que no era otra cosa que la formulación y análisis de la información disponible), y por otro lado la “evaluación” que era la aplicación de ciertas técnicas y criterios para determinar su conveniencia o no. La mayoría de los estudios de pre-inversión incluyeron los dos componentes, sin embargo, las instituciones de financiamiento solía asignar grupos diferentes de expertos para efectos de revisión de cada una de las partes, con el fin de garantizar objetividad en el manejo de la información, en la que se usa indicadores para la aplicación de

criterios. Fue indispensable puntualizar que tanto el estudio de pre factibilidad como el de factibilidad pudo ser adelantados directamente por los agentes interesados (inversionistas privados, o empresas del Estado) o indirectamente a través de empresas consultoras o bancos de inversión nacionales o internacionales, según la magnitud e importancia del proyecto”(Miranda, 2005)

Iván Rodas manifiesta que un estudio de Factibilidad se debe realizar analizando por lo menos los aspectos relacionados con el mercado, la Oferta y Demanda, en donde se encuentra localizado geográficamente, revisar si el presupuesto es viable y existe la administración técnica necesaria.

De acuerdo a lo mencionado por el autor, para que se dé el estudio de factibilidad es necesario tomar en cuenta algunos factores como parte importante para el desarrollo de cualquier proyecto viable, ya sea la parte económica y social.

4.1.1. Componentes del Estudio de Factibilidad

- **Estudio de Mercado.-** Tiene como finalidad determinar si existe o no, una demanda que justifique la puesta en marcha de un programa de producción de ciertos bienes o servicios, en un espacio de tiempo.
- **Estudio Técnico.-** Tiene por objeto proveer información, para cuantificar el monto de las inversiones y costos de las operaciones relativas en esta área.
- **Estudio Financiero.-** Se encarga de ordenar y sistematizar la información de tipo monetario que proporcionaron las etapas anteriores. Elaborar los cuadros analíticos para la evaluación del proyecto. Evaluar los antecedentes anteriores para determinar su rentabilidad.

El modelo económico financiero de evaluación de inversiones permite al analista experimentar con diferentes hipótesis y escenarios, sin poner en riesgo el negocio. La simulación financiera implica la cuantificación del impacto probable de las decisiones sobre la cuenta de resultados, el balance y la tesorería de la empresa. Entre sus aplicaciones básicas se encuentran la evaluación de nuevas propuestas de negocio, la valoración de empresas ante la posibilidad de adquisiciones o fusiones, análisis de cambios en la estructura de capital o en la política de dividendos, etc.

De nada vale verificar la factibilidad financiera de un proyecto de inversión si no se verifica que económicamente también lo sea. El beneficio contable es una expresión técnica que representa el exceso de ingresos sobre los gastos, dichos ingresos y gastos no representan necesariamente entradas y salidas de efectivo, sino que son el resultado de una aplicación coherente, entre dos ejercicios contables de los principios tradicionales de contabilidad.

El método del Análisis Beneficio-Costo permite establecer un proceso de valoración económica de los costos evitados como beneficios o de los beneficios no percibidos como costo, ante una medida o proyecto. Todo esto se sustenta en la aplicación del costo de oportunidad como base referencial. Es evidente entonces, que el valor de los beneficios es decisivo también a corto plazo pero no suficiente.

Más que el beneficio a corto plazo se necesita evitar la quiebra, seguir funcionando para alcanzar a obtener el beneficio del largo plazo, se necesita por lo tanto disponer de los fondos en cantidad suficiente y a su debido tiempo para hacer frente a las obligaciones de pago al llegar el momento de su vencimiento. El beneficio constituye entonces una estimación y no la realidad. Por lo que se hace necesaria la aplicación de criterios de evaluación de inversiones donde se utilicen los flujos de caja los cuales expresan la cruda verdad acerca de la situación de la empresa entre lo que constituye entradas y salidas de las cuentas bancarias. En todo análisis beneficio-costo es de vital importancia los costos, ya

que estos también influyen en los beneficios que se estimen del proyecto en términos cuantitativos” (Duffus, 2007).

- a. **Estudio Económico Financiero:** Ayudará para conocer a ciencia cierta cuanto se debe invertir en el plan.

- b. **Estudio de Mercado.-** “El estudio de mercado tiene como finalidad principal la planificación de todas las tareas relacionadas con el precio, la promoción, la distribución, y la definición de los productos o servicios tomando como referencia al mercado consumidor. Se pretende optimizar la relación de intercambio entre la empresa y sus clientes, satisfaciendo las necesidades de ambas partes.

Cabe advertir que el estudio de mercado abarca la investigación de algunas variables sociales y económicas que condicionan el plan aunque sean ajenas a éste. Entre ellas se pueden mencionar factores tales como el grado de necesidad o la cuantía de la demanda de los bienes o servicios que se quiere producir; las formas en que estas necesidades o demandas se han venido atendiendo; la influencia en que estos aspectos tienen instrumentos tales como los precios o las tarifas.

El estudio de mercado para un proyecto específico no se debe confundir con los estudios de productos que se realizan fuera de contexto de cualquier proyecto. En efecto, es frecuente realizar estudios de mercado de productos para definir programas sectoriales de producción u orientar medidas de política económica nacional o regional” (Instituto Latinoamericano de Planificación Económica y Social., 2006)

- c. **¿Para qué realizar un estudio de mercado?-** El propósito del análisis del mercado consiste en averiguar que se puede esperar del mercado en que se opera o en el que se piensa ingresar. El análisis le informará como está estructurado el mercado, le revelará las barreras o limitaciones que

le impiden entrar o expandirse en el para que pueda determinar cuánto le costará existir o competir. También le revelará cual será el rendimiento; en otras palabras, qué valor tiene el mercado para usted, o que puede esperar como recaudación de ingresos (volumen de ventas potencial de ganancias). El análisis de mercado es también la base a partir de la cual usted desarrollará estrategias para alcanzar esos beneficios.

Efectuando un análisis de mercado, usted construye los cimientos de las futuras decisiones de marketing. La regla de oro es ser objetivos e interpretar el mercado tal como es en realidad. Esto significa que usted no debe estructurar el análisis alrededor de su producto, su servicio o su negocio. Aunque éstos puedan mencionarse como puntos de referencia, no se los debe tomar como objeto de análisis. Si lo hace, es posible que sus conclusiones queden desvirtuadas con respecto a su negocio, que le den una imagen inexacta del mercado y que frustren el propósito del ejercicio. El análisis se basa en actividades experimentales de mercado y debe ser completamente independiente del estudio del comportamiento de su producto, servicio o negocio (Fisher, 2000).

- d. Estudio Técnico.-** “El objetivo del estudio técnico consiste en analizar y proponer diferentes alternativas de proyecto para producir el bien que se desea, verificando la factibilidad técnica de cada una de las alternativas. A partir del mismo se determinarán los costos de inversión requeridos, y los costos de operación que intervienen en el flujo de caja que se realiza en el estudio económico-financiero. Este incluye: tamaño del proyecto, localización.
- **Tamaño del proyecto.-** La capacidad de un proyecto puede referirse a la capacidad teórica de diseño, a su capacidad de producción normal o a su capacidad máxima. Para ello se tienen en cuenta los siguientes elementos.

- **Localización.-** Con el estudio de micro localización se seleccionará la ubicación más conveniente para el proyecto, buscando la minimización de los costos y el mayor nivel de beneficios” (Santos, 2015).

4.1.2. Turismo

En primer lugar, como aproximación más inmediata, se hace evidente la trascendencia de esta relación ante la importancia esencial que alcanza la variable territorial, el territorio, en todo el desarrollo de la actividad turística, en tanto que el disfrutar de la "experiencia de vida" en espacios diferentes al propio resulta el fin último de la actividad. En este sentido, los elementos territoriales constituyentes del destino turístico (clima, relieve, medio ambiente, núcleos urbanos y tipologías arquitectónicas, sistema de articulación, paisaje, patrimonio, etc.) representan los recursos primordiales para la conformación de productos turísticos (Tabales, 2004).

El Turismo es una actividad cuyo protagonista es el hombre, por lo que, al desarrollarse en el campo personal, cada quien tiene su interpretación, la cual depende de sus vivencias, deseos, gustos, motivos, cultura, idioma, etc., y por lo tanto su definición desde el punto de vista general se torna dificultosa y a veces contradictoria.

- a. Recurso Turístico.-** Aproximación a la valoración de las potencialidades turísticas del territorio a partir de la identificación, caracterización y evaluación de los recursos territoriales turísticos. Estos recursos se configuran como el núcleo del sistema turístico en dimensión territorial y, en consecuencia, son la base para el diseño y desarrollo de proyectos turísticos vinculados al territorio (Crespi, 2013).
- b. Diagnóstico situacional.-** Un diagnóstico situacional o análisis de situación se refiere a la planificación como proceso general, que en primer momento conlleva a una serie de herramientas metodológicas que facilitan su realización. Así opina (Abatedaga, 2008).

Entre otros aspectos se revisan: valores, creencia, filosofías, misión o visión de la empresa o institución y se efectúa un análisis del micro y macro ambiente manifiesta (Vargas, 2009).

De acuerdo a lo expuesto por los autores el diagnóstico situacional parte de una descripción y análisis de una situación actual de una entidad o de un proceso administrativo que consiste en averiguar la realidad social del contexto de cierto lugar en torno a un tema específico. Entonces para llegar a un verdadero diagnóstico se debe tomar en cuenta algunos elementos que enfoca Vargas como la misión o visión que forman parte de una empresa para que se efectúe un análisis situacional.

4.2. Señalética

“Estudia el empleo de signos gráficos para orientar el flujo de las personas en un espacio determinado, e informar de los servicios de que disponen; los identifica y regula, para una mejor y más rápida accesibilidad a ellos; y para una mayor seguridad en sus desplazamientos y acciones.

Es una de las formas específicas y evidentes de la comunicación funcional, cuyo campo de acción es un didactismo inmediato a través de la interacción, gracias a un lenguaje que permite que la información llegue sin errores e inmediatamente al receptor, al tiempo que se atiene a las características del entorno.

Esta disciplina técnica, colabora con la ingeniería de la organización, la arquitectura, el acondicionamiento del espacio y la ergonomía bajo el vector del diseño gráfico.

Su estrategia de comunicación es la distribución lógica de mensajes fijos o estáticos, dispuestos a la atención voluntaria y selectiva del usuario en aquellos

puntos clave del espacio que plantean dilemas de comportamiento, por lo cual podemos decir que, la señalética constituye una puntuación del espacio.

Responde a un lenguaje predominante visual y utiliza un sistema comunicacional mediante símbolos icónicos, lingüísticos, cromáticos, y códigos de lectura conocidos por los usuarios, a través de un programa de diseño previamente establecido.

Estos códigos no necesariamente tienen que ser universales, las señales pueden ser locales, creadas especialmente o adaptadas en cada caso particular. Es aquí donde la identidad corporativa y la museografía son apoyadas por la señalética, ya que esta nos permite ubicar al usuario donde nos interesa que se encuentre, reforzando la imagen pública o de marca a través de la unificación gráfica. A continuación se plantean comparativamente los aspectos que la caracterizan.

En el desarrollo veremos que resulta indispensable reconocer e identificar, los campos de acción, alcances, limitaciones, entre la señalización y la señalética, para a partir de este punto establecer sinergias, que nos permitan el desarrollo de un sistema propio, capaz de presentar soluciones a nuestros problemas puntuales de la manera más universal y efectiva posible” (Ministerio de Turismo, 2011).

La señalética es una de las maneras modernas de comunicar información más atractiva disponible. La señalética se refiere a los letreros, carteles, señales o marcas necesarias para orientar al usuario durante su recorrido por el sendero, pudiendo además entregar información acerca de elementos atractivos o destacables, sobre la duración del recorrido, altitud, distancia a puntos de interés o descripción de flora y fauna. La señalización turística en madera, busca mantener un diseño acorde al ecosistema con lo cual se evita una contaminación visual y el turista disfruta de la naturaleza.

4.2.1. Señalización Turística

Se define como señalización general a "toda la simbología e información gráfica dirigida a la orientación de los habitantes de un núcleo urbano y de las vías que los conectan". Esta señalización es utilizada, por extensión, también por los visitantes temporales proporcionándoles la misma utilidad (Secretaría Nacional de Turismo).

La señalización estudia las relaciones entre los signos de orientación en el espacio y el comportamiento de los individuos. Responde a la necesidad de orientación de la movilidad social y los servicios públicos y privados. Se aplica al servicio de los individuos, a su orientación en un espacio a un lugar determinado, para la mejor y la más rápida accesibilidad a los servicios requeridos y para una mayor seguridad en los desplazamientos y las acciones. Las características principales de una buena señalética deben ser Finalidad (Funcional, organizativa), Orientación (Informativa, didáctica), Procedimiento (Visual), Código (Signos simbólicos), Lenguaje (icónico Universal), Presencia (Discreta, puntual), Funcionamiento (Automático, instantáneo).

4.2.2. Manual de Señalización Turística

Entre sus objetivos principales están

- “Estandarizar criterios para la utilización de signos y símbolos gráficos para facilitar la identificación de atractivos o servicios.
- Facilitar la información de la ubicación de los sitios de atracción turística, para mejorar la calidad de vida del sector.
- Comprometer a los diferentes sectores de la actividad turística para que de manera concertada, sean implementadas estas normas de señalización dentro del sistema turístico nacional.

- Implantar en el país, sus habitantes y visitantes una cultura de identidad y respeto a la señalización.
- Mejorar la estadía del visitante en los diferentes atractivos turísticos, mediante la optimización de las señales que le permitan identificar fácilmente los diversos atractivos y servicios afines ubicados en el país.” (Ministerio de Turismo, 2011).

4.2.3. Tipos de Señalización

Tenemos dos tipos de señalización: dinámica y estática.

a. Señalización Dinámica.- Es la señalización específicamente para vehículos y se divide en:

- **Señalización de carreteras.-** Sirve para llamar la atención y dirigir al turista o visitante hacia un destino turístico, que normalmente requiere un desplazamiento rodado para llegar a él; por lo que en este sentido se debe distinguir entre un recurso o destino concreto y un recurso o destino de amplio ámbito.
- **Señalización Urbanas** (en el interior de las poblaciones); sirve para orientar al visitante que intenta localizar un destino concreto dentro de un lugar de cierta importancia, siendo muy variadas las características de la información a suministrar (oficinas de turismo, monumentos, instalaciones deportivas, lugares de interés, miradores, fotográficos, etc.) (Gobierno de Aragón, 2015).

b. Señalización Estática.- Es la señalización para peatones, se divide en tres grandes grupos, que son:

- **Señalización informativa:** Su función es dar a conocer con detalles los principales elementos de interés de una zona, escenario común, etc.
- **Señalización direccional:** se trata de una señalización diseñada a base de flechas, su función es dirigir y encaminar a los visitantes de un lugar a otro.
- **Señalización interpretativa:** es aquel tipo de señalización que facilita al visitante una explicación detallada, referente a uno o varios elementos de interés relacionados con la flora y la fauna, la arquitectura, el paisaje, las costumbres, etc. (Gobierno de Aragón, 2015).

4.2.4. Plan de señalética

La señalética estudia las relaciones entre los signos de orientación en el espacio y el comportamiento de los individuos. Responde a la necesidad de orientación de la movilidad social y los servicios públicos y privados. Se aplica al servicio de los individuos, a su orientación en un espacio a un lugar determinado, para la mejor y la más rápida accesibilidad a los servicios requeridos y para una mayor seguridad en los desplazamientos y las acciones. Las características principales de una buena señalética deben ser Finalidad (Funcional, organizativa), Orientación (Informativa, didáctica), Procedimiento (Visual), Código (Signos simbólicos), Lenguaje (icónico Universal), Presencia (Discreta, puntual), Funcionamiento (Automático, instantáneo).

4.2.5. Elementos de la señalización

- Rótulo.-** Puede ser definido como letrero o inscripción con que se identifica el contenido, objeto, características, uso, restricción, normas, etc.

b. Imagen gráfica.- Representa una cosa, que revela existencia de otra; todo signo para acordarse de algo; una imagen es una herramienta del diagrama que sirve para mostrar datos para una rápida comprensión.

c. El pictograma.- Según de GREGORIO, J (2006): Responder a dos grandes universos: el de su significado, y el de su representación. Estos dos universos deben estar siempre en completa armonía, ya que cualquier desajuste entre ellos puede provocar la no interpretación del usuario; es decir, un ícono mal resuelto puede destrozar la buena abstracción (de lo representado -la acción, del producto, etc.). Y al revés, una buena representación, por más buena que sea, jamás va a poder mostrar de manera clara una mala abstracción del concepto.

Según **Reyes Pérez Urquía**, Los pictogramas son independientes de la lengua, no representan ninguna palabra, ni idioma y mucho menos estructuras sintácticas y morfológicas (Urquía, 2015)

Con el uso de pictogramas se pretende facilitar al usuario de una manera visual, atractiva y sencilla la información relevante acerca del uso público. No obstante la información debe presentarse de un modo ordenado y estableciendo prioridades de acuerdo al mensaje a transmitir.

Recomendaciones para el uso del pictograma Según HAM, Sam (1992), Para que un pictograma sea legible, se lo debe dar a conocer y se lo debe emplear consiente y universalmente; por lo que es necesario las siguientes recomendaciones:

- Los pictogramas se deben mostrar con fondo oscuro y figura clara tiende a resaltar visualmente o a extenderse contra un fondo oscuro lo que facilita la visión de esta figura, haciéndola parecer más grande que en el caso inverso.

- El fondo debe utilizar el color azul. No se debe usar colores llamativos como el amarillo o rojo, pues estos están diseñados para una categoría reguladora.
- El tamaño depende de su uso y ubicación. Las normas internacionales dictaminan que un pictograma de 30 cm puede ser visto fácilmente desde aproximadamente 30 m. En este caso particular se utilizarán pictogramas ubicados dentro de un área máxima de 49 cm de ancho por 38.5 cm de alto. en caso de tratarse de señales con una sola línea de texto y un área máxima de 49 cm de ancho por 31 cm de alto, cuando se trate de señales con dos líneas de texto. (los pictogramas deben tener como máximo la dimensión indicada, ya sea en sentido vertical u horizontal) garantizando de esta forma su mejor visibilidad y optimización del material.
- Los pictogramas deben estar acompañados de mensajes y/o señales con caracteres. Nunca se debe usar caracteres como parte del fondo del pictograma. Los mensajes – leyendas se los debe colocar sobre el pictograma.
- Se debe prever la señalización encaminada a brindar facilidades a los discapacitados del país. Estas señales deben estar encaminadas a mostrar entradas accesibles tanto en locales como en baterías sanitarias y demás instalaciones de los establecimientos.

4.2.6. Tipos de señales

- a. Señales reglamentarias (Tipo R).**- Regulan el movimiento del tránsito y la falta de cumplimiento de sus instrucciones constituyen una infracción.
- b. Señales Preventivas (Tipo P).**- Advierten los usuarios sobre condiciones de éstas o del terremoto adyacente que pueden ser inesperadas y peligrosas.

c. Señales informativas (Tipo I).- Informan a los usuarios de las vías, de las reacciones, de distancias, destinos, rutas, ubicación de servicios y puntos de interés turístico y ambiental.

d. Señales y dispositivos para trabajos en las vías y propósitos especiales (Tipo T): Advierten a los usuarios sobre condiciones temporalmente peligrosas para ellos o los trabajadores y equipos empleados en obras públicas sobre la vía. También protegen trabajos parcialmente realizados contra posibles daños (MITUR, 2008).

4.2.7. Consideraciones para una buena señalización

Al momento de hacer un plan de señalética, la primera regla a seguir es **“Mientras menos letras, mejor”**, y la segunda es que vayan a ser **“bien diseñados”** y los sitios a colocar **“adecuadamente seleccionados”**. Según HAM, S (1992); las consideraciones a tomar en cuenta para una buena señalización son las siguientes:

“La cantidad y el tipo de marcas y carteles necesarios dependerá del propósito y del tipo de sendero. El marcaje debe ser suficientemente seguro para que el usuario lo recorra sin dificultades inesperadas. Los senderos de corto recorrido y otros para usuarios inexpertos deben ser marcados mejor y más cuidadosamente que los remotos para excursionistas.”

“Las intersecciones deben ser claramente marcadas con carteles o señales direccionales.”

“Las distancias deben ser indicadas en los cruces y en otros puntos apropiados, sin letras excesivas.”

“Si solo hay un sendero, que está bien establecido y es fácil de seguir, el marcaje puede no ser necesario, pero donde hay varios que pueden ser confundidos son el sendero designado, o de una ruta es fácil de seguir, el marcaje y la Señalética serán necesarias.”

“A los senderos se les suele dar un nombre y un símbolo asociado con la palabra, o un color que pueda ser usado para marcarlo tan sencillamente como sea posible. En todos los casos la Señalética constituye un factor importante.”

“El marcaje de los senderos no debe distraer o chocar con el ambiente natural. También es recomendable que en la construcción de la Señalética se siga una sola línea de diseño que se adapte a las condiciones climáticas y paisajísticas del entorno. Los letreros frecuentemente son hechos de madera y con letras de bajo relieve.”

“Las señales deben estar claras, ser de un mismo tamaño, y estar puestas al nivel de la vista de una persona de pie -cuando sea posible- o donde sean vistas fácilmente.”

“La regla general es que un caminante nunca debe avanzar más de 100 metros sin ver una señal frente o detrás de él”.

“El punto de inicio de un sendero debe ser marcado con un cartel que indique la longitud, las medidas de seguridad contra pliegos potenciales, y los reglamentos y regulaciones apropiadas. Los letreros que indican las distancias a los puntos más lejanos deben ser colocados parcialmente a lo largo de la ruta, generalmente en puntos de descanso o en los cruces con otros senderos.”

4.3. Marco Legal

Esta investigación tiene su fundamento y relación con los siguientes cuerpos legales y planes de desarrollo, referentes al tema, y son los siguientes:

4.3.1. Ley de Turismo

La Ley de Turismo tiene por objeto determinar el marco legal que regirá para la promoción, el desarrollo y la regulación del sector turístico; las potestades del Estado y las obligaciones y derechos de los prestadores y de los usuarios.

Son principios de la actividad turística, los siguientes:

- a. La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional.
- b. La participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización.
- c. El fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas.
- d. La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país;
y,
- e. La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afro ecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta Ley y sus reglamentos.

De conformidad con lo que dispone el Art. 15 de la Ley de Turismo, el Ministerio de Turismo es el órgano rector de la actividad turística a nivel nacional, y como tal le corresponde determinar el marco legal que regirá la promoción, el desarrollo y la regulación del sector turístico; las potestades del Estado; y las obligaciones y derechos de los prestadores y de los usuarios.

Al Ministerio de Turismo, le corresponde planificar, fomentar, normar, incentivar y facilitar la organización de los destinos para la promoción y mejoramiento de la productividad del sector turístico; para ello se ha planteado los siguientes objetivos:

- a. Fomentar la competitividad de la actividad turística, mediante procesos participativos y concertados, posicionando el turismo como eje estratégico del desarrollo económico, social y ambiental del Ecuador.
- b. Dinamizar la actividad turística local a través de la generación del empleo y el incremento de ingresos, en función del mejoramiento de la calidad de vida de la población.
- c. Fortalecer la capacidad institucional y técnica de los gobiernos locales para alcanzar la eficiencia y eficacia de la actividad. (Congreso Nacional, 2008)

LEY DE TURISMO

Ley 97

Registro Oficial Suplemento 733 de 27-dic.-2002

Última modificación: 29-dic.-2014

Estado: Vigente

CONGRESO NACIONAL

Considerando:

Que la Ley Especial de Desarrollo Turístico, promulgada en el Registro Oficial 118 del 28 de enero de 1997, a la fecha se encuentra desactualizada, por lo que es necesario incorporar disposiciones que estén acordes con la vigente Constitución Política de la República;

Que el Plan de Competitividad Turística planteó la necesidad de actualizar la legislación turística ecuatoriana, reincorporando importantes disposiciones de la Ley Especial de Desarrollo Turístico, que no han perdido vigencia en el tiempo a fin de atraer la inversión e inyectar divisas a nuestra economía;

Que el Decreto Ejecutivo 1424, publicado en el Registro Oficial 309 de 19 de abril del 2001, declaró como Política Prioritaria de Estado el desarrollo del turismo en el país; y, En ejercicio de sus facultades constitucionales y legales, expide la siguiente.

LEY DE TURISMO

CAPÍTULO I

GENERALIDADES

Art. 1.- La presente Ley tiene por objeto determinar el marco legal que regirá para la promoción, el desarrollo y la regulación del sector turístico; las potestades del Estado y las obligaciones y derechos de los prestadores y de los usuarios.

Art. 2.- Turismo es el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual; sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos.

Art. 3.- Son principios de la actividad turística, los siguientes:

- a) La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional;
- b) La participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización;
- c) El fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas;
- d) La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país; y,
- e) La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afro ecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad,

protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta Ley y sus reglamentos.

Art. 4.- La política estatal con relación al sector del turismo, debe cumplir los siguientes objetivos:

- a) Reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión, y al Estado en cuanto debe potencializar las actividades mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo;
- b) Garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos de la Nación;
- c) Proteger al turista y fomentar la conciencia turística;
- d) Propiciar la coordinación de los diferentes estamentos del Gobierno Nacional, y de los gobiernos locales para la consecución de los objetivos turísticos;
- e) Promover la capacitación técnica y profesional de quienes ejercen legalmente la actividad turística;
- f) Promover internacionalmente al país y sus atractivos en conjunto con otros organismos del sector público y con el sector privado; y,
- g) Fomentar e incentivar el turismo interno.

CAPITULO II

DE LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS Y DE QUIENES LAS EJERCEN

Art. 5.- Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

- a. Alojamiento;
- b. Servicio de alimentos y bebidas;
- c. Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;
- d. Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento;

- e. La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones; y,
- f. Casinos, salas de juego (bingo-mecánicos) hipódromos y parques de atracciones estables.

Art. 6.- Los actos y contratos que se celebren para las actividades señaladas en esta Ley estarán sujetas a las disposiciones de este cuerpo legal y en los reglamentos y normas técnicas y de calidad respectivas.

Art. 7.- Las personas jurídicas que no persigan fines de lucro no podrán realizar actividades turísticas para beneficio de terceros.

Art. 8.- Para el ejercicio de actividades turísticas se requiere obtener el registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento, que acredite idoneidad del servicio que ofrece y se sujeten a las normas técnicas y de calidad vigentes.

Art. 9.- El Registro de Turismo consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos, sea persona natural o jurídica, previo al inicio de actividades y por una sola vez en el Ministerio de Turismo, cumpliendo con los requisitos que establece el Reglamento de esta Ley. En el registro se establecerá la clasificación y categoría que le corresponda.

Art. 10.- El Ministerio de Turismo o los municipios y consejos provinciales a los cuales esta Cartera de Estado, les transfiera esta facultad, concederán a los establecimientos turísticos, Licencia única Anual de Funcionamiento; lo que les permitirá:

- a. Acceder a los beneficios tributarios que contempla esta Ley;
- b. Dar publicidad a su categoría;
- c. Que la información o publicidad oficial se refiera a esa categoría cuando haga mención de ese empresario instalación o establecimiento;
- d. Que las anotaciones del Libro de Reclamaciones, autenticadas por un Notario puedan ser usadas por el empresario, como prueba a su favor; a falta de otra; y,

e. No tener, que sujetarse a la obtención de otro tipo de Licencias de Funcionamiento, salvo en el caso de las Licencias Ambientales, que por disposición de la ley de la materia deban ser solicitadas y emitidas.

Art. 11.- Los empresarios temporales, aunque no accedan a los beneficios de esta Ley están obligados a obtener un permiso de funcionamiento que acredite la idoneidad del servicio que ofrecen y a sujetarse a las normas técnicas y de calidad.

Art. 12.- Cuando las comunidades locales organizadas y capacitadas deseen prestar servicios turísticos, recibirán del Ministerio de Turismo o sus delegados, en igualdad de condiciones todas las facilidades necesarias para el desarrollo de estas actividades, las que no tendrán exclusividad de operación en el lugar en el que presten sus servicios y se sujetarán a lo dispuesto en ésta Ley y a los reglamentos respectivos.

CAPÍTULO III DEL CONSEJO CONSULTIVO DE TURISMO

Art. 13.- Créase el Consejo Consultivo de Turismo, cómo un organismo asesor de la actividad turística del Ecuador; sobre los temas que le fueren consultados por el Ministerio de Turismo.

Art. 14.- El Consejo Consultivo de Turismo, estará integrado por los siguientes miembros con voz y voto:

1. El Ministro de Turismo, quien lo presidirá y tendrá voto dirimente;
2. El Ministro de Relaciones Exteriores o su delegado;
3. El Ministro del Ambiente o su delegado;
4. Un representante de la Federación Nacional de Cámaras de Turismo, FENACAPTUR;
5. Dos representantes ecuatorianos de las Asociaciones Nacionales de Turismo legalmente reconocidas y en forma alternativa;

6. Un representante de la Asociación de Municipalidades del Ecuador - AME;
7. Un representante del Consorcio de Consejos Provinciales del Ecuador - CONCOPE; y,
8. Un representante de la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador - FPTCE.

El quórum para las sesiones se constituirá con siete miembros y sus resoluciones se tomarán por mayoría de los miembros presentes en la sesión.

Los representantes a que se refieren los numerales 5 y 8 deberán tener sus respectivos alternos, quienes actuarán en caso de ausencia o impedimento del titular.

La designación de los representantes a que se refiere estos numerales se hará en un colegio electoral convocado y presidido por la Federación Nacional de Cámaras de Turismo, FENACAPTUR para los representantes señalados en el numeral 5.

El Consejo Consultivo de Turismo nombrará a su secretario de una terna presentada por el Ministro de Turismo.

CAPÍTULO IV

DEL MINISTERIO DE TURISMO

Art. 15.- El Ministerio de Turismo es el organismo rector de la actividad turística ecuatoriana, con sede en la ciudad de Quito, estará dirigido por el Ministro quien tendrá entre otras las siguientes atribuciones:

1. Preparar las normas técnicas y de calidad por actividad que regirán en todo el territorio nacional;
2. Elaborar las políticas y marco referencial dentro del cual obligatoriamente se realizará la promoción internacional del país;
3. Planificar la actividad turística del país;

4. Elaborar el inventario de áreas o sitios de interés turístico y mantener actualizada la información;
5. Nombrar y remover a los funcionarios y empleados de la institución;
6. Presidir el Consejo Consultivo de Turismo;
7. Promover y fomentar todo tipo de turismo, especialmente receptivo y social y la ejecución de proyectos, programas y prestación de servicios complementarios con organizaciones, entidades e instituciones públicas y privadas incluyendo comunidades indígenas y campesinas en sus respectivas localidades;
8. Orientar, promover y apoyar la inversión nacional y extranjera en la actividad turística, de conformidad con las normas pertinentes;
9. Elaborar los planes de promoción turística nacional e internacional;
10. Calificar los proyectos turísticos;
11. Dictar los instructivos necesarios para la marcha administrativa y financiera del Ministerio de Turismo; y
12. Las demás establecidas en la Constitución, esta Ley y las que le asignen los Reglamentos.

Art. 16.- Será de competencia privativa del Ministerio de Turismo, en coordinación con los organismos seccionales, la regulación a nivel nacional, la planificación, promoción internacional, facilitación, información estadística y control del turismo, así como el control de las actividades turísticas, en los términos de esta Ley.

Art. 17.- El Ministerio de Turismo coordinará asimismo con otras instituciones del sector público las políticas y normas a implementarse, a fin de no afectar el desarrollo del turismo.

Art. 18.-Nota: Artículo derogado por Decreto Legislativo No. 8, publicado en Registro Oficial Suplemento 330 de 6 de Mayo del 2008.

CAPÍTULO V DE LAS CATEGORÍAS

Art. 19.- El Ministerio de Turismo establecerá privativamente las categorías oficiales para cada actividad vinculada al turismo. Estas categorías deberán sujetarse a las normas de uso internacional. Para este efecto expedirá las normas técnicas y de calidad generales para cada actividad vinculada con el turismo y las específicas de cada categoría.

CAPÍTULO VI ÁREAS TURÍSTICAS PROTEGIDAS

Art. 20.- Será de competencia de los Ministerios de Turismo y del Ambiente, coordinar el ejercicio de las actividades turísticas en las áreas naturales protegidas; las regulaciones o limitaciones de uso por parte de los turistas; la fijación y cobro de tarifas por el ingreso, y demás aspectos relacionados con las áreas naturales protegidas que constan en el Reglamento de esta Ley.

El Ministerio de Turismo deberá sujetarse a los planes de manejo ambiental de las áreas naturales protegidas, determinadas por el Ministerio del Ambiente.

Las actividades turísticas y deportivas en el territorio insular de Galápagos se registrarán por la Ley de Régimen Especial para la Conservación y Desarrollo Sustentable de la Provincia de Galápagos y el Estatuto Administrativo del Parque Nacional Galápagos.

Art. 21.- Serán áreas turísticas protegidas aquellas que mediante Decreto Ejecutivo se designen como tales. En el Decreto se señalarán las limitaciones del uso del suelo y de bienes inmuebles. Quedan excluidas aquellas actividades que afecten el turismo por razones de seguridad, higiene, salud, prevención y preservación ambiental o estética; en caso de expropiación se observará lo dispuesto en el artículo 33 de la Constitución Política de la República.

Art. 22.- La designación del área turística protegida comprende los centros turísticos existentes y las áreas de reserva turística.

Art. 23.- El Presidente de la República mediante Decreto Ejecutivo definirá el área de reserva turística para que en ellas puedan realizarse proyectos turísticos. Esta definición no afectará los derechos de terceros, en caso de realizarse expropiación.

En el Decreto Ejecutivo al que se refieren los artículos 21 y 23 de esta Ley, se establecerán los linderos del área de reserva turística, y se inscribirá en el Registro de la Propiedad correspondiente.

Art. 24.- La operación turística en las áreas naturales del Estado, zonas de reserva acuáticas y terrestres parques nacionales y parques marinos estará reservada para armadores y operadores nacionales, pudiendo extenderse a los extranjeros que obtengan la correspondiente autorización con sujeción a lo dispuesto en el artículo 50 de la Ley de Seguridad Nacional. Si fueran personas jurídicas deberán ser de nacionalidad ecuatoriana o sucursales de empresas extranjeras legalmente domiciliadas en el país.

Las naves acuáticas que operen en los parques nacionales y zonas de reserva marina serán de bandera ecuatoriana. Se prohíbe conceder o renovar patentes a operadores o armadores que no cuenten con nave propia. No se considera nave propia a la que se encuentre en proceso de arrendamiento mercantil o leasing, sino a partir de uso efectivo de la opción de compra, que será acreditada con el correspondiente contrato.

Cuando por motivos de fuerza mayor debidamente comprobados, la nave propia no pueda operar, se podrá fletar una nave, de la misma capacidad, de bandera nacional o extranjera, en reemplazo temporal e improrrogable de hasta tres años. Es facultad privativa del Presidente de la República, previo informe favorable de los Ministerios de Turismo y del Ambiente, autorizar cada cinco años incrementos en el total de cupos de operación para las áreas naturales y zonas de

reserva, en un porcentaje que en ningún caso será superior al cinco por ciento del total de cupos.

Art. 25.- El Estado de conformidad con los artículos 13 y 271 de la Constitución Política de la República, garantiza la inversión nacional y extranjera en cualquiera de las actividades turísticas, gozando los extranjeros de los mismos derechos y obligaciones que los nacionales.

CAPÍTULO VII DE LOS INCENTIVOS Y BENEFICIOS EN GENERAL

Art. 26.- Las personas naturales o jurídicas que presenten proyectos turísticos y que sean aprobados por el Ministerio de Turismo, gozarán de los siguientes incentivos:

1. Exoneración total de los derechos de impuestos que gravan los actos societarios de aumento de capital, transformación, escisión, fusión incluidos los derechos de registro de las empresas de turismo registradas y calificadas en el Ministerio de Turismo. La compañía beneficiaria de la exoneración, en el caso de la constitución, de una empresa de objeto turístico, deberá presentar al municipio respectivo, la Licencia Única de Funcionamiento del respectivo año, en el plazo de 90 días contados a partir de la fecha de su inscripción en el Registro Mercantil del Cantón respectivo, caso contrario la municipalidad correspondiente emitirá los respectivos títulos de crédito de los tributos exonerados sin necesidad de un trámite administrativo previo. En el caso de los demás actos societarios posteriores a la constitución de la empresa, la presentación de la Licencia Única de Funcionamiento de la empresa turística será requisito previo para aplicar, la exoneración contemplada en el presente artículo;

2. Exoneración total de los tributos que graven la transferencia de dominio de inmuebles que se aporten para la constitución de empresas cuya finalidad principal sea el turismo, así como los aportes al incremento del capital de

compañías de turismo registradas y calificadas en el Ministerio de Turismo. Esta exoneración comprende los impuestos de registro y alcabala así como sus adicionales tanto para el tramitante como para la empresa que recibe el aporte. Estos bienes no podrán ser enajenados dentro del plazo de 5 años, desde la fecha del respectivo contrato, caso contrario se gravará con los respectivos impuestos previamente exonerados con los respectivos intereses, con excepción de que la enajenación se produzca a otro prestador de servicios turísticos, calificado, así mismo, por el Ministerio de Turismo.

3. Acceso al crédito en las instituciones financieras que deberán establecer líneas de financiamiento para proyectos turísticos calificados por el Ministerio del ramo. Las instituciones financieras serán responsables por el adecuado uso y destino de tales empréstitos y cauciones.

Art. 27.- Las personas naturales o las sociedades o empresas turísticas que cuenten con proyectos calificados; previos el informe favorable del Ministerio de Turismo, tendrán derecho a la devolución de la totalidad del valor de los derechos arancelarios, excepto el impuesto al valor agregado (IVA), en la importación de naves aéreas, acuáticas, vehículos y automotores para el transporte de turistas nacionales o extranjeros, por un periodo, de diez años para la primera categoría y cinco años para la segunda categoría. Este beneficio se concederá siempre y cuando no exista producción nacional, cuenten con licencia de funcionamiento vigente otorgada por la autoridad competente y se cumplan los requisitos del Reglamento Especial, que se dicte sobre la materia.

Igual tratamiento tendrán las importaciones de equipos, materiales de construcción y decoración, maquinaria, activos de operación y otros instrumentos necesarios para la prestación de servicios turísticos determinados en esta Ley.

El Ministerio de Turismo, una vez comprobado el uso y destino de esos bienes solicitará a la Corporación Aduanera Ecuatoriana (CAE) la emisión de las notas de crédito correspondientes.

Art. 28.- Los gastos que se reembolsen al exterior por concepto de campañas de publicidad y mercadeo, sea está impresa, radial, televisiva y en general en otros medios de comunicación; material impreso publicitario y su distribución; alquiler, atención, diseño y decoración de stand; suscripción a centrales y servicios de información, reserva y venta de turismo receptivo; inscripciones y afiliaciones en seminarios, ferias y eventos para promocionar turismo receptivo; directamente relacionados con actividades de turismo receptivo incurridos en el exterior por las empresas turísticas, serán deducibles para efectos de la determinación de la base imponible del impuesto a la renta ni se someten a retención en la fuente. Estos gastos no requerirán de certificación expedida por auditores independientes que tengan sucursales, filiales o representación en el país, pero deberán estar debidamente sustentados con facturas y comprobantes de venta emitidos por los proveedores internacionales, acompañados de una declaración juramentada de que este beneficio no ha sido obtenido en otro país. Esta deducción no podrá exceder del 5% de los ingresos totales por servicios turísticos de la respectiva empresa correspondiente al ejercicio económico inmediato anterior.

Art. 29.- Las comisiones a las que se refiere al artículo 13, numeral 4 de la Ley de Régimen Tributario Interno pagadas para la promoción del turismo receptivo, no podrán exceder del ocho por ciento sobre el monto de las ventas. Sin embargo, en este caso, habrá lugar al pago del impuesto a la renta y a la retención en la fuente que corresponda, si el pago se realiza a favor de una persona o sociedad relacionada con la empresa turística, o si el beneficiario de esta comisión se encuentra domiciliado en un país en el cual no exista impuesto sobre los beneficios, utilidades o renta. El Servicio de Rentas Internas establecerá el procedimiento para la entrega de la información sobre estos pagos.

Art. 30.- Los turistas extranjeros que durante su estadía en el Ecuador hubieren contratado servicios de alojamiento turístico y/o adquirido bienes y los lleven consigo al momento de salir del país, tendrán derecho a la restitución del IVA pagado por esas adquisiciones, siempre que cada factura tenga un valor no menor de cincuenta dólares de los Estados Unidos de América US \$ 50,00.

El reglamento a esta Ley definirá los requisitos y procedimientos para aplicar este beneficio. También contemplará los parámetros para la deducción de los valores correspondientes a los gastos administrativos que demanda el proceso de devolución del IVA al turista extranjero.

Art. 31.- Los servicios de turismo receptivo facturados al exterior se encuentran gravados con tarifa cero por ciento del impuesto al valor agregado de conformidad con la Ley de Régimen Tributario Interno. Estos servicios prestados al exterior otorgan crédito tributario a la compañía turística registrada en el Ministerio de Turismo, en virtud del artículo 65, numeral 1 de la referida Ley. Para el efecto deberá declarar tales ventas como servicio exportado, y entregar al Servicio de Rentas Internas la información en los términos que dicha entidad exija. El crédito tributario será objeto de devolución por parte del Servicio de Rentas Internas. El impuesto al valor agregado pagado en las adquisiciones locales o importaciones de los bienes que pasen a formar parte de su activo fijo; o de los bienes, de las materias primas o insumos y de los servicios necesarios para la producción y comercialización de dichos bienes y servicios, que no sean incluidos en el precio de venta por parte de las empresas turísticas, será reintegrado en un tiempo no mayor a noventa días, a través de la emisión de la respectiva nota de crédito, cheque u otro medio de pago. Se reconocerán intereses si vencido el término antes indicado no se hubiese reembolsado el IVA reclamada. El valor que se devuelva por parte del Servicio de Rentas Internas por concepto del IVA a estos exportadores de servicios en un período, no podrá exceder del doce por ciento del valor de los servicios exportados efectuados en ese mismo período. El saldo al que tenga derecho y que no haya sido objeto de devolución será recuperado por el exportador de servicios en base a exportaciones futuras.

Art. 32.- Los establecimientos de turismo que se acojan a los incentivos tributarios previstos en esta Ley registrarán ante el Ministerio de Turismo los precios de los servicios al usuario y consumidor antes y después de recibidos los beneficios. La información que demuestre el cumplimiento de esta norma deberá

ser remitida anualmente por el Ministerio de Turismo al Servicio de Rentas Internas para el análisis y registro correspondiente.

Art. 33.- Los municipios y gobiernos provinciales podrán establecer incentivos especiales para inversiones en servicios de turismo receptivo e interno rescate de bienes históricos, culturales y naturales en sus respectivas circunscripciones.

Art. 34.- Para ser sujeto de los incentivos a que se refiere esta Ley el interesado deberá demostrar:

- a. Haber realizado las inversiones y reinversiones mínimas que el reglamento establezca, según la ubicación, tipo o subtipo del proyecto, tanto para nuevos proyectos como para ampliación o mejoramiento de los actuales dedicados al turismo receptivo e interno;
- b. Ubicación en las zonas o regiones deprimidas con potencial turístico en las áreas fronterizas o en zonas rurales con escaso o bajo desarrollo socio-económico; y,
- c. Que constituyan actividades turísticas que merezcan una promoción acelerada.

Art. 35.- El Ministerio de Turismo dentro del periodo de goce de los beneficios, efectuará fiscalizaciones a objeto de verificar las inversiones o reinversiones efectuadas, así como el cumplimiento de cada una de las obligaciones que determina esta ley y sus reglamentos.

Cuando el Ministerio de Turismo detecte datos falsos o incumplimiento a lo establecido en las respectivas resoluciones de calificación y concesión de beneficios comunicará inmediatamente al Servicio de Rentas Internas, para que conjuntamente inicien las acciones civiles y/o penales correspondientes, sin perjuicio de las que el propio Ministerio de Turismo las imponga de acuerdo con la Ley y el Reglamento.

De comprobarse ilícito tributario o defraudación conforme a las disposiciones del Código Tributario, Ley de Régimen Tributario Interno, sus reglamentos y demás normas conexas, se procederá a la cancelación del registro y de la Licencia Única Anual de Funcionamiento y a la clausura definitiva del establecimiento, sin perjuicio de las demás sanciones establecidas en las leyes correspondientes.

Art. 36.- No podrán acogerse a los beneficios de que trata esta Ley los siguientes:

- a. Los destinados al turismo emisor con destino al extranjero; y,
- b. Las agencias de viajes, a excepción de las agencias operadoras de turismo receptivo.

Art. 37.- Los bienes importados bajo el amparo de esta Ley no podrán ser vendidos, arrendados, donados ni cedidos a terceros bajo cualquier otra modalidad, antes del período de depreciación contable del bien. El quebrantamiento de esta norma será sancionado con el triple del valor de los derechos arancelarios que fueron objeto de exoneración.

No se aplicará esta disposición en el caso de traspaso de dominio a otro prestador de servicios turísticos, calificado por el Ministerio de Turismo.

CAPÍTULO VIII DE LOS COMITÉS DE TURISMO

Art. 38.- El Ministerio de Turismo coordinará con las autoridades locales o seccionales la conformación de comités de turismo en los sitios que considere necesario, estos comités estarán integrados por los sectores público y privado y tendrán las siguientes facultades:

- a) Recibir delegación del Ministerio de Turismo;
- b) Realizar ante el Ministerio de Turismo u otras autoridades las acciones necesarias para el buen resultado de su delegación;

c) Informar al Ministro de Turismo sobre aspectos relacionados con la rama turística dentro de su jurisdicción; y,

d) Las demás que les asigne el Ministro de Turismo.

Los comités de turismo elegirán su secretario y funcionarán en base al reglamento que para este propósito se dictará.

CAPÍTULO IX

PATRIMONIO AUTÓNOMO

Art. 39.- El ministerio rector de la política turística determinará y regulará a través de Acuerdo Ministerial los siguientes recursos:

a) Tarifas y contribuciones que se creen para fomentar el turismo;

b) La contribución del uno por mil sobre el valor de los activos fijos que deberán pagar anualmente todos los establecimientos prestadores de servicios al turismo, conforme se disponga en el Reglamento a esta Ley;

c) Los valores por concesión de registro de turismo; y,

d) La tasa por la emisión de cada pasaje aéreo para viajar desde el Ecuador hacia cualquier lugar en el extranjero.

Nota: Artículo sustituido por artículo 50 de Ley No. 0, publicada en Registro Oficial Suplemento 405 de 29 de Diciembre del 2014.

Nota: Ver Normas para Declaración de Contribución del Uno por Mil, Resolución del Servicio de Rentas Internas No. 45, ver Registro Oficial Suplemento 429 de 2 de Febrero de 2015, página 34.

Art. 40.- Derogado.

Nota: Literal e) sustituido por Disposición Reformatoria Vigésima novena de Ley No. 0, publicada en Registro Oficial Suplemento 332 de 12 de Septiembre del 2014.

Nota: Artículo derogado por artículo 51 de Ley No. 0, publicada en Registro Oficial Suplemento 405 de 29 de Diciembre del 2014.

Art. 41.- Derogado.

Nota: Artículo derogado por artículo 51 de Ley No. 0, publicada en Registro Oficial Suplemento 405 de 29 de Diciembre del 2014.

CAPÍTULO X

PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR DE SERVICIOS TURÍSTICOS

Art. 42.- Corresponde al Ministerio de Turismo la defensa de los derechos del usuario de servicios turísticos en los términos que señala la Constitución Política, la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor y esta Ley.

Art. 43.- De conformidad con el artículo 23 numeral 3 de la Constitución Política, se prohíbe todo discrimen a los extranjeros o a cualquier otro grupo humano en las actividades turísticas, especialmente en lo que concierne a tarifas y tasas por cualquier servicio turístico.

Art. 44.- El empresario que venda o preste servicios turísticos de los detallados en esta Ley es civilmente responsable por los eventuales daños que cause a quien los utilice. Su responsabilidad llega hasta la culpa leve. Así mismo, es responsable por los actos de negligencia de sus empleados; en el ejercicio de sus funciones vinculadas con la empresa que presta el servicio.

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.

Art. 46.- Los usuarios de servicios de turismo podrán reclamar sus derechos y presentar sus quejas al Centro de Protección del Turista. Este Centro tendrá interconexión inmediata con la Policía Nacional, Defensoría del Pueblo, municipalidades, centros de Información Turística y embajadas acreditadas en el Ecuador que manifiesten interés de interconexión.

A través de este Centro de Protección al turista, se buscará la solución directa de los conflictos.

Art. 47.- En caso de no resolverse los conflictos mediante la acción directa del Centro de Protección al Turista, el interesado podrá acceder a los centros de Mediación y Arbitraje que celebre convenios con el Ministerio de Turismo, para con sujeción en la Ley de Arbitraje y Mediación, intervenir en esta materia; o podrá acudir a la justicia ordinaria.

Art. 48 .- De determinarse violación a normas legales, el Centro de Protección al Turista, solicitará al Ministro de Turismo que en observancia de las disposiciones del Estatuto del Régimen Jurídico Administrativo de la Función Ejecutiva, inicie el correspondiente expediente, para juzgar administrativamente la conducta del empresario turístico.

Art. 49.- Si la parte responsable de la violación fuere el operador de un área Turística Protegida, de un contrato o concesión turística; la sanción podría implicar hasta la terminación del contrato.

Art. 50.- Sin perjuicio de los mecanismos de protección señalados en los artículos anteriores si en los actos u omisiones de los empresarios turísticos

existiere infracción penal, los perjudicados podrán ejercer la acción legal correspondiente.

Art. 51.- Los mecanismos de garantía y protección para el turista mencionados en este capítulo, podrán ser invocados por las empresas turísticas que operen legalmente en el país.

Art. 52.- Para efectos de esta Ley, se establecen los siguientes instrumentos de carácter general, para el efectivo control de la actividad turística:

- a. Amonestación escrita, en caso de faltas leves;
- b. Ubicación en la lista de empresarios incumplidos, en caso de faltas comprobadas, graves y repetidas; y,
- c. MULTAS, El Ministerio de Turismo impondrá las siguientes multas de manera gradual y proporcional de acuerdo a la falta cometida.

Multa de USD \$ 100 a USD \$ 200 a quienes no proporcionen la información solicitada por el Ministerio de Turismo y no exhiban las listas de precios.

Multa entre USD \$ 1000 y USD \$ 5000 que se regularán de manera gradual y proporcional a las personas que incumplan normas de calidad, no cumplan los contratos turísticos o infrinjan las disposiciones de esta Ley y sus reglamentos. En caso de reincidencia la multa impuesta podrá duplicarse.

CLAUSURA, es un acto administrativo mediante el cual el Ministro de Turismo por sí o mediante delegación dispone el cierre de los establecimientos turísticos. Dictará esta medida en forma inmediata cuando se compruebe que se está ejerciendo actividades turísticas sin haber obtenido las autorizaciones a las que se refiere esta Ley.

Igualmente dispondrá la clausura cuando se reincida en las causales señaladas en las letras a), b) y c) de este artículo.

CAPÍTULO XI

DE LOS DELITOS CONTRA LA SEGURIDAD PÚBLICA

Art. 53.- En el Título V del Libro Segundo del Código, Penal, a continuación del artículo 440-A, añádase el Capítulo XIII que se denominará "De ciertos delitos promovidos o ejecutados por medio de actividades turísticas" y agréguese el siguiente"

Art. 440-B.- La persona o personas que instigaren promovieren o ejecutaren actividades turísticas con el objeto de cometer o perpetrar el delito de plagio tipificado en el artículo 188 y contemplado en el Capítulo III referido a los "Delitos contra la Libertad Individual", del Título II, Libro Primero del Código Penal; de los delitos, contra las personas contempladas en el Título VI y particularmente tipificados en el Capítulo I referido, a los delitos contra la vida; en el Capítulo II relacionado con "Las Lesiones" y el Capítulo III relativo al "Abandono de Personas" del Libro II del Código Penal; de los delitos sexuales contemplados en el Título VIII, en los Capítulos II relativo al "Atentado contra el Pudor, de la violación y del estupro", el Capítulo II atinente a los delitos de proxenetismo y corrupción de menores y Capítulo IV relativo al rapto; el Libro Segundo del Código Penal, de los delitos contra la propiedad contemplados en el Título X y particularmente tipificados en el Capítulo I relacionado con el delito de hurto, el Capítulo II acerca del delito de robo, el Capítulo IV relativo al delito de extorsión y el Capítulo V referido a las estafas y otras defraudaciones del Libro II del Código Penal, se les impondrá el máximo de la pena que corresponda a la naturaleza de la correspondiente infracción. Así mismo, quienes cometieran delitos previstos en este artículo contra personas que tengan la condición de turistas y a sabiendas que tenía tal condición se les impondrá la máxima pena prevista para la infracción perpetrada.

DISPOSICIONES GENERALES

Art. 54.- En lo que no estuviere previsto en esta Ley, y en lo que fuere aplicable se observará el Código Ético Mundial para el Turismo, aprobado por La Organización Mundial del Turismo, en Santiago de Chile.

Art. 55.- Las actividades turísticas descritas en esta Ley gozarán de discrecionalidad en la aplicación de las tarifas; con excepción de aquellas personas naturales o jurídicas que realicen abusos o prácticas desleales de comercio según la legislación vigente y los acuerdos internacionales a los que el Ecuador se haya adherido.

Art. 56.- El Ministro de Turismo, mediante Acuerdo Ministerial, solo en casos especiales, podrá exonerar el pago de derechos de ingreso a los parques nacionales, a grupos especializados en investigaciones que visiten el país y cuya acción sea útil a la promoción externa del Ecuador.

Art. 57.- Las personas que ejerzan actividades turísticas tienen la obligación de entregar al Ministerio de Turismo o a sus delegados la información que permita la elaboración de las estadísticas nacionales de turismo, sujeta al principio de confidencialidad.

Art. 58.- Los organismos locales, regionales y seccionales, cumplirán y colaborarán con el proceso de regulación, control y demás disposiciones que adopte el Ministerio de Turismo en el ámbito de su competencia.

Art. 59.- La derogatoria de las disposiciones tributarias de esta Ley, requerirán de una norma expresa y específica, conforme manda el artículo 2 del Código Tributario.

Art. 60.- No podrán realizar servicios turísticos o actividades conexas con fines de lucro, las Fuerzas Armadas ni las entidades del sector público, en razón de

que esta actividad está reservada a las personas naturales o jurídicas del sector privado, que cumplan con los requerimientos de esta Ley.

DISPOSICIONES FINALES

Art. 61.- Reformase el artículo 3 del Decreto Supremo 1269, de 20 de agosto de 1971, publicado en Registro Oficial No. 295 de 25 de agosto de 1971 , por el siguiente texto: "El Ministro de Trabajo y Recursos Humanos es responsable del control y estricto cumplimiento del presente Decreto, a objeto de que el diez por ciento adicional al consumo en concepto de propina que se paga en los establecimientos, hoteles, bares y restaurantes de primera y segunda categoría, sean entregados a los trabajadores, sin descuentos ni deducciones de ninguna naturaleza".

En los artículos de este Decreto Supremo, que se refiere a Ministerio de Previsión Social y Trabajo, cámbiese por Ministerio de Trabajo y Recursos Humanos.

Art. 62.- Concédase al Ministerio de Turismo y a sus delegados, jurisdicción coactiva para la recaudación de los recursos previstos en esta ley.

Art. 63.- Derogase la Ley Especial de Desarrollo Turístico, en actual vigencia, sin perjuicio de ello, se respetarán los derechos adquiridos bajo la vigencia de la ley derogada.

DISPOSICIÓN FINAL

La presente Ley entrará en vigencia a partir de la fecha de su publicación en el Registro Oficial.

CAPÍTULO VII

DE LAS ÁREAS PROTEGIDAS, ZONAS DE INTERÉS TURÍSTICO Y CONVOCACIÓN TURÍSTICA

Art. 32.- Desarrollo turístico en las áreas naturales protegidas del Estado.-

Solo se podrán desarrollar actividades turísticas en áreas naturales protegidas de propiedad del estado, cuando sean compatibles con su objeto de protección, debiendo asegurarse la diversidad biológica, la preservación de la naturaleza y la conservación del patrimonio ambiental.

Art. 46.- Zonas de interés turístico.-

Las zonas de interés turístico son aquellas áreas que, por las características naturales, ecológicas, demográficas, urbanísticas, socioculturales, geoestratégicas y de valor histórico reflejen, tanto en la propia comunidad nacional como en la internacional, la identidad del país y sean capaces de generar corrientes turísticas nacionales e internacionales , en una dinámica de respeto a la soberanía nacional, conservación y mantenimiento sustentable y sostenible del ambiente, Equidad turística, que además de permitir el progreso socioeconómico de dichas áreas y fortalecer la imagen del país, se sustenten en el desarrollo racional económico de la actividad turística.

Art. 47.- Zonas con vocación turística.-

Las zonas declaradas como áreas de muy alta preservación, son zonas de vocación turística, que al cumplir ciertas características podrán ser objeto de declaratoria de zona de interés turístico o de planificación de los órganos y entes de la Administración Pública correspondientes, conforme lo establezca el reglamento de la presente Ley.

Art. 48.- Dotación de recursos e infraestructura.-

Las zonas de interés turístico tendrán de carácter prioritario para la ejecución de programas y proyectos públicos de fomento al desarrollo de esta actividad, como así mismo para la asignación de recursos destinados a obras de infraestructura y equipamientos necesarios.

LEY DE GESTIÓN AMBIENTAL
TÍTULO I
ÁMBITO Y PRINCIPIOS DE LA LEY

Art. 1.- La presente Ley establece los principios y directrices de la política ambiental; determina las obligaciones, responsabilidades, niveles de participación de los sectores público y privado en la gestión ambiental y señala los límites permisibles, controles y sanciones en esta materia.

Art. 2.- La gestión ambiental se sujeta a los principios de solidaridad, corresponsabilidad, cooperación, coordinación, reciclaje, reutilización de desechos, utilización de tecnologías sustentables y respeto a las culturas y prácticas tradicionales.

Art. 3.- El proceso de gestión ambiental, se orientara según los principios universales del Desarrollo Sustentable, contenidos en la declaración de Río de Janeiro de 1992, sobre el Medio Ambiente y Desarrollo.

Art. 6.- El aprovechamiento racional de los recursos naturales no renovables, en función de los intereses nacionales dentro del patrimonio de áreas naturales protegidas del Estado y en ecosistemas frágiles, tendrán lugar por excepción previo un estudio de factibilidad económico y de evaluación de impactos ambientales.

4.3.2. Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible para el Ecuador

El PLANDETUR 2020 articula las acciones para lograr objetivos como generar un proceso orientador que coordine los esfuerzos públicos, privados y comunitarios para el desarrollo del turismo sostenible; crear condiciones para que el turismo sostenible sea un eje dinamizador de la economía ecuatoriana y

finalmente insertar al turismo sostenible en la política de estado y en la Planificación Nacional.

Sus objetivos son:

1. Generar un proceso orientador que coordine los esfuerzos públicos, privados y comunitarios para el desarrollo del turismo sostenible, basado en sus territorios y bajo los principios de alivio a la pobreza, equidad, sostenibilidad, competitividad y gestión descentralizada.
2. Crear las condiciones para que el turismo sostenible sea un eje dinamizador de la economía ecuatoriana que busca mejorar la calidad de vida de su población y la satisfacción de la demanda turística actual, aprovechando sus ventajas comparativas y elementos de unicidad del país.
3. Insertar al turismo sostenible en la política de Estado y en la planificación nacional para potenciar el desarrollo integral y la racionalización de la inversión pública y privada. (Banco Interamericano de Desarrollo, 2007)

4.3.3. Reglamento de Señalización Turística

2. Campo de Aplicación

2.1. Este Reglamento Técnico es de aplicación obligatoria en todas las vías a nivel nacional.

2.2. Este Reglamento Técnico aplica a las siguientes señales turísticas:

- Pictogramas.
- Señal de aproximación y direccionamiento.
- Valla de atractivos turísticos.

- Valla de atractivos y de servicios.
- Valla informativa de centros poblados.
- Valla cantonal.
- Pórtico Fronterizo
- Tótem de atractivos turísticos
- Tótems direccionales urbanos y rurales

4.4. Marco Conceptual

Definiciones.- Para efectos de aplicación de este Reglamento Técnico se consideran las definiciones establecidas en el Reglamento Técnico RTE INEN 004 partes 1, 3 y 4, y además las siguientes:

Atractivos turísticos.- Conjunto de lugares, bienes, costumbres y acontecimientos que por sus características, propias o de ubicación en un contexto, atraen el interés del visitante.

Lugares donde se puede tener un sano esparcimiento, en compañía de sus familiares o amigos.

Estudio de factibilidad.- Según el escritor habla sobre un estudio de factibilidad como un proceso de inversión de fácil concluir que en él se involucran una gran cantidad de variables que afectan a la decisión de invertir. En consideración a ello, el estudio de factibilidad se constituye en un plan de producción, proyecto o presupuesto, que contiene todos los detalles relacionados con estas variables a tal punto que sirve de guía para la implementación de la inversión. (Guerrero, 2006)

Inventario Turístico.- Es el proceso por el cual se registran ordenadamente los factores físicos y culturales, como un conjunto de atractivos, que sirven para elaborar productos turísticos de una región. (Cordova, 2015)

En el momento de realizar un inventario de un destino se determina el potencial turístico del mismo y es posible planificar el desarrollo del propio destino. Las características del recurso determinarán las posibilidades de explotación. (Martínez, 2006)

Plan de señalética.- Tiene como principal objetivo el de condicionar y mejorar la ciudad para el desarrollo de la actividad turística (Cladera, 2008)

Señales informativas.- De atractivos naturales. Representan la riqueza y biodiversidad de un lugar, una región y un país. Se reconoce como atractivo natural a los tipos de montañas, planicies, desiertos, ambientes lacustres, ríos, bosques, aguas subterráneas, fenómenos geológicos, costas o litorales, ambientes marinos, tierras insulares, sistemas de áreas protegidas, entre otros. En este atractivo no se evidencia una intervención humana o si la hay no es predominante.

Señales informativas de atractivos culturales.- Representa el conjunto de sitios y manifestaciones que se consideran de valor o aporte de alguna comunidad determinada permite al visitante conocer parte de los sucesos ocurridos en una región o país, reflejadas en obras de arquitectura, zonas históricas, sitios arqueológicos, conventos, colecciones particulares, grupos étnicos, chamanismo, explotaciones mineras, centros científicos y técnicos, etc.

Señales informativas de actividades turísticas.- Representan las actividades turísticas que se producen por la relación oferta/demanda de bienes y; servicios implantados por personas naturales o jurídicas que se dediquen de modo profesional a la prestación de servicios turísticos con fines a satisfacer necesidades del visitante – turista.

Señales informativas de servicio.- Son aquellas que indican a los visitantes turistas la ubicación de servicios públicos o privados sea de salud, de comunicaciones u otros. El tamaño de las señales dependerán de la velocidad

máxima de circulación en las vías, el tamaño recomendado en zonas urbanas es de 600 mm x 600 mm.

Señales de restricción.- Representan la prohibición de realizar determinada actividad de manera temporal o definitiva de acuerdo a la necesidad o circunstancia. El tamaño de las señales dependerán de la velocidad máxima de circulación en las vías, el tamaño recomendado en zonas urbanas es de 600 mm x 600 mm (República del Ecuador, 2014).

E. MATERIALES Y MÉTODOS

5.1. Materiales

Los materiales que se utilizaron para la elaboración de la investigación fueron los siguientes:

- CD
- Clavos
- Destornilladores
- Fichas
- Fichas de MINTUR
- Hojas de papel bond
- Libreta de campo
- Papelógrafos
- Pilas alcalinas
- Pintura
- Soplete
- Tubos galvanizados

5.1.1. Equipos

- Cámara digital Marca Sony DSC-W830
- Computador
- Flash Memory
- G.P.S Marca: Garmin Dakota 10 Cx
- Proyector

5.1.2. Herramientas

- Botas

- Gancho
- Machete
- Martillo
- Pala
- Pico

5.1.3. Insumos

- Acero
- Aglomerados del hormigón
- Arandelas
- Cauchos
- Cemento
- Clavos
- Madera
- Postes
- Tornillos
- Tuercas

5.2. Métodos

Para el desarrollo de éste trabajo, se tomó contacto con los socios del Centro de Turismo comunitario “UMAWA” donde se realizó el proyecto, que permitió conocer las necesidades turísticas prioritarias que se presentaron en el centro.

A lo largo de todo el proceso de investigación se llevó a cabo varias reuniones y salidas de campo por los diferentes senderos, acompañada por los administradores del centro con la finalidad de establecer las necesidades de información turística.

- a. Método Deductivo.-** A través del cual se obtuvo conclusiones particulares en base a la información general que se logró; se la utilizó para obtener datos necesarios como por ejemplo en lugar de aplicar una encuesta a toda la población se aplica a una muestra representativa.
- b. Método Descriptivo.-** Se utilizó para detallar hechos relacionados con el tema.

5.2.1. Ubicación del área de estudio

El centro turístico Comunitario “UMAWA” está ubicado en el canto Shushufindi a la altura del km 14 de la vía a Puerto Providencia, en la Parroquia San Roque en el Barrio las Mercedes. Es un centro Turístico visitado por turistas nacionales y extranjeros, cuenta con varios espacios donde se realizan diversas actividades tales como: recreación, deporte, relajación, alimentación.

El centro Turístico está situado junto a La comunidad Siona. Cuenta con una extensión de 50 hectáreas de terreno, distribuidas de la siguiente manera: 35 hectáreas conservando el bosque primario, dispone de senderos auto guiados para observar la flora y fauna del lugar.

Las 15 hectáreas restantes, tienen pequeñas parcelas de cultivo de arroz, maíz, plátano, cacao, guayabas, badeas, borjón, plantas medicinales como son la uña de gato, pata de vaca, guayusa, ayahuasca, hierbaluisa, jengibre, entre otras.

Para que su estadía sea inolvidable cuenta con cabañas, comedor, cocina en donde puede disfrutar de su gastronomía, preparada con productos de la zona así como el encanutado de tilapia.

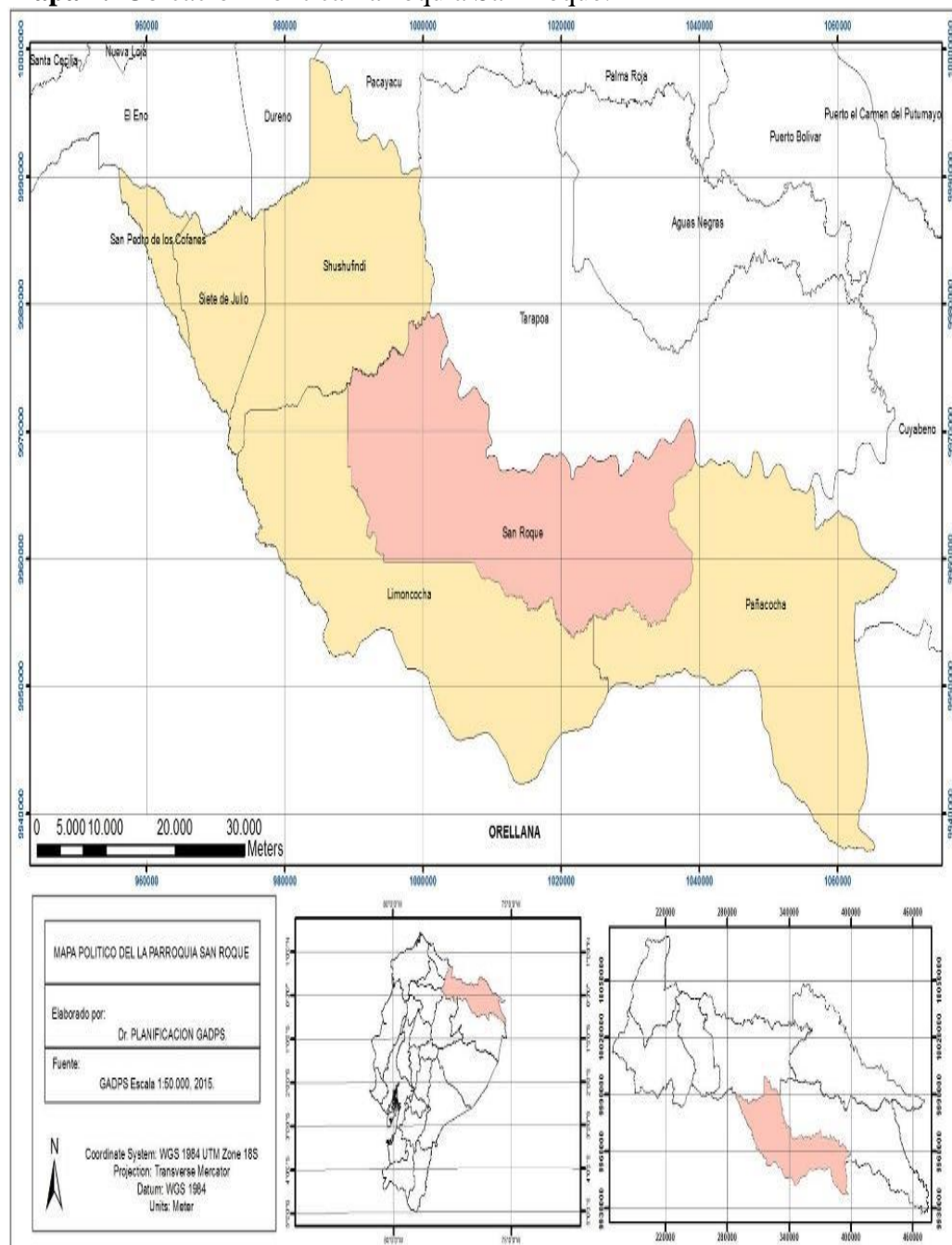
El Centro de Turismo Comunitario “UMAWA” se encuentra limitando:

Al Norte: con el señor Rodríguez

5.2.2. Ubicación política

El Centro de Turismo Comunitario “UMAWA” se encuentra ubicado en la Parroquia de San Roque, Cantón Shushufindi, Provincia Sucumbíos, a 14 kilómetros de la vía a Puerto Providencia, en la Parroquia de San Roque, al margen izquierdo a tres kilómetros de la avenida principal.

Mapa 2. Ubicación Política Parroquia San Roque.



Fuente: INAMHI 2015

5.2.3. Ubicación geográfica

La ciudad de Shushufindi es el segundo Cantón más grande de la provincia de Sucumbíos, está ubicada en la región amazónica del Ecuador, a una latitud -03 y longitud -76.4167.

Población total 2014 : 50.456 habitantes

Fecha de creación : 7 de Agosto de 1.984

Límites Norte : Cantón Lago Agrio

Sur : Cantón Orellana

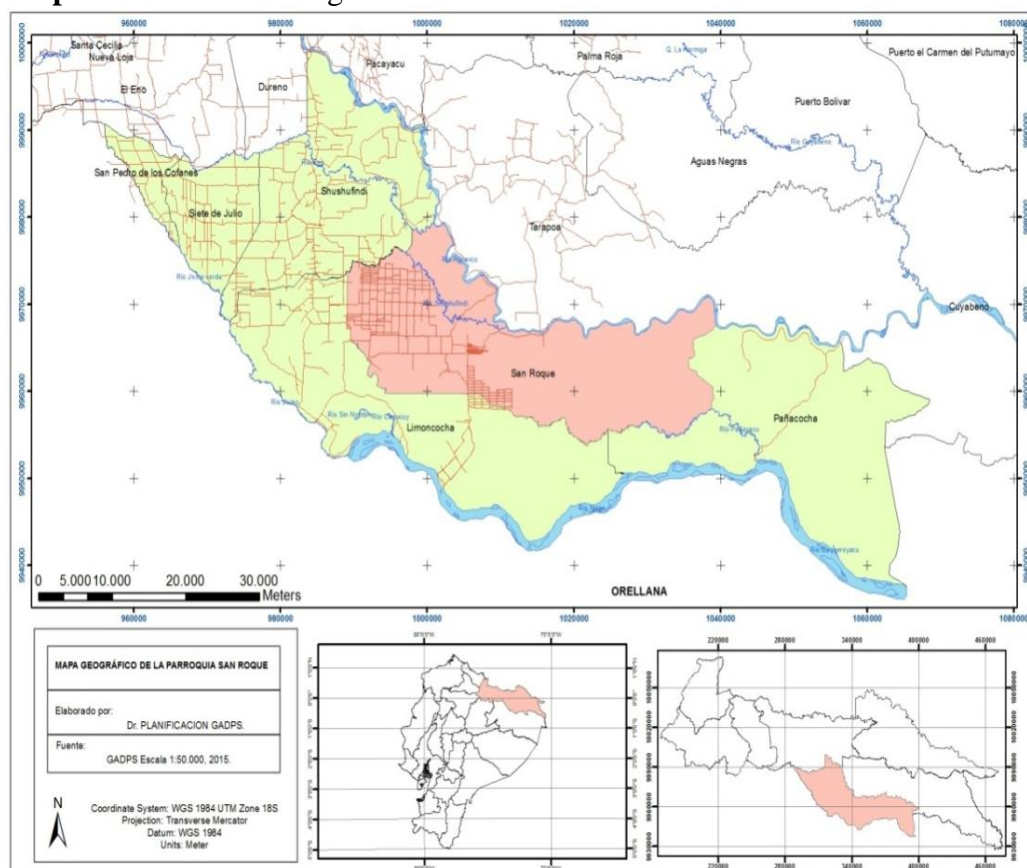
Este : Cantón Cuyabeno y Cantón Aguarico

Oeste : Cantón La Joya de los Sachas

Extensión : 2.463,010 km²

Provincia : Sucumbíos

Mapa 3. Ubicación Geográfica del Cantón Shushufindi.



Fuente: INAMHI 2015

5.3. Aspectos biofísicos y climáticos

5.3.1. Aspectos biofísicos

Flora.- Se le llama flora al grupo de plantas que se pueden encontrar en una determinada zona geográfica, haciendo un énfasis en aquellas que son completamente nativas del lugar. Los organismos bacteriales, las algas y otros también pueden ser considerados como parte de la flora de un lugar.

Cuadro 1. Flora de la Parroquia San Roque.

Nº	NOMBRE COMÚN	NOMBRE CIENTÍFICO	FAMILIA
1	Aguacatillo	<i>Ampelocera hottlei</i>	LAURACEAE
2	Arrayan	<i>Luma apiculata</i>	MIRTÁCEAS
3	Canelo	<i>Ocateas pzeinalicum</i>	WINTERÁCEAS
4	Cedrillo	<i>Guarea ruagea</i>	MELIÁCEAS
5	Cedro	<i>Cedrela odorata</i>	MELIÁCEAS
6	Chanul	<i>Hunrastrum procerum</i>	HUMIRIACEAE
7	Chilca Blanca	<i>Baccharis glutinosa</i>	ASTERACEAE
8	Chonta	<i>Bactris gasipaes</i>	ARECÁCEAS
9	Coco	<i>Virola nucifera</i>	ARECACEAE.
10	Copal	<i>Protium cubense</i>	FABACEAE
11	Floripondio	<i>Datura arborea</i>	SOLANACEAS
12	Guayabo	<i>Psidium guajava</i>	MYRTACEAE
13	Guarumo	<i>Cecropia peltata</i>	MORÁCEAS.
14	Guayacán	<i>Tabebuia Chrysantha</i>	ZIGOFILÁCEAS.
15	Helecho de árbol	<i>Pteridium aquilinum</i>	PTERIDOFITAS
16	Higuerón	<i>Picus Indico</i>	FICUS
17	Laurel	<i>Laurus nobilis</i>	LAURÁCEAS
18	Manzano colorado	<i>Guarea kuntiana</i>	ROSACEAE
19	Mata palo	<i>Ficas Benjamin.</i>	MORACEAE
20	Musgo	<i>Rigodium implexum</i>	RIGODEACEAE
21	Palmito	<i>Chamaerops humiles</i>	PALMERAS
22	Platanillo	<i>Bocona frutesces</i>	HELICONIACEAE
23	Roble	<i>Quercus petraea</i>	FAGACEAE
24	Sangre de drago	<i>Crotón draconoides</i>	EUFORBIÁCEAS
25	Sangre de gallina	<i>Dialyanthera gracilipes</i>	GESNERIASEAE

Fuente: MAGAP ministerio de agricultura, ganadería, acuicultura y pesca 2015.

Fauna.- Del latín *Fauna* (diosa de la fecundidad), se denomina fauna al conjunto de los animales de una región geográfica. Las especies propias de un

periodo geológico o de un ecosistema determinado forman este grupo, cuya supervivencia y desarrollo depende de factores bióticos y abióticos.

Cuadro 2. Mamíferos de la Parroquia San Roque

Nº	NOMBRE COMÚN	NOMBRE CIENTÍFICO	FAMILIA
1	Armadillo	<i>Dosypusno vancinetus</i>	DASIPÓDIDOS
2	Conejo	<i>Silvillagus brasilencis</i>	LEPÓRIDOS
3	Capibara	<i>Hydrochoerus hydrochaeris</i>	CAVIDAE
4	Gato de monte	<i>Felis silvestris</i>	FELIS BIETI
5	Guanta	<i>Agouti paca</i>	CUNICULIDAE
6	Mono aullador	<i>Alovatta seniculst</i>	ALOUATTA PALLIATA
7	Venado	<i>Odocainlents virginianus</i>	CERVIDAE
8	Zorra	<i>Caluromys dercianus</i>	CÁNIDOS.

Fuente: MAGAP Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca, 2015.

Cuadro 3. Aves de la Parroquia San Roque

Nº	NOMBRE COMÚN	NOMBRE CIENTÍFICO	FAMILIA
1	Guacamaya	<i>Ara macao</i>	PSITÁCIDOS
2	Gavilán	<i>Accipiter nisus</i>	ACCIPITRIDAE
3	Lora	<i>Amazona autumnalis</i>	PSITÁCIDOS
4	Perdiz	<i>Alectoris rufa</i>	TINAMIDAE
5	Tórtola	<i>Zenaida auriculata</i>	COLUMBIDAE
6	Perico	<i>Melopsittacus undulatus</i>	MEGALONYCHIDAE

Fuente: MAGAP Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca, 2015.

Cuadro 4. Anfibios de la Parroquia San Roque

Nº	NOMBRE COMÚN	NOMBRE CIENTÍFICO	FAMILIA
1	ranas	<i>Pelophylax perezzi</i>	RANIDOS
2	ranas cutín	<i>Pristimantis paquishae</i>	CRAUGASTORIDAE
3	Rana saltarina	<i>Leptodacylus gracilis</i>	JUMPING FROGS
4	Rana verde	<i>Pelophylax perezzi</i>	ELIDAE
5	Rana nodriza	<i>Epipedobates machalilla</i>	MICROHYLIDAE
6	Rana venenosa	<i>Ranitomeya ventrimaculata</i>	HYLIDAE

Fuente: MAGAP Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca, 2015.

Cuadro 5. Reptiles de la Parroquia San Roque

Nº	NOMBRE COMÚN	NOMBRE CIENTÍFICO	FAMILIA
1	Tortuga caparazón aplanado	<i>Mesoclemmys gibba</i>	CHELIDAE
2	Charapa	<i>Podocnemis expansa</i>	TESTUDINIDAE
3	Tortuga cabeza plana	<i>Chelonia mydas</i>	CHELIDAE
4	Lagarto	<i>Anolis bombiceps</i>	POLYCHROTIDAE
5	caimán	<i>Caiman crocodilus</i>	CROCODYLIDAE
6	Caimán	<i>Caiman crocodilus</i>	CROCODYLIDAE
7	Cocodrilo	<i>Crocodylus niloticus</i>	CROCODYLIDAE

continúa...

...continuación

8	Coral	<i>Corallus hortulanus</i>	BOIDAE
9	Mata caballo	<i>Corallus caninu</i>	BOIDAE
10	Anaconda	<i>Eunectes murinus</i>	BOIDAE
11	Boa	<i>Boa constrictor</i>	COLUBRIDAE
12	Equis	<i>Drepanoides anomalus</i>	COLUBRIDAE

Fuente: MAGAP ministerio de agricultura, ganadería, acuicultura y pesca, 2015.

5.3.2. Aspectos climáticos

La parroquia se encuentra a una altitud de 299 msnm. aprox., posee un piso climatológico húmedo tropical, nubosidad y temperatura media, precipitación variada anualmente.

a. Precipitación

La mayor superficie del territorio de la parroquia, está influenciado por altas precipitaciones, cubriendo desde el norte hacia el centro sur, el rango varía entre los 211 mm en el mes más bajo y 334 mm en el mes más alto. (Limoncocha, 2015)

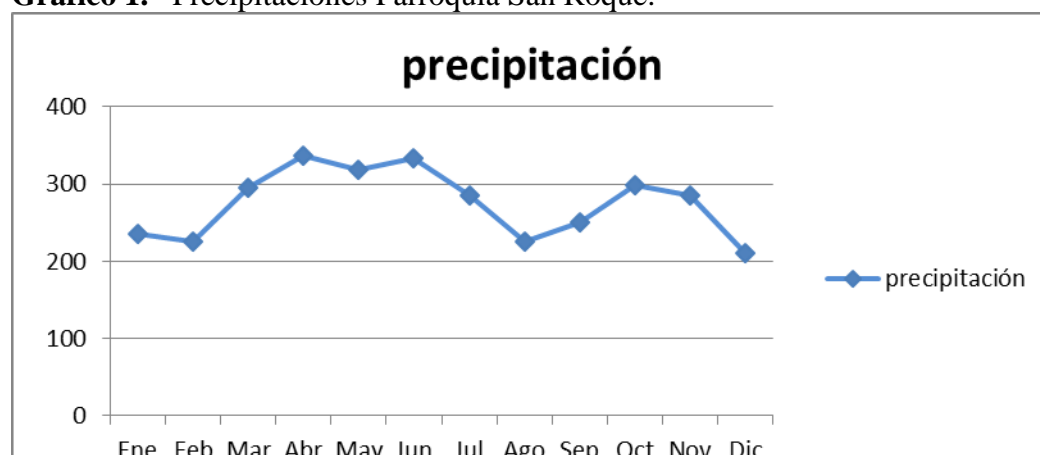
Tabla 1. Precipitación.

MONTH	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
Precipitación	235	226	295	337	318	334	286	225	251	299	285	211

Fuente: Estación meteorológica Limoncocha, 2015

Elaborado por: La autora

Gráfico 1. Precipitaciones Parroquia San Roque.



Fuente: Estación meteorológica Limoncocha, 2015.

Elaborado por: La autora

b. Temperatura

Según Pourrut, el clima del cantón corresponde a clima mega térmico lluvioso, está caracterizado por una fuerte temperatura media, cercana a los 24°C y por totales pluviométricos importantes, casi siempre superiores a 3.000 mm.

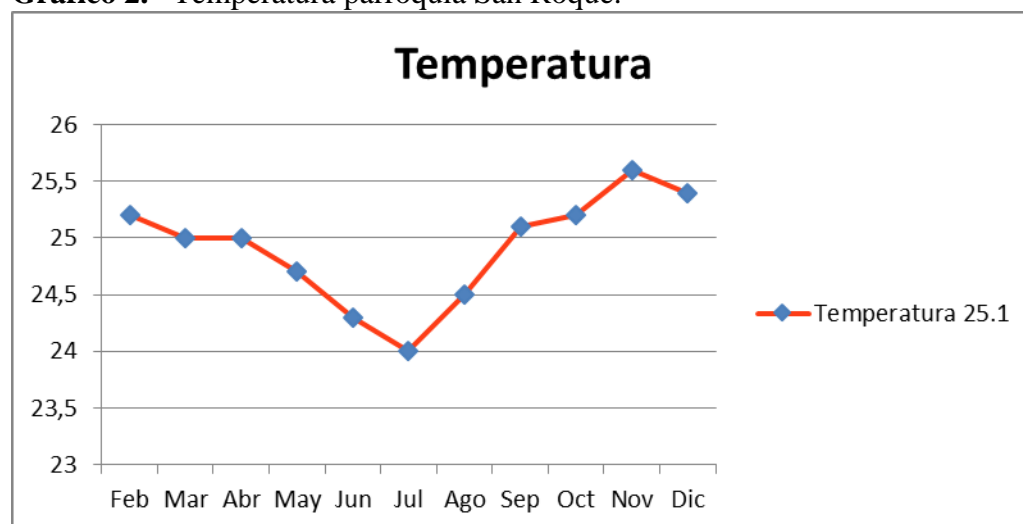
Tabla 2. Temperatura

MONTH	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
Temperatura	25,1	25,2	25	25	24,7	24,3	24	24,5	25,1	25,2	25,6	25,4

Fuente: Estación meteorológica Limoncocha, 2015

Elaborado por: La autora

Gráfico 2. Temperatura parroquia San Roque.



Fuente: Estación meteorológica Limoncocha, 2015

Elaborado por: La autora

c. Humedad

Los porcentajes de humedad relativa en la zona son altos, registrando un promedio anual del 89%. Se puede observar poca variabilidad de la humedad relativa durante todo el año. En el mes de junio se produce mayor porcentaje de humedad relativa (Gobierno Autónomo Descentralizado de Sucumbíos, 2011).

La humedad relativa es elevada, del orden de 91% y el cielo muchas veces nublado (insolación aproximada de 1.000 horas anuales).

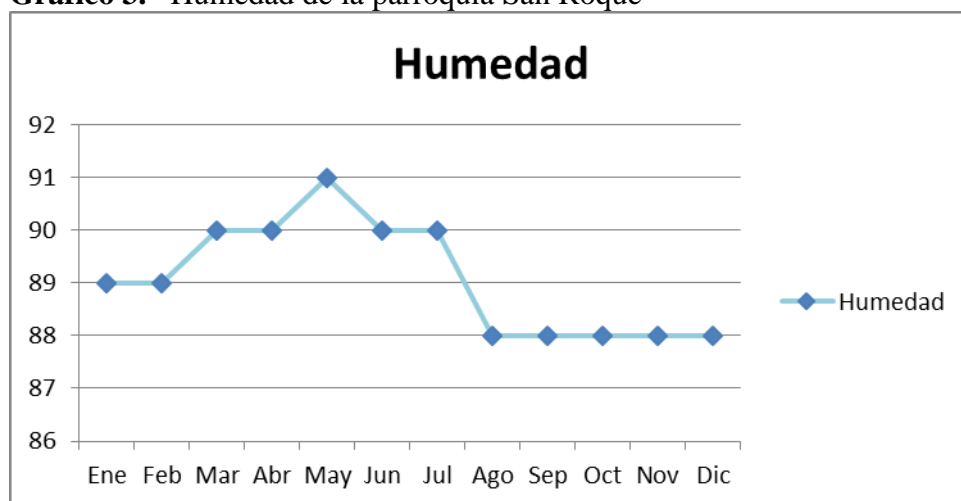
Tabla 3. Humedad

MONTH	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
Humedad	89	89	90	90	91	90	90	88	88	88	88	88

Fuente: Estación meteorológica Limoncocha, 2015

Elaborado por: La autora

Gráfico 3. Humedad de la parroquia San Roque



Fuente: Estación meteorológica Limoncocha, 2015

Elaborado por: La autora

d. Heliofanía

Las horas de sol o heliofanía, es un factor importante en agro-climatología, por tener relación directa con la intensidad de la radiación solar. El promedio de horas de sol por día es de 3,58.

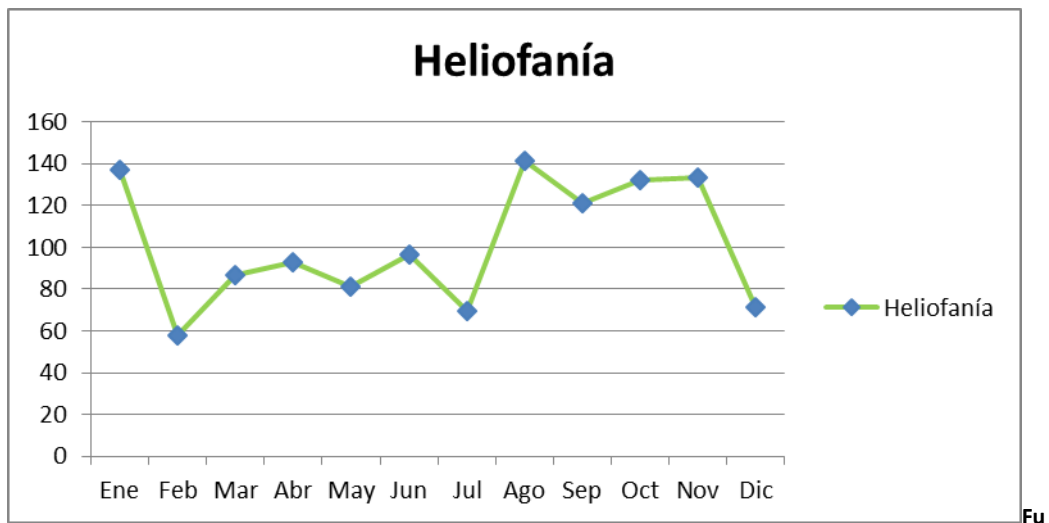
Tabla 4. Heliofanía

MONTH	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
Heliofanía	137,3	58	87	93	81,1	96,8	69,4	141,5	121,1	132,4	133,5	71,2

Fuente: Estación meteorológica Limoncocha, 2015

Elaborado por: La autora

Gráfico 4. Heliofanía de la parroquia San Roque



ente: Estación meteorológica Limoncocha, 2015

Elaborado por: La autora

5.4. Tipo de investigación

La investigación es de carácter no experimental y aplicativo, para la que se analizó y se sintetizó las fuentes tanto primarias como secundarias y se procedió a realizar investigación descriptiva, investigación de trabajo de campo y documental.

5.4.1. Investigación descriptiva

El objetivo de la investigación descriptiva fue describir, registrar y analizar la información, lo cual contribuyó para realizar el diagnóstico situacional del área de estudio.

5.4.2. Investigación de campo

Para el desarrollo de este proceso investigativo se requirió obtener información directa del mercado y para el análisis de costos.

5.4.3. Investigación documental

La investigación documental facilitó realizar las consultas de documentos (libros, revistas, periódicos, memorias, investigaciones, anuarios, normas ambientales, ordenanzas, etc.), lo que permitió establecer la revisión de literatura, metodologías, procedimientos a ser aplicados en el estudio de factibilidad, así como también realizar la propuesta de un plan de señalética turística.

5.5. Determinar el Diagnóstico situacional del Centro Turístico Comunitario “UMAWA”, ubicado en la Parroquia San Roque del Cantón Shushufindi.

5.5.1. Gestión Institucional

Para la elaboración de este proyecto se reconoció y delimitó el área de estudio, es decir al centro turístico comunitario “UMAWA” en la cual se realizó la investigación. Y así se obtuvo el respaldo y los permisos oportunos otorgados por el administrador del centro, para efectuar la investigación necesaria del lugar.

Mediante la elaboración de un oficio dirigido al señor Pascual Olivo propietario del Centro turístico “UMAWA”; se solicitó la apertura para el desarrollo del proyecto. Por parte del señor hubo una contestación favorable a lo expuesto. Desde ese momento se inició el trabajo de investigación.

5.5.2. Identificación del área de estudio

Teniendo como referencia la información de Plan de Ordenamiento y Desarrollo Territorio de la parroquia de San Roque, realizado dentro del periodo de 2009 al 2014, información que fue una herramienta principal para realizar este estudio sobre el área, donde se encontró información apreciable como:

- a. Creación
- b. Ubicación
- c. Límites
- d. Reseña histórica
- e. Extensión
- f. Población
- g. Clima
- h. Caseríos
- i. Ríos
- j. Productos
- k. Fiestas
- l. Aspectos Físicos
- m. Sistema económico
- n. Actividad Productiva
- o. Dinámica económica
- p. Actividad agro - productiva.
- q. Recolección de información de campo
- r. Actividad Turística

5.5.3. Elaboración de la muestra

Para seleccionar la muestra, se utilizó el método de muestreo aleatorio simple, mismo que se desarrolló tomando en cuenta el tamaño de la población y la posibilidad de ser elegido para formar parte de la muestra. Es así como el proceso consiste en trabajar con una tabla de dígitos al azar o una serie de números aleatorios generados en una planilla de cálculo y seleccionar a los que coinciden con el número al azar y el orden de la lista.

Tomando en cuenta la población que está dividida en: turistas nacionales y extranjeros y población de la parroquia San Roque, se determinó mediante la fórmula de Poisson el tamaño de la muestra:

$$n = \frac{p * q * N}{(N - 1) \left(\frac{e}{k}\right)^2}$$

n = Tamaño de la muestra

N = Universo

p.q = Constante de varianza

e = Margen de error

k = Constante de corrección del error

5.5.4. Aplicación y resultados de la encuesta

La aplicación de la encuesta se dio, a los moradores de la parroquia San Roque y a los turistas que visitaron el Centro Turístico.

a) Análisis e interpretación de la aplicación de las encuesta para determinar la demanda

Tras haber ejecutado la encuesta se realizó la correspondiente tabulación. De la misma manera se efectuó una breve interpretación sobre los porcentajes dados en la aplicación de la misma.

5.6. Efectuar el estudio de factibilidad para diseñar el diagnóstico situacional del Centro Turístico Comunitario “UMAWA”, ubicado en la Parroquia San Roque del Cantón Shushufindi.

En este objetivo se tomó en cuenta los siguientes métodos para lograr resultados deseados.

5.6.1. Estudio de factibilidad

Dentro de este estudio se encontró otras áreas de relevante importancia para la realización del trabajo.

- a) Factibilidad económica.
- b) Factibilidad social.
- c) Factibilidad ambiental.
- d) Factibilidad legal.

5.6.2. Estudio de Mercado

Para realizar el estudio de mercado se realizó una encuesta a diferentes personas con preguntas cerradas y abiertas

Se realizó el estudio de la oferta en el cantón Shushufindi de productos similares al centro turístico comunitario “UMAWA” a través de una encuesta (Anexo 3), con la finalidad de conocer la situación actual de la oferta próxima a nuestra área de estudio.

5.6.3. Estudio Técnico

Para elaborar la señalética del Centro Turístico Comunitario “UMAWA”, se utilizó normas técnicas de interpretación ambiental que permitió diseñar una adecuada señalización sin causar ningún impacto visual ni ambiental.

Se recurrió a fuentes bibliográficas como el Manual Corporativo de Señalización Turística del Ministerio de Turismo, para verificar sus diseños y medidas establecidas de acuerdo a las leyes del turismo.

Para lo cual se procedió a clasificar los materiales que se van a utilizar para su construcción de los letreros. Entre ellos se consideran los siguientes:

- Tubos galvanizados de 2 pulgadas
- Láminas de tol
- Pintura acrílica
- Tiñer
- Electrodo
- Gráficos con vinil adhesivo
- Bonders
- Tornillos

5.6.4. Estudio Financiero

Para el análisis de costos, se utilizó el método APUs (Análisis de Precios Unitarios), que sirvió de guía en la preparación de presupuestos de la señalética, este análisis de costos se apoyó en la investigación de campo con cada uno de los proveedores que proporcionaron los costos reales de los materiales y permitió elaborar el costo de los diseños.

5.6.5. Financiamiento

En el financiamiento se tomó en cuenta materiales que se utilizarán para la elaboración de los diferentes letreros que serán ubicados en los sitios estratégico o atractivos turísticos del Centro Turístico Comunitario “UMAWA”

5.6.6. Etapas para elaborar el inventario de atractivos

Dentro de la metodología para inventariar los atractivos turísticos naturales que posee el Ministerio de Turismo se encuentra los siguientes pasos:

- a. Clasificación de los atractivos
- b. Recopilación de información
- c. Trabajo de campo
- d. Evaluación y jerarquización

5.6.7. Elaboración del inventario turístico del Centro Turístico Comunitario “UMAWA”, ubicado en la Parroquia San Roque del Cantón Shushufindi.

En la elaboración del inventario se utilizó como elemento principal las fichas del MINTUR y la técnica para realizar las mismas. Este inventario será de suma importancia para efectuar este proyecto, mediante el cual se conocerá los atractivos existentes y se obtendrá actualizar información, jerarquizar.

5.7. Diseñar el Plan de Señalética para el Centro Turístico Comunitario “UMAWA”, ubicado en la Parroquia San Roque del Cantón Shushufindi.

En la elaboración de éste objetivo, se utilizó los siguientes métodos de investigación.

5.7.1. Investigación de campo

Consistió en visitar cada uno de los atractivos turísticos, para realizar el inventario de los mismos y a la vez se verificó el estado actual y se actualizó la información.

5.7.2. Investigación documental

Se tomó como guía el reglamento y manual del Ministerio de Turismo para diseñar la señalética de cada uno de los diferentes atractivos turísticos encontrados en el Centro Turístico “UMAWA”

5.7.3. Estructura del plan de señalética turística

El plan constará de la siguiente estructura:

- a. Nombre del proyecto
- b. Introducción
- c. Justificación
- d. Objetivo General
- e. Objetivo Específico
- f. Objetivo Estratégico
- g. Políticas
- h. Normas
- i. Eslogan
- j. Rótulo
- k. Zona de influencia
- l. Incorporación de las señaléticas en los atractivos turísticos
- m. Diseño del Plan de Señalética para el Centro Turístico Comunitario “UMAWA”, a través de la implementación de 36 señales turísticas.

F. RESULTADOS

6.1. Determinar el diagnóstico situacional del Centro Turístico Comunitario “UMAWA”. Ubicado en la Parroquia San Roque del Cantón Shushufindi.

6.1.1. Gestión Institucional

Mediante esta investigación de campo se logró conocer el centro turístico “UMAWA”, por medio de la apertura brindada por el señor Guido Olivo, uno de los administradores y dueños, quien abrió las puertas para ser realidad este proyecto.

Se realizó un recorrido de 12 km por el lugar, donde se pudo observar mucha escases, sobre todo las señales que necesitaba cada atractivo para ser bien identificado, por ello se consiguió implementar algunas señaléticas tomando en cuenta normas técnicas que no afecten al ambiente. Partiendo de todas las necesidades del centro turístico UMAWA que se detallaron en el capítulo anterior se aplicó una entrevista a los propietarios del Centro Turístico “UMAWA”, se realizó encuestas a unidad muestral seleccionada, las mismas que fueron analizadas e interpretadas de la siguiente manera:

6.1.2. Identificación del área de estudio

Para realizar la identificación del área de estudio se utilizó como una herramienta principal la información del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial, del cual se tomó la siguiente información.

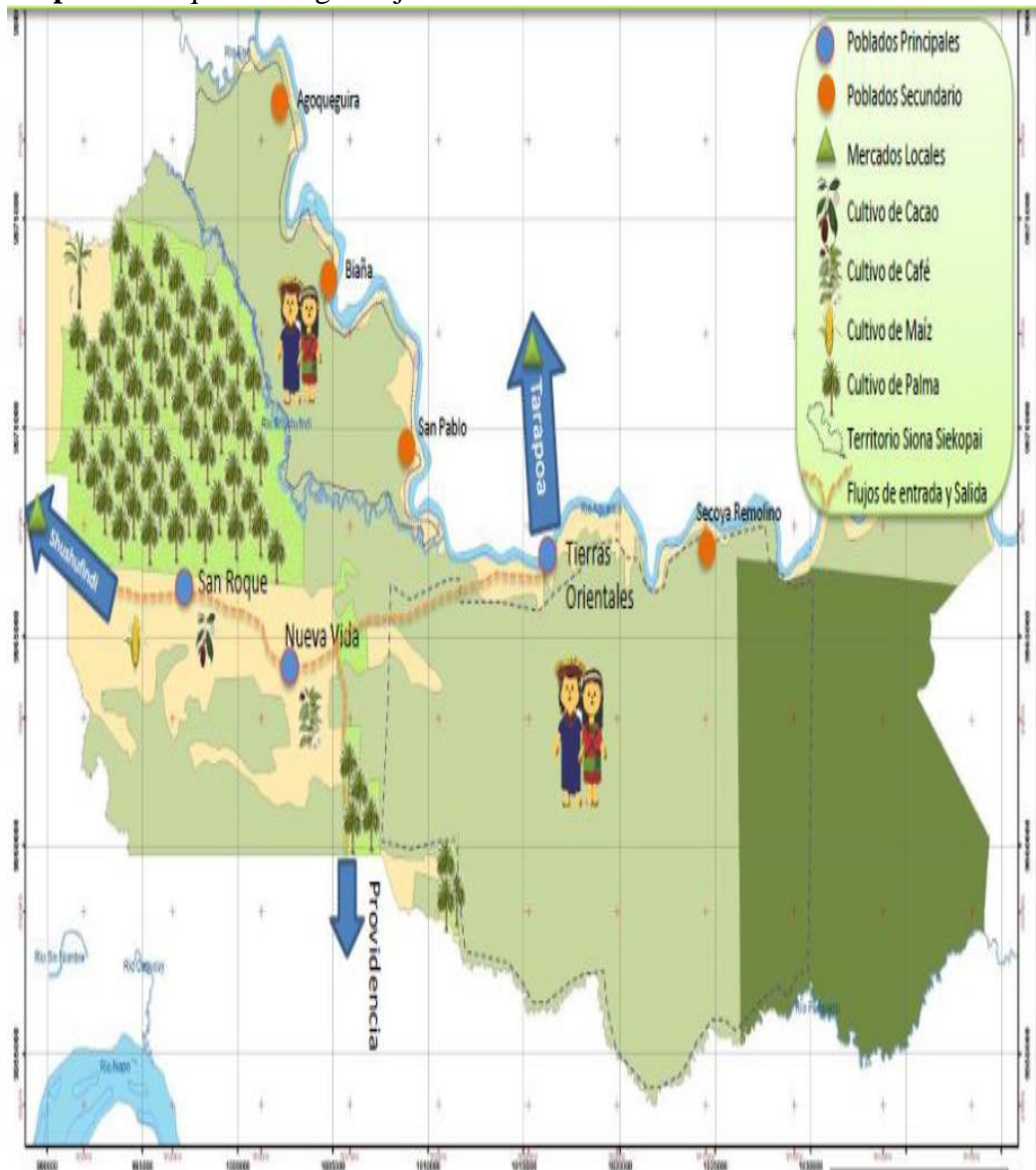
a) Creación

La fecha de creación de la Parroquia San Roque se da con la publicación del Registro Oficial No. 777 del 13 de septiembre de 1.991.

b) Ubicación

La parroquia San Roque se encuentra ubicada al noroeste del cantón Shushufindi y Cuyabeno

Mapa 4. Croquis del lugar objeto de estudio



Fuente: PDOT de Limoncocha

Elaborado por: La autora

c) Límites

Norte : Cantón Shushufindi y Cuyabeno

Sur : La parroquia Limoncocha

Este : La parroquia Limoncocha
Oeste : Pañacocha
Noroeste : El cantón Shushufindi

d) Reseña histórica

La parroquia de San Roque se fundó en el año 1991. Los primeros habitantes de la parroquia llegaron de diferentes provincias del país, como Bolívar, Loja, Manabí, Morona Santiago, los primeros asentamientos en ubicarse en estas tierras fueron las nacionalidades Secoya, Shuar, entre otras, estos asentamientos buscaron asentarse a riveras del Río Aguarico por condiciones de movilidad fluvial no existía transporte terrestre.

e) Extensión

La extensión de esta parroquia es de 640,79 km², 64.079,5 ha.

f) Población

Según el censo realizado por el INEC en el año 2015, la población de la parroquia San Roque es de 3653 habitantes distribuidos en el 56% al sexo masculino y el 44% al sexo femenino.

g) Clima

Corresponde al clima mega térmico lluvioso, está caracterizado por una fuerte temperatura media, cercana a los 25° C y por totales pluviométricos importantes, casi siempre superiores a 3.000mm.

h) Caseríos

Nueva Vida, Unidos Venceremos, Los Olivos y Tierra Orientales.

i) Ríos

Los principales son: río la Victoria, Río Itaya, Río Sucio y Río Shushufindi.

j) Productos

Los productos que más se dan en la zona son: café, cacao, arroz, plátano, yuca, papaya, caña de azúcar, etc. La mayoría de la gente se dedica a la agricultura y ganadería.

k) Fiesta

La fiesta principal la realizan en el mes de septiembre como motivo de celebración de la fecha de parroquialización.

l) Aspecto físico

La parroquia San Roque se encuentra ubicado a 14 km de la ciudad de Shushufindi. Para llegar a ella se toma un transporte que le lleva a la comunidad, además también existen taxis que se puede tomar para llegar al lugar.

La parroquia San Roque, cuenta con varias instituciones educativas como: El Colegio Juan Montalvo, Escuela 25 de Diciembre; Escuela 29 de Julio, Escuela Adalberto Ortiz; Escuela Hna. Inés Arango Velásquez, Escuela Palmeras del Ecuador, Escuela Río Yasuní y la Escuela Bella Vista de San Pablo. Además posee un Sub centro de salud y oficinas de la Tenencia Política y Junta Parroquial.

m) Sistema económico

La mayor parte de las personas se dedica a la agricultura, otros a trabajar en la empresa Palmeras del Ecuador que está dedicada a la producción extensiva de

palma africana; para obtener un ingreso económico para el sustento de los hogares.

n) Actividad productiva

La agricultura, piscicultura, artesanías y el turismo son las principales actividades de la población de la parroquia; expenden productos como: cacao, café, yuca, caña de azúcar, palma africana, plátano, papaya etc.; productos que utilizan para vender y para su consumo.

La piscicultura es una de las actividades de mucha importancia para la población, obtiene pequeños criaderos de peces como la tilapia, cachama que son utilizados para su consumo y también para comercializar.

En cuestión del turismo, San Roque existe lugares con varios atractivos naturales como piscinas, senderos de selva, animales domésticos, ríos, flora y fauna, animales salvajes etc. Como también existen cabañas como lugares de hospedaje, hechos al estilo shuar muy atractivas para los visitantes; lugares que son muy visitados por su belleza paisajístico cultural y natural.

o) Dinámica económica

El Ecuador es uno de los países considerado económicamente activo, nos demuestra que el 98,29 de la PEA se encuentran ocupados de las cuales el 57,42% en actividades agrícolas pecuarias en un decir la situación de la oferta actual de mano de obra en el mercado de trabajo.

La Población Económicamente Activa en la parroquia San Roque corresponde al 98,3% que equivale al 33,67% de la población total y de la PEA el 19,57% a la población económicamente asalariada, en cuanto a la tasa de desempleo a nivel de la parroquia se encuentra en el 1,7% de la población económicamente activa desempleada de acuerdo al Censo Nacional Económico del 2015.

p) Actividad Agro - productiva

Comprende a las actividades agrícolas, pecuarias, la identificación de áreas potencialmente productivas y el establecimiento del avance de contorno agrícola.

Se ha identificado en la parroquia que el 56,9% se dedica a la agricultura, silvicultura, caza y pesca, el 8,3% se ocupa en la manufactura, el 4,9% se dedica al sector público, el 1,07% a la explotación petrolera y el 28,6% al comercio al por mayor y menor.

A nivel de la parroquia se cuenta con la presencia de la empresa Palmeras del Ecuador donde trabajan en la planta extractora laboran 150 personas y 1.000 personas mensualizados y su materia prima es la palma africana que es adquirida a los productores de la parroquia así como fuera de ella.

- **Elaboración de Panela** En la parroquia se cuenta con un emprendimiento en la industrialización de caña de azúcar donde cuenta con 8 personas para trabajar utilizando como materia prima la caña de azúcar que es adquirida a agricultores de la zona y su producción es comercializada en la región y fuera de ella.

En el Recinto San José se encuentra un centro de acopio de cacao y café donde trabajan 4 personas y están financiados por el GAD provincial y comercializan en Guayaquil.

Organización Siekopai. Ubicado en el Recinto San Pablo se dedican a la comercialización de pescado paiche los alevines son adquiridos tanto en la zona así como en Perú. Este emprendimiento es financiado por el Ministerio del Ambiente y el FEPP

Además de estas actividades en la parroquia San Roque se halla ubicado el bloque 15 de explotación petrolera en la que albergan actualmente 15 trabajadores de la parroquia operada por la empresa estatal de Petro amazonas.

- **Artesanías:** En la Comunidad Siekopai ubicado en la comuna San Pablo donde confeccionan una serie de artesanías partiendo de la semilla de frutos como Collares, pulseras, lanzas etc. Productos elaborados: (alimentos procesados, textiles, productos de la madera), entre otros.
- **Servicios:** Comercio informal. A nivel de la parroquia se cuenta con 18 tiendas de venta productos de primera necesidad; además se cuenta con 7 restaurants distribuidos a nivel de los recintos parroquiales. Mano de obra calificada y no calificada, turismo comunitario

q) Recolección de información de campo

Para la realización de recolección de información se seleccionó como instrumento la encuesta. Con la cual se despejó dudas sobre el trabajo de titulación, dándome a conocer la aceptación sobre el mismo en los pobladores y visitantes.

r) Actividades turísticas

Es válido señalar que en la parroquia como una característica vinculada al desarrollo turístico se ha promocionado las visitas al recinto San José comunidad que viene fomentando el turismo comunitario en donde se encuentra el pintor de mayor reconocimiento como es el señor Ramón Pilguaje que son de la nacionalidad Siekopai, además se cuenta en la comunidad un centro de interpretación.

El recinto Tierras Orientales desarrolla como parte de sus actividades cotidianas la venta de servicios fluviales a la parroquia Cuyabeno, así como al turismo comunitario fluvial.

En la parroquia San Roque existe una mina de material pétreo ubicada en la comuna San Pablo.

Además es válido señalar que a nivel de parroquia las nacionalidades especialmente Siekopai es forjadora de ingresos económicos por concepto de turismo comunitario y emprendimientos como son la crianza de Paiche en cautiverio; para la construcción y comprensión del perfil económico productivo de la parroquia se considera a la empresa Palmeras del Ecuador generadora de empleo y un grupo de habitantes de la parroquia se sustenta en la producción de palma africana para posteriormente comercializar en la empresa antes indicada.

6.1.3. Elaboración de la muestra

Para el estudio de la demanda se tomó como universo a la población total del cantón Shushufindi para lo cual se aplicó la fórmula de la muestra.

$$n = \frac{p \cdot q \cdot N}{(N - 1) \left(\frac{e}{k}\right)^2}$$

n= 44.328 habitantes

Z= 1.77

N= 9.348

P= 0,7

Q= 0,3

E = 0,08

(1,77)²

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

$$n = \frac{(1,77)^2 * 9.348 * 0,7 * 0,3}{0,08^2(9.348 - 1) + (1,77)^2 * 0,7 * 0,3}$$

n= 101.

6.1.4. Aplicación y resultados de la encuesta

Al aplicar la encuesta es fundamental saber interpretar los resultados, obtenidos mediante la recolección de información de campo, las formas más

correctas de realizar estas interpretaciones son a través de la tabulación, para luego realizar la debida interpretación de cada uno de los resultados de las encuestas.

La tabulación se realizó de forma individual pregunta por pregunta que contuvo la encuesta, la misma que se basó en los porcentajes obtenidos con los encuestados.

a. Análisis e interpretación de la aplicación de las encuesta para determinar la demanda

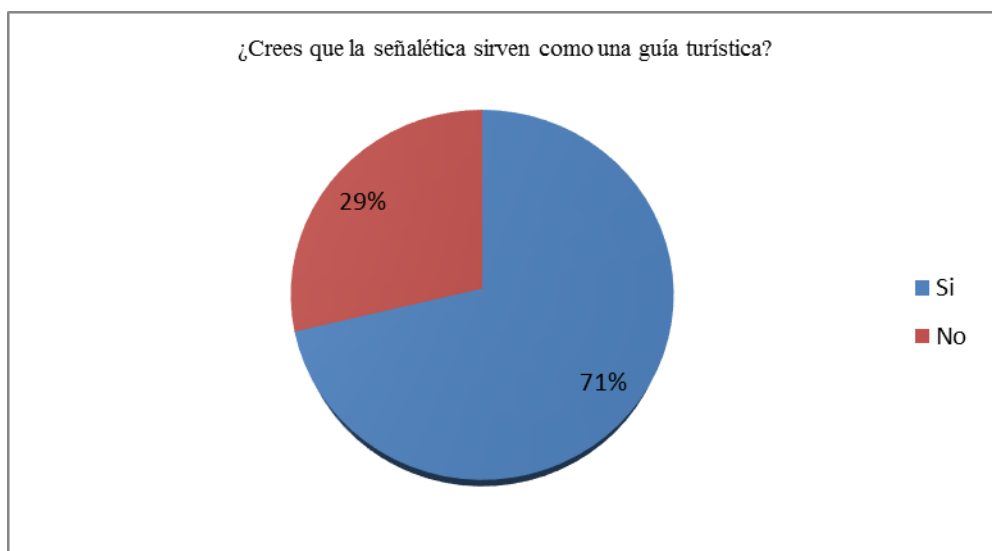
1.- ¿Cree que la señalética sirve como una guía turística?

Tabla 5. ¿Cree que la señalética sirve como una guía turística?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SÍ	72	71%
NO	29	29%
TOTAL	101	100%

Elaborado por: La autora

Gráfico 5.



Elaborado por: La autora

Interpretación.- En la tabla 2 y gráfico cinco, se observó el 71% de la señalética sirven como una guía turística, mientras que el 29% contestan que no. Esto demuestra que la mayor parte de los encuestados creen que la señalética en un centro turístico forma parte de una guía para los usuarios.

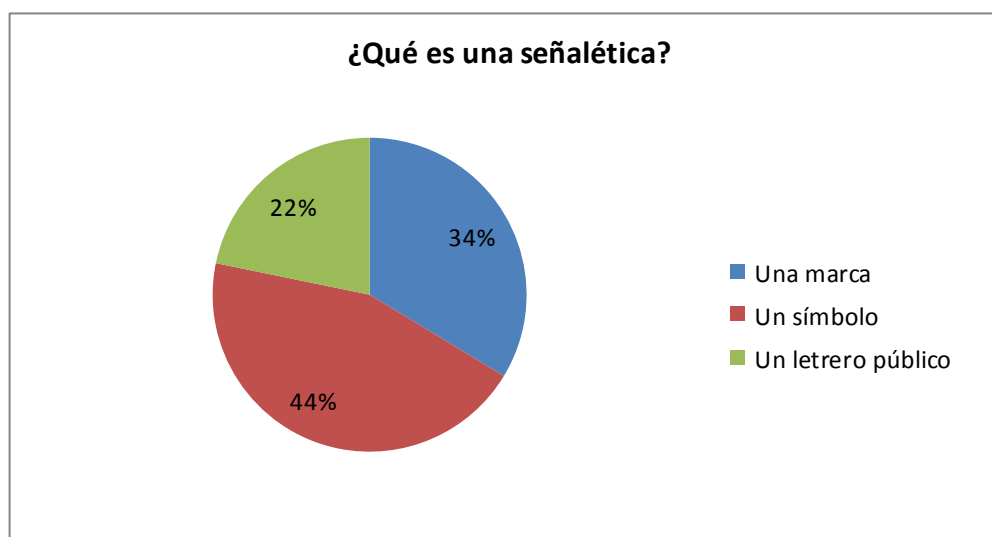
2.- ¿Qué es una señalética?

Tabla 6. ¿Qué es una señalética?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Una marca	34	34%
Un símbolo	45	44%
Un letrero público	22	22%
TOTAL	101	100%

Elaborado por: La autora

Gráfico 6.



Elaborado por: La autora

Interpretación.- En la tabla tres y gráfico seis se determinó que, el 44% afirmó que la señalética es un símbolo, el 34% respondió una marca, mientras que el 22% indicó un letrero público; con esta representación gráfica se pudo constatar, que la señalética permite a los usuarios informar mediante señales y símbolos que brindan ilustraciones de lugares que desee conocer el turista.

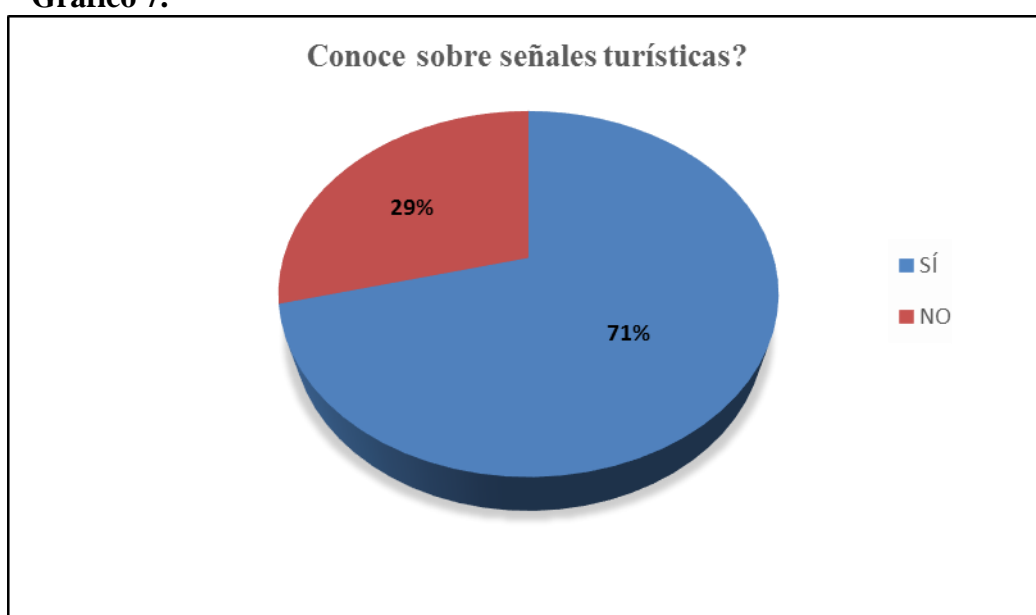
3.- ¿Conoce sobre señales turísticas?

Tabla 7. ¿Conoce sobre señales turísticas?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SÍ	72	71%
NO	29	29%
TOTAL	101	100%

Elaborado por: La autora

Gráfico 7.



Elaborado por: La autora

Interpretación.- en la tabla cuatro y gráfico siete, el 71% conoció sobre las señales turísticas, el 29% respondieron que no. De acuerdo al gráfico se pudo determinar que la mayoría de personas encuestadas conocían sobre las señales turísticas, estas son fundamentales ya que ayudan a ordenar, reglamentar los centros turísticos con mayor seguridad y responsabilidad.

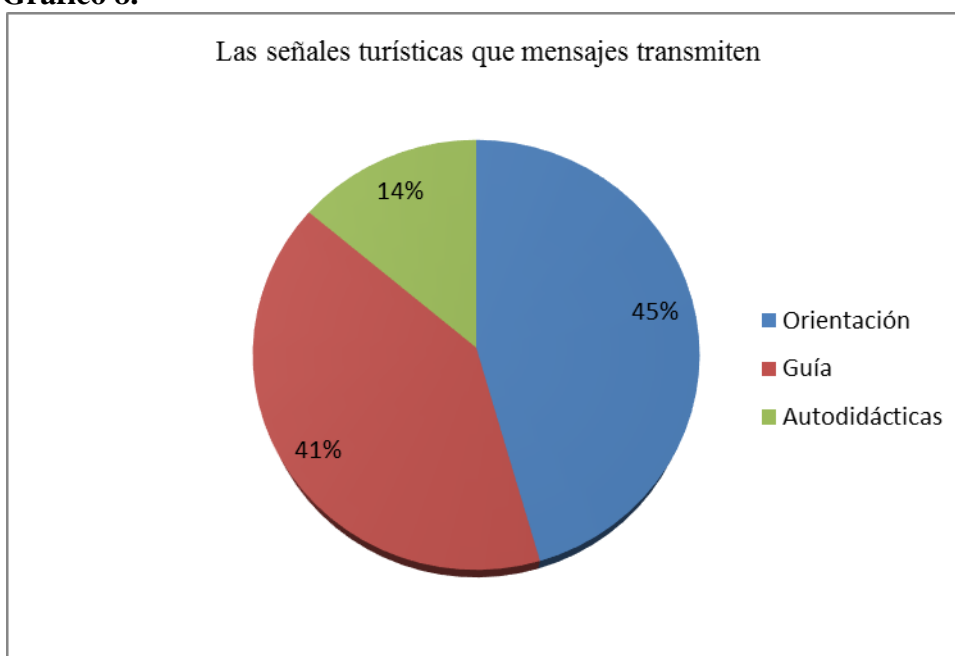
4.- Las señales turísticas transmiten mensajes de:

Tabla 8. Las señales turísticas que mensajes transmiten.

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Orientación	46	45%
Guía	41	41%
Autodidácticas	14	14%
TOTAL	101	100%

Elaborado por: la autora

Gráfico 8.



Elaborado por: La autora

Interpretación.- en la tabla cinco y gráfico ocho, el 45% afirmó que las señales turísticas transmiten un mensaje de orientación, el 41% respondieron guía y el 14% contestó autodidácticas; con esto se pudo decir que las señales turísticas pueden transmitir varios mensajes que son de interés para el usuario.

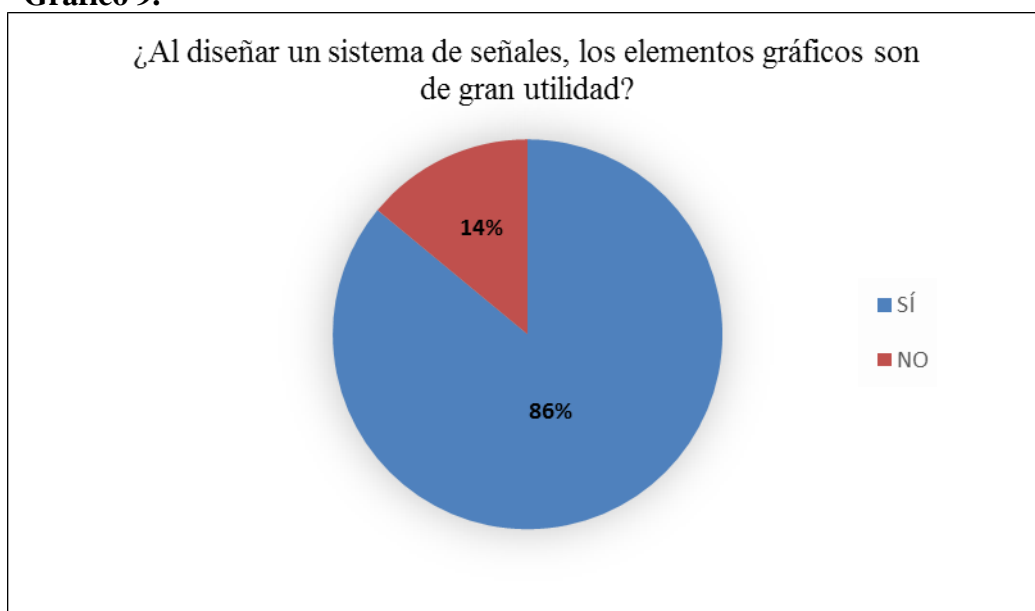
5.- ¿Al diseñar un sistema de señales, los elementos gráficos son de gran utilidad?

Tabla 9. ¿Al diseñar un sistema de señales, los elementos gráficos son de gran utilidad?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SÍ	87	86%
NO	14	14%
TOTAL	101	100%

Elaborado por: La autora

Gráfico 9.



Elaborado por: La autora

Interpretación.- En la tabla seis y gráfico nueve se evidenció, que el 86% afirmó que el diseño de señales con gráficos es de mucha utilidad, el 14% respondió que no; como se puede demostrar en esta encuesta en su mayoría aportan que los elementos gráficos en una señalética son de mucho beneficio para los usuarios, estas transmiten información y guían hacia los lugares indicados.

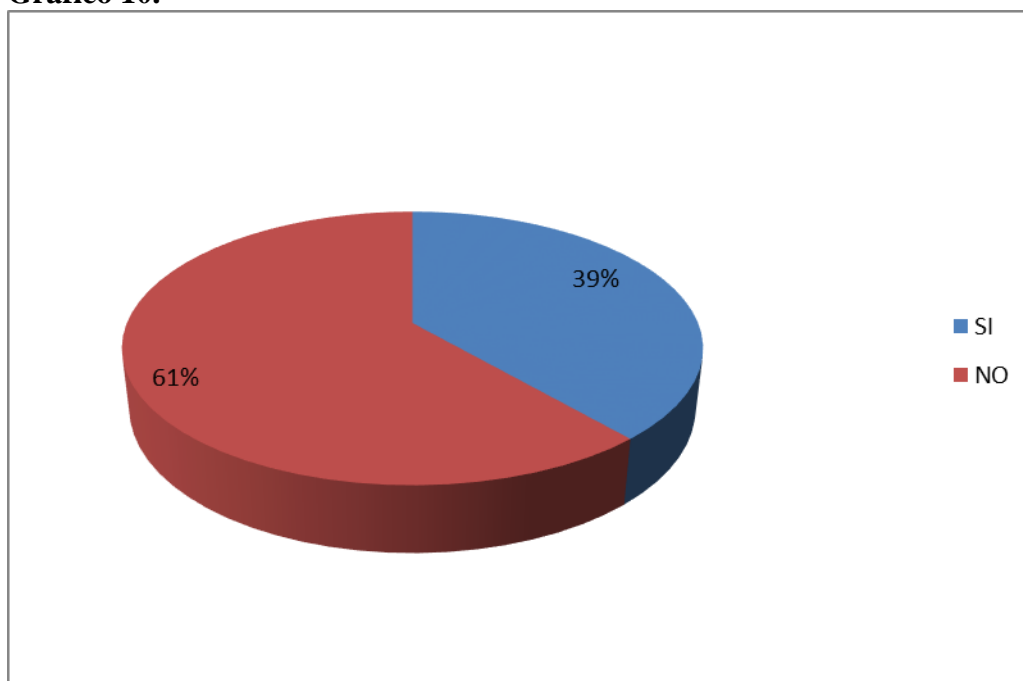
6.- ¿Conoce sobre el significado de los colores de las señales turísticas?

Tabla 10. ¿Conoce el significado de los colores de las señales turísticas?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SÍ	39	39%
NO	62	61%
TOTAL	101	100%

Elaborado por: La autora

Gráfico 10.



Elaborado por: La autora

Interpretación.- De acuerdo a la tabla siete y gráfico diez, el 61% afirmó que no conoce sobre el significado de los colores de las señales turísticas, el 39% indicó que conoce. Por lo tanto se puede determinar que la mayoría necesita aprender el significado de los colores para una mejor guía.

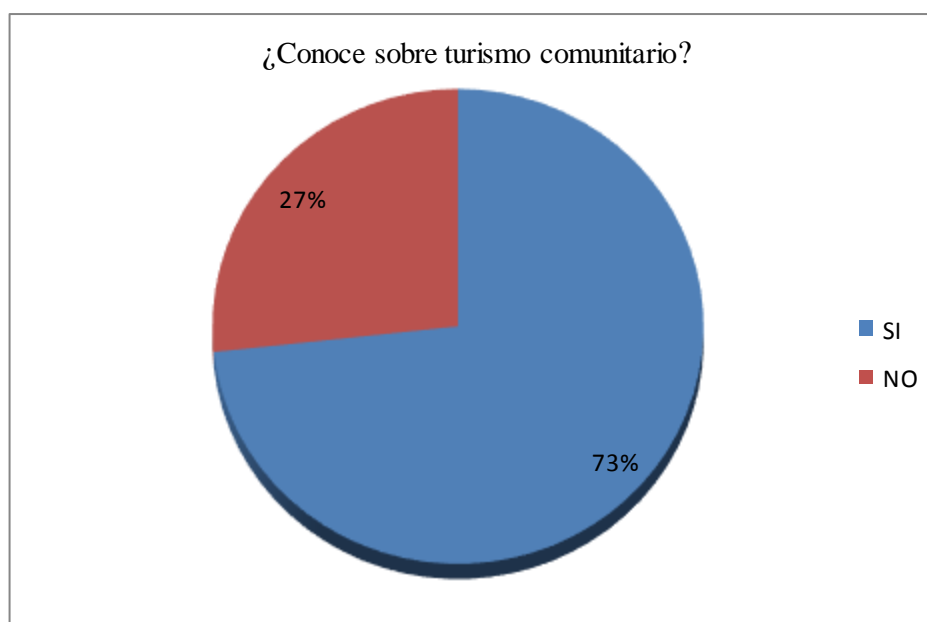
7.- ¿Conoce sobre turismo comunitario?

Tabla 11. ¿Conoce sobre turismo comunitario?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SÍ	74	73%
NO	27	27%
TOTAL	101	100%

Elaborado por: La autora

Gráfico 11.



Elaborado por: La autora

Interpretación.- En la tabla ocho y gráfico 11 que trata sobre el turismo comunitario, el 73% afirmó conocer sobre esto, mientras el 27% respondió que no; de acuerdo al gráfico presentado, en su mayoría las personas conocen sobre el tema; sin embargo el turismo comunitario hace referencia a la responsabilidad y el respeto al medio ambiente y los derechos culturales para ayudar al visitante a mantener un comportamiento responsable.

8.- ¿Está de acuerdo que se realice un Plan de Señalética turística en el Centro Comunitario “UMAWA”?

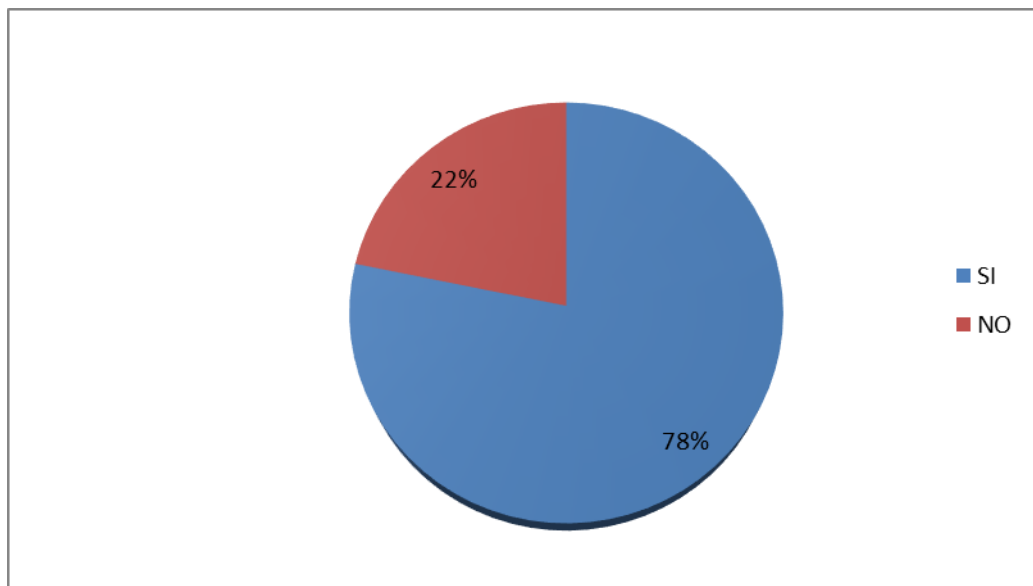
¿Por qué?

Tabla 12. ¿Está de acuerdo que se realice un Plan de Señalética turística en el Centro Comunitario “UMAWA”?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SÍ	79	78%
NO	22	22%
TOTAL	101	100%

Elaborado por: la autora

Gráfico 12.



Elaborado por: La autora

Interpretación.- Se observó en la tabla nueve y gráfico 12, que el 78% estuvieron de acuerdo que se realice un plan de señalética turística, el 22% estuvieron en desacuerdo que se realice señalización turística en el centro turístico “UMAWA”; según el gráfico existe un porcentaje bastante considerable, donde la mayoría está consciente que estas señales ayudarían a dar un mejor servicio para los usuarios o turistas que visitan el lugar.

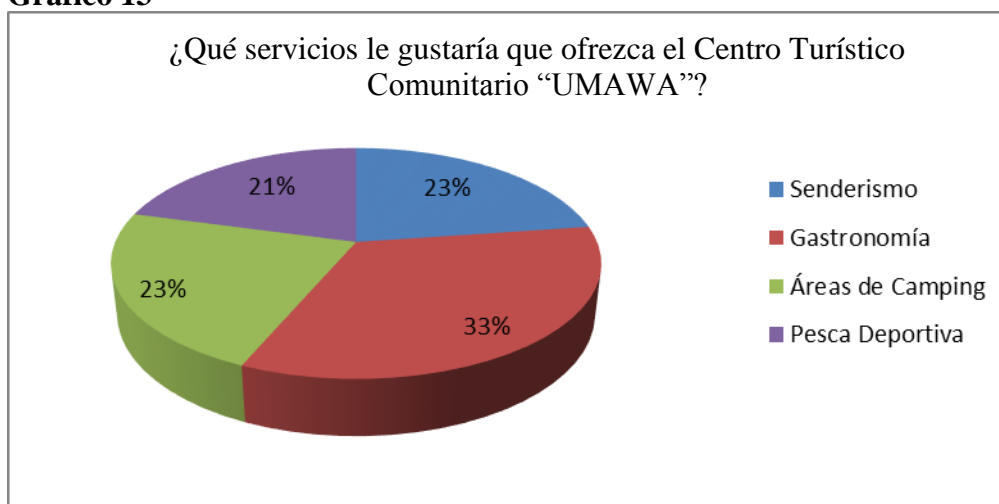
9.- ¿Qué servicios le gustaría que ofrezca el Centro Comunitario “UMAWA”?

Tabla 13. ¿Qué servicios le gustaría que ofrezca el Centro Comunitario “UMAWA”?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Senderismo	23	23%
Gastronomía	34	33%
Áreas de Camping	23	23%
Pesca Deportiva	21	21%
TOTAL	101	100%

Elaborado por: la autora

Gráfico 13



Elaborado por: La autora

Interpretación.- De acuerdo a la tabla diez y al gráfico 13, el 33% de encuestados les gustaría recibir el servicio de gastronomía, el 23% opinan senderismo y áreas de camping y el 21% responden la pesca deportiva. Es decir la mayoría desearon que se incremente la gastronomía ya que es muy deficiente este servicio y hace falta más variedad; otros manifestaron que senderismo y áreas de camping porque el lugar que es para realizar camping no se lo hace, otro grupo estuvo inconforme con respecto a pesca deportiva, por la sola existencia de una piscina que no abastece para un número de personas considerables.

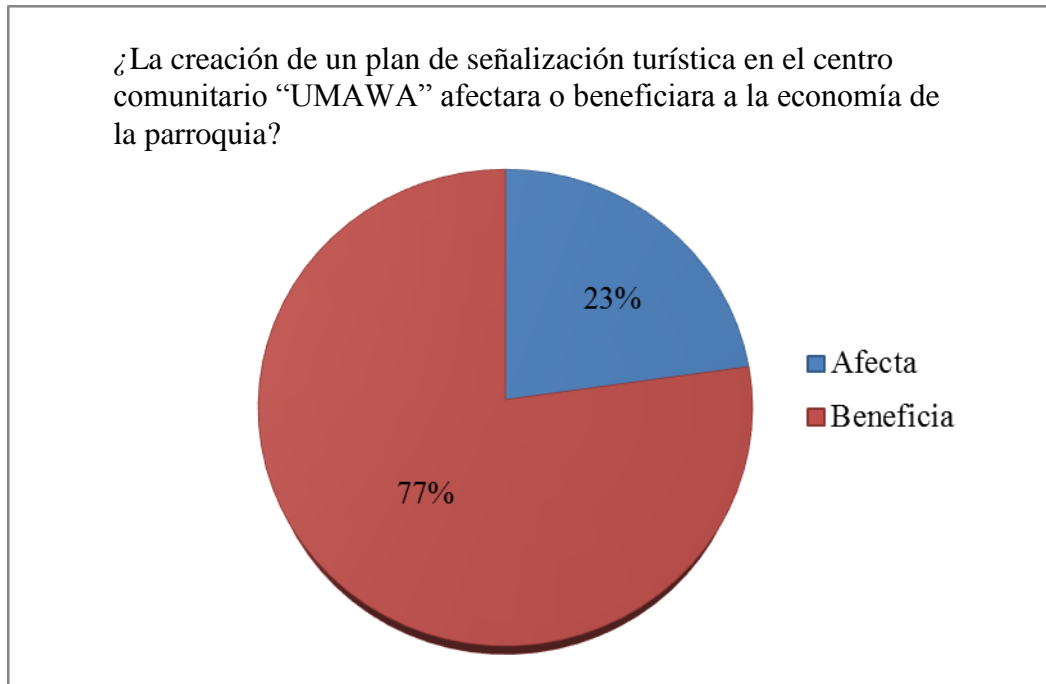
10.- ¿La creación de un plan de señalización turística en centro comunitario “UMAWA” afectara o beneficiara a la economía de la parroquia?

Tabla 14. ¿La creación de un plan de señalización turística en centro comunitario “UMAWA” afectara o beneficiara a la economía de la parroquia?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Afecta	23	23%
Beneficia	78	77%
TOTAL	101	100%

Elaborado por: la autora

Gráfico 14.



Elaborado por: La autora

Interpretación.- Referente a la tabla 11 y al gráfico 14, el 77% afirmaron que beneficia la creación de señalética dentro del centro turístico “UMAWA”, el 23% respondió que afecta; esto ayudó a conocer que están de acuerdo que se realice este proyecto ya que no solo se vería beneficiado el centro turístico sino que también ayudaría para dar realce a la parroquia, dando la oportunidad de que la parroquia sea reconocida no solo cantonalmente sino a nivel nacional.

6.2. Efectuar el estudio de factibilidad para diseñar el diagnóstico situacional del Centro Turístico Comunitario “UMAWA”, ubicado en la Parroquia de San Roque del Cantón Shushufindi.

6.2.1. Estudio de factibilidad

El estudio de factibilidad comprendió el estudio de las siguientes factibilidades dentro de un proyecto.

- a. Factibilidad económica:** Se refiere a que se dispone del capital en efectivo o de los créditos de financiamiento necesario para invertir en el desarrollo del proyecto, mismo que deberá haber probado que sus beneficios a obtener son superiores a sus costos en que incurrirá al desarrollar e implementar el proyecto o sistema; tomando en cuenta la recesión económica y la inflación para determinar costos a futuro. Para la elaboración de este proyecto, se tomó en cuenta que el Gobierno Autónomo Descentralizado de Shushufindi brindaría su apoyo económico para la implementación del sistema de señalización.
- b. Factibilidad social:** Estudio del marco legal de la empresa y la capacidad social para proporcionar los materiales y servicios para que opere de forma sustentable. La comunidad de San Roque, es un grupo cerrado, comprometido con el desarrollo de su parroquia, hecho por el cual se contó con el indiscutible apoyo de los pobladores, es así como se determinó que el proyecto sería ejecutado con facilidad.
- c. Factibilidad ambiental:** Ayuda a identificar las regulaciones y restricciones ambientales y de uso del suelo, factores que pueden influir en la selección del sitio y en las características del proyecto. El centro turístico Comunitario “UMAWA”, cuenta con el apoyo del Ministerio de Turismo y la Dirección de Turismo del Municipio, por ende la intervención de áreas es permitida, siempre y cuando se informe preliminarmente al Ministerio del Ambiente.

d. Factibilidad legal: Se refiere a que el desarrollo del proyecto o sistema no debe infringir alguna norma o ley establecida a nivel local, municipal, estatal o federal. El Centro cuenta con los permisos necesarios para su adecuado funcionamiento.

6.2.2. Estudio de Mercado

Luego de haber realizado el estudio de mercado se analizó la situación y se verificó que si hace falta un Plan de Señalética turística en el Centro Comunitario UMAWA, debido a que se visualizó que carece de señalización técnica y adecuada que permita identificar y utilizar apropiadamente los espacios con los que cuenta.

Por consecuencia si es factible el Plan de Señalética Turística en el lugar.

6.2.3. Estudio Técnico

El estudio técnico consistió en realizar un análisis del centro turístico Comunitario “UMAWA”, para el desarrollo de la implementación de señaléticas para lo cual se contó con la colaboración de un Ing. Civil, y un topógrafo.

6.2.4. Estudio Financiero

El Plan es factible financieramente porque se cuenta con los recursos necesarios para su realización. Se asignó \$ 1.312,00 USD para la implementación de las señalética del Centro Turístico UMAWA y para la mano de obra 4.500,00 dólares.

a. Presupuesto para los rótulos

Tabla 15. Materia prima e insumos

Nº	Concepto	Unidad	Cantidad	Medida	Valor Unitario USD	V.Total USD
1	Tubos Galvanizados	2 pulgadas	36	2,5 m	12,67	456,12
2	Láminas de Tol		36	0.90 x0,80 m	9,35	336,60
3	Pintura acrílica celeste y café		8	Galones	22,00	176,00
4	Tiñer	1	10	litros	1,00	10,00
5	Electrodos	5 lb	5	kilos	3,00	15,00
6	Pictograma en vinil adhesivo		12	0,60 x 0,40 m	9,50	114,00
7	Letras en vinil adhesivo		12	0,60 x 0,20 m	4,00	48,00
8	Bonders	2	2		15,50	31,00
9	Cemento	4q	4		7,00	28,00
10	Material pétreo	1 volq.	1		80,00	80,00
	TOTAL					1.294,72

Elaborado por: La Autora

Tabla 16. Mano de Obra

DETALLE	TIEMPO	VALOR USD
Ing. civil	1 mes	1.500
Soldador	1 mes	1.000
Pintor	1 mes	1.500
Ayudante	1 mes	500
Total		4.500

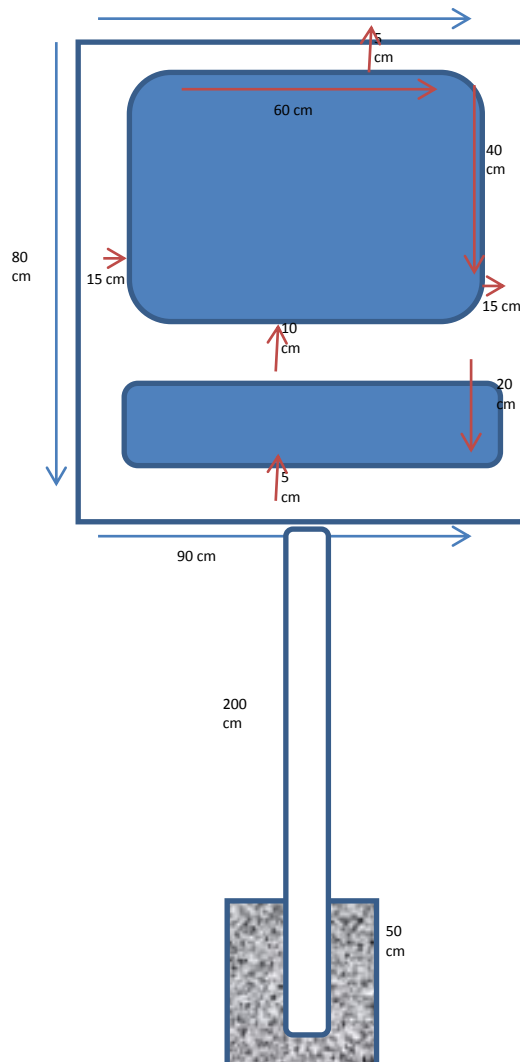
Elaborado por: La Autora

Tabla 17. Totales.

DETALLE	TOTAL USD
Materia prima e insumos	1.294,72
Mano de obra	4.500,00
TOTAL	5.794,72

Elaborado por: La Autora

b. Forma del rótulo



6.2.5. Financiamiento

Este proyecto será presentado al departamento de educación y cultura, y al departamento de planificación del Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Shushufindi, a quien se le solicitará el monto necesario para la ejecución del mismo ya que contribuirá al desarrollo turístico del sector.

6.2.6. Etapas para elaborar el inventario de atractivos

a. Clasificación de los atractivos

Radica en identificar claramente la categoría, tipo y subtipo, al cual pertenece el atractivo a inventariar. Se recopiló datos de atractivos naturales e parque, ríos y plantas.

b. Recopilación de información

En este período se seleccionó tentativamente los atractivos para lo cual se investigó las características relevantes en el mismo sector, destacándose su entorno sin igual y la excelente predisposición de los moradores de este bosque protector. Esta fase de investigación fue documental, cuya investigación se obtuvo en las oficinas relacionadas con su manejo.

c. Trabajo de campo

Se acudió a los sitios para verificar la información sobre cada atractivo. Es la manera mediante la cual se identificó las características al atractivo. El trabajo de campo se ordenó en función de los desplazamientos para estimar el tiempo total que demandó esta actividad.

Es importante acudir a las oficinas públicas que puedan dotar de información adicional, como gobiernos autónomos provinciales, cantonales y parroquiales,

así como de informantes locales, y tratar de visitar con alguno de ellos el atractivo.

d. Evaluación y jerarquización

Se fundamenta en el análisis individual de cada atractivo, con el fin de calificarlo en función de la información y las variables seleccionadas: calidad, apoyo y significado. Permite valorar los atractivos objetiva y subjetivamente.

6.3. Elaboración del inventario turístico del Centro Turístico Comunitario “UMAWA”, ubicado en la Parroquia San Roque del Cantón Shushufindi

A continuación se detalla el listado de los atractivos turísticos de la parroquia San Roque de los cuales se procedió a realizar el respectivo inventario.

Tabla 18. Listado de los recursos naturales

N°	CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO	VER ANEXO N°
1	Atractivo natural	Natural	Parques	Anexo N° 2
3	Atractivo natural	Natural	Ríos	Anexo N° 4
6	Atractivo Natural	Cultura	Plantas	Anexo N° 7

Tabla 19. Listado de los recursos culturales

N°	CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO	VER ANEXO N°
1	Hospedaje	Cultural	Hotelería	Anexo N° 3
2	Gastronomía	Cultural	Alimentación	Anexo N° 5
3	Criadero de caimanes	Cultural	Animales	Anexo N° 6
4	Cancha deportiva	Cultural	Deportes	Anexo N° 8
5	Comedor	Cultural	Alimentación	Anexo N° 9
6	Criaderos de Boas	Cultural	Animales	Anexo N°10

6.4. Diseñar el Plan de Señalética para el Centro Turístico Comunitario “UMAWA”. Ubicado en la Parroquia San Roque del Cantón Shushufindi.

6.4.1. Investigación de campo

Se realizó el recorrido de toda la ruta turística, para conocer el estado de cada uno, se cuantificó distancias, servicios existentes, estado de cada atractivo, con la información se pudo determinar la necesidad de implantar señalética, misma que se detalló en el plan.

6.4.2. Investigación documental

Esta investigación se dio debido a que es de suma importancia en la realización del plan de señalética, conocer los reglamentos y el manual del MINTUR para conocer los parámetros dentro de los cuales debe ser realizado.

6.4.3. Estructura del plan de señalética turística

a. Nombre del proyecto.

Plan de señalética del Centro Turístico Comunitario “UMAWA”, ubicado en la parroquia San Roque del cantón Shushufindi.

b. Introducción

Es evidente el desarrollo turístico que en la actualidad se está presenciando en el cantón Shushufindi así como también el interés por el rescate de las culturas, las tradiciones, el fortalecimiento y reactivación de los atractivos turísticos que posee. Por parte de las autoridades en especial el Gobierno Autónomo

Descentralizado del Cantón Shushufindi, se ve el entusiasmo por colaborar en turismo para el Cantón.

Orientados en dicha situación se ha elaborado un plan de Señalética Turística para el Centro turístico Comunitario “UMAWA”, el mismo que permita brindar una adecuada orientación e información a los visitantes satisfaciendo sus requerimientos e intereses particulares.

c. Justificación

El centro turístico Comunitario “UMAWA” está ubicado en el cantón Shushufindi a la altura del km 14 de la vía a Puerto Providencia, en la Parroquia San Roque en el Barrio las Mercedes. Es un centro Turístico visitado por turistas nacionales y extranjeros, debido que cuenta con varios espacios donde se realizan diversas actividades tales como: recreación, deporte, relajación, alimentación.

El centro Turístico cuenta con: canchas deportivas de vóleybol, espacios de recreación familiar, social y corporativa está situado junto a La comunidad Siona.

d. Objetivo General

Diseñar la señalización turística al centro turístico Comunitario “UMAWA”, ubicado en el km 14 de la vía a Puerto Providencia, del cantón Shushufindi utilizando señales innovadoras con el fin de facilitar a los visitantes el acceso y la movilización dentro del mismo.

e. Objetivos Específicos

- Diseñar señales que motiven a los visitantes a transitar de manera segura y conservar los recursos turísticos existentes en este sitio.

- Elaborar señales en tamaños y modelos acordes a las necesidades del lugar tomando en cuenta las normas establecidas por el ministerio de turismo.
- Señalizar el acceso y los sitios estratégicos dentro del lugar

f. Objetivos Estratégicos

- **OE₁** Colocar frases de reflexión adicionales en los tableros de la señales.
- **OE₂** Colocar una Gigantografía en la entrada del acceso al centro turístico.
- **OE₃** Colocar señales interactivas y servicios auto guiados.

g. Políticas

- Ubicar las señales en lugares visibles y adecuados en postes metálicos.
- Conservar la naturaleza de los sitios en donde se ubicaran las señales.

h. Normas

- **Las señales de prohibición** serán de forma rectangular y de color rojo.
- **Las señales de advertencia** tendrán forma triangular y serán de color amarillo.
- **Las Zonas de seguridad, de salidas, de ingresos, de control y primeros auxilios** tendrán forma rectangular de color verde.
- **Las señales de servicios** como: Teléfono, correos, hotel, restaurante, que serán ubicados en la vía serán cuadradas, de fondo azul, su símbolo será blanco. Cuando se requiera inscribir una leyenda, ésta será blanca y la señal, rectangular. Pueden colocarse al inicio de la salida que conduce a la instalación, en cuyo caso pueden llevar una flecha de color blanco apuntando en la dirección de la salida.

i. Eslogan

Para la representación del eslogan se utilizará un color verde limón que representará la naturaleza, las letras serán de tipo *Harlow Solid Italic* que darán realce al eslogan.

Las señales te ayudan a proteger tu vida Respétalas

j. Rótulo

El rótulo es la denominación que se basa para dar a conocer al público un establecimiento y para distinguirlo de otros. Este rótulo está construido de lona lavable, representado por el sello del Ministerio del Turismo y con un dibujo de fondo que representa el agua, naturaleza y la gastronomía del lugar. Las letras son de color verde oscuro, que representa a la naturaleza del lugar, la frescura del campo.

Imagen No. 1

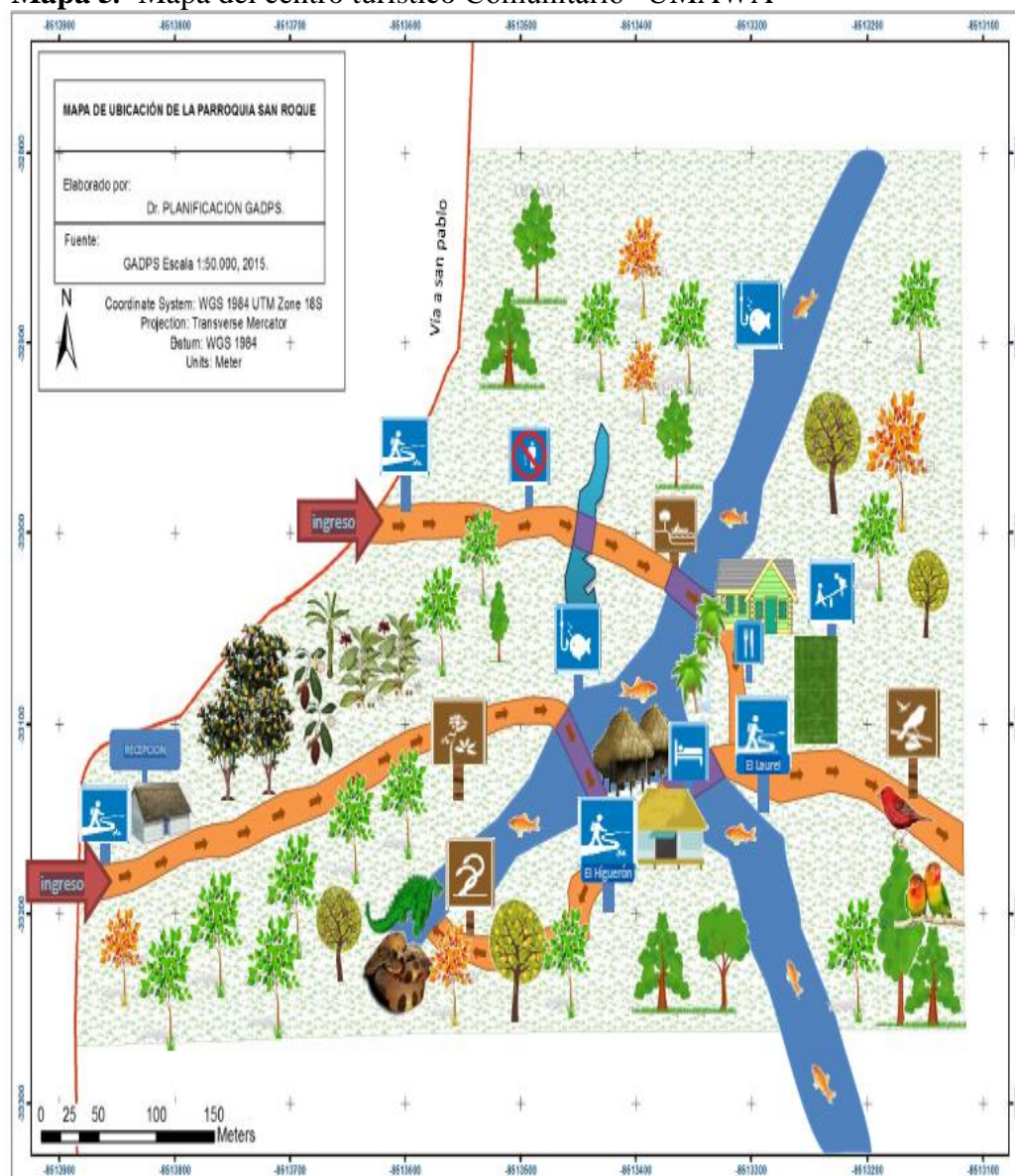


k. Zona de influencia

El centro Turístico Comunitario “UMAWA” está ubicado a 14 km. De la vía Shushufindi Puerto Providencia, en la Parroquia San Roque, Comunidad las Mercedes, del cantón Shushufindi, a 30 minutos desde la cabecera cantonal al margen izquierdo, trayecto en el cual se encontraran los lugares estratégicos para colocar las señales respectivas.

l. Incorporación de las señalética en los atractivos turísticos

Mapa 5. Mapa del centro turístico Comunitario “UMAWA”



Elaborado por: La autora

4. Las cabañas (habitaciones)

El centro turístico cuenta con dos cabañas habitacionales redondas, construidas de caña con techo de paja soportes de la estructura de madera, distribuidas con tres caminos el uno se direcciona a la salida, en el cual constará una señalética haciendo conocer cómo donde dirigirse al mismo; el otro conecta con la cancha de fútbol, en donde se ubicará una segunda señalética para quien visite éste Centro no se extravíe y finalmente uno que conduce hacia la fauna.

Figura 4. Señalética hospedaje.



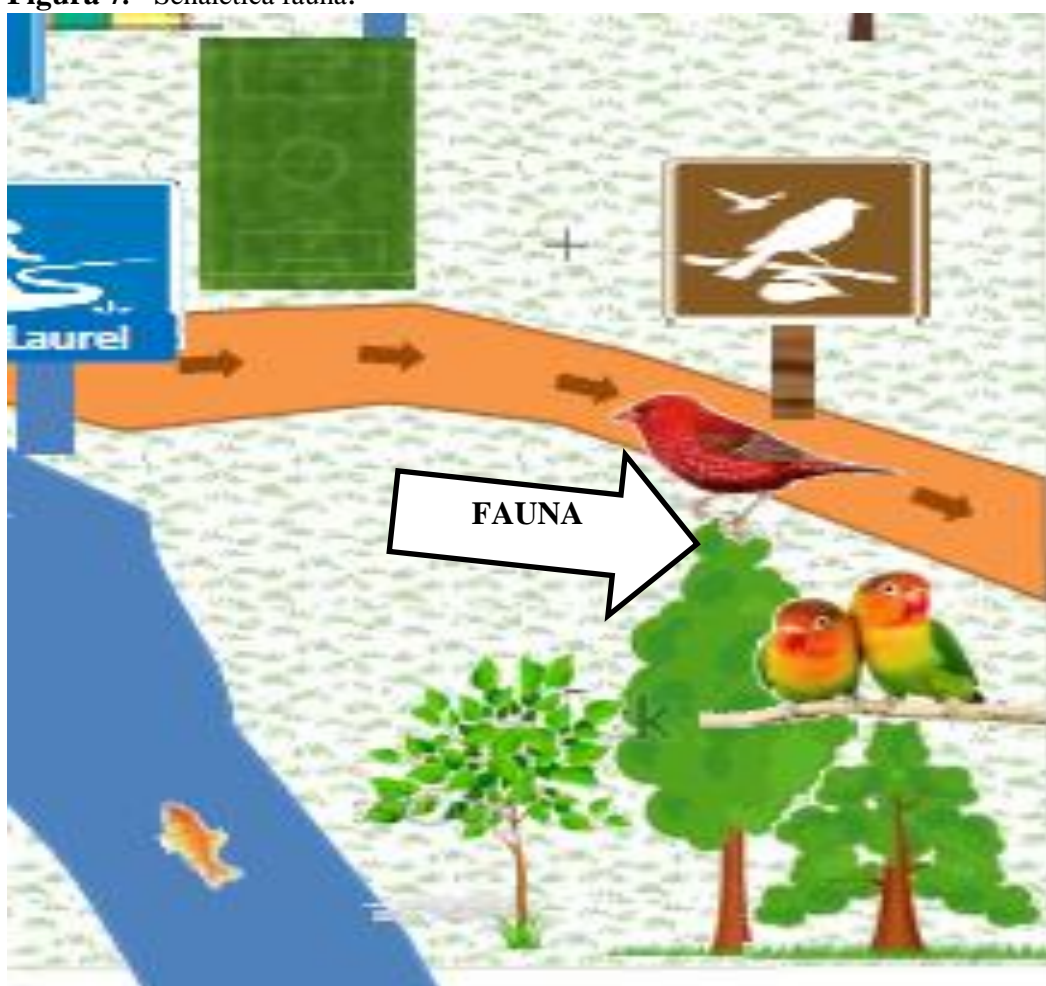
Elaborado por: La autora

La señalética de “hospedaje” tiene como principal objetivo guiar a los turistas hacia donde se encuentra ubicado éste servicio.

7. Observación de aves (fauna)

Se utilizó la señalética “Fauna” siendo este sitio muy visitado por los turistas que acuden al lugar, existen muchas especies de animales. Ha sido creado para los amantes de la naturaleza que visitan o contemplan numerosas especies que son difíciles de observar y en el Centro turístico “UMAWA” lo pueden hacer sin grandes esfuerzos.

Figura 7. Señalética fauna.



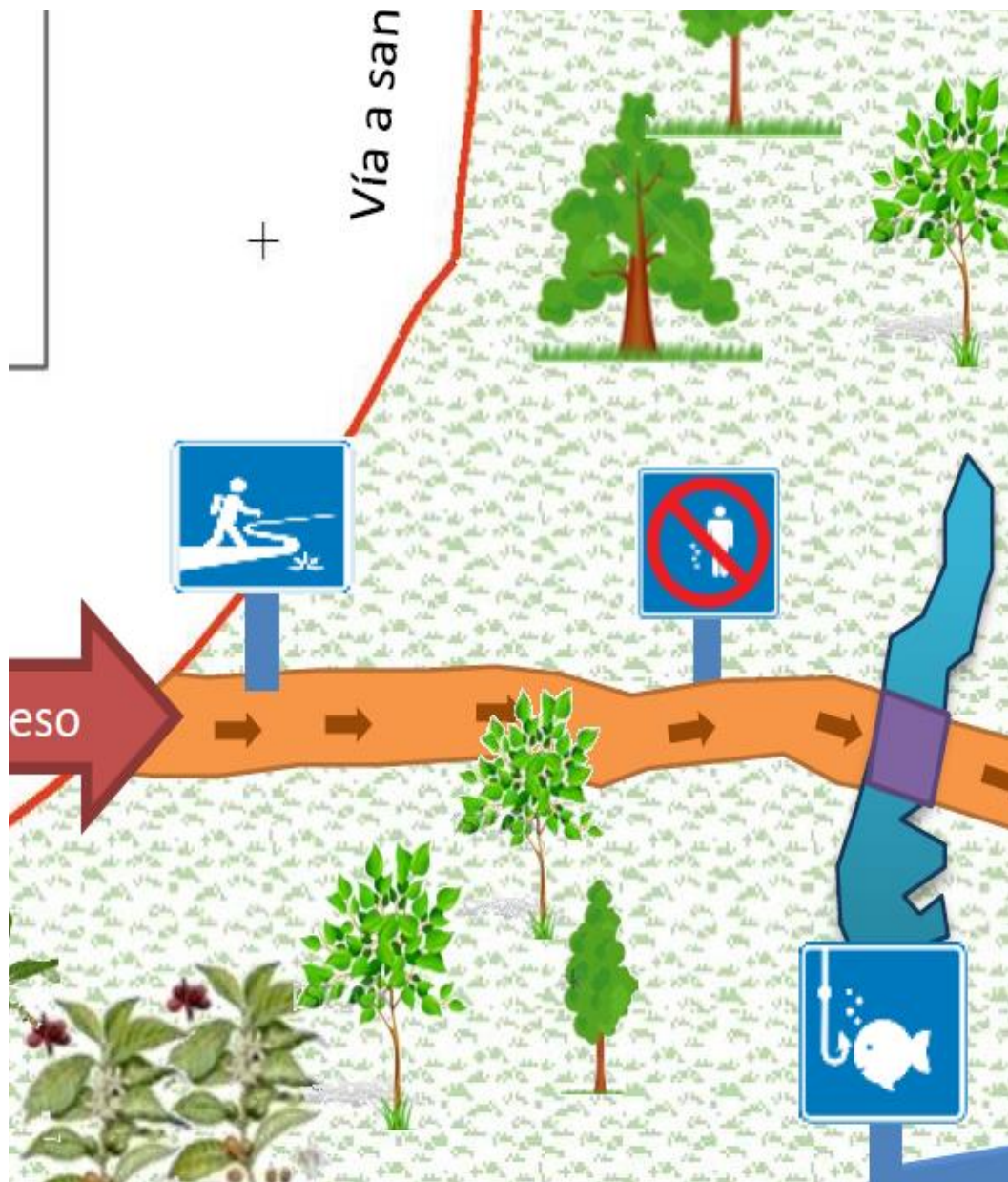
Elaborado por: La autora

Ingresando a la fauna, se puede observar que hace falta colocar el pictograma de información, haciendo referencia a la presencia de la fauna en el lugar. El primer rótulo estará ubicado a la entrada del Centro turístico “UMAWA”, el segundo cerca de la zona recreativa y el tercero cerca del sendero que dirige a las plantas frutales.

10. No botar basura

Esta señal representa la prohibición de echar la basura en el lugar señalado, está ubicada cerca del primer ingreso a las cabañas, el segundo por la zona recreativa y el tercero a lado de la piscina, su objetivo principal es mantener el orden y aseo creando conciencia en las personas que visitan el lugar.

Figura 10. Señalética no botar basura.

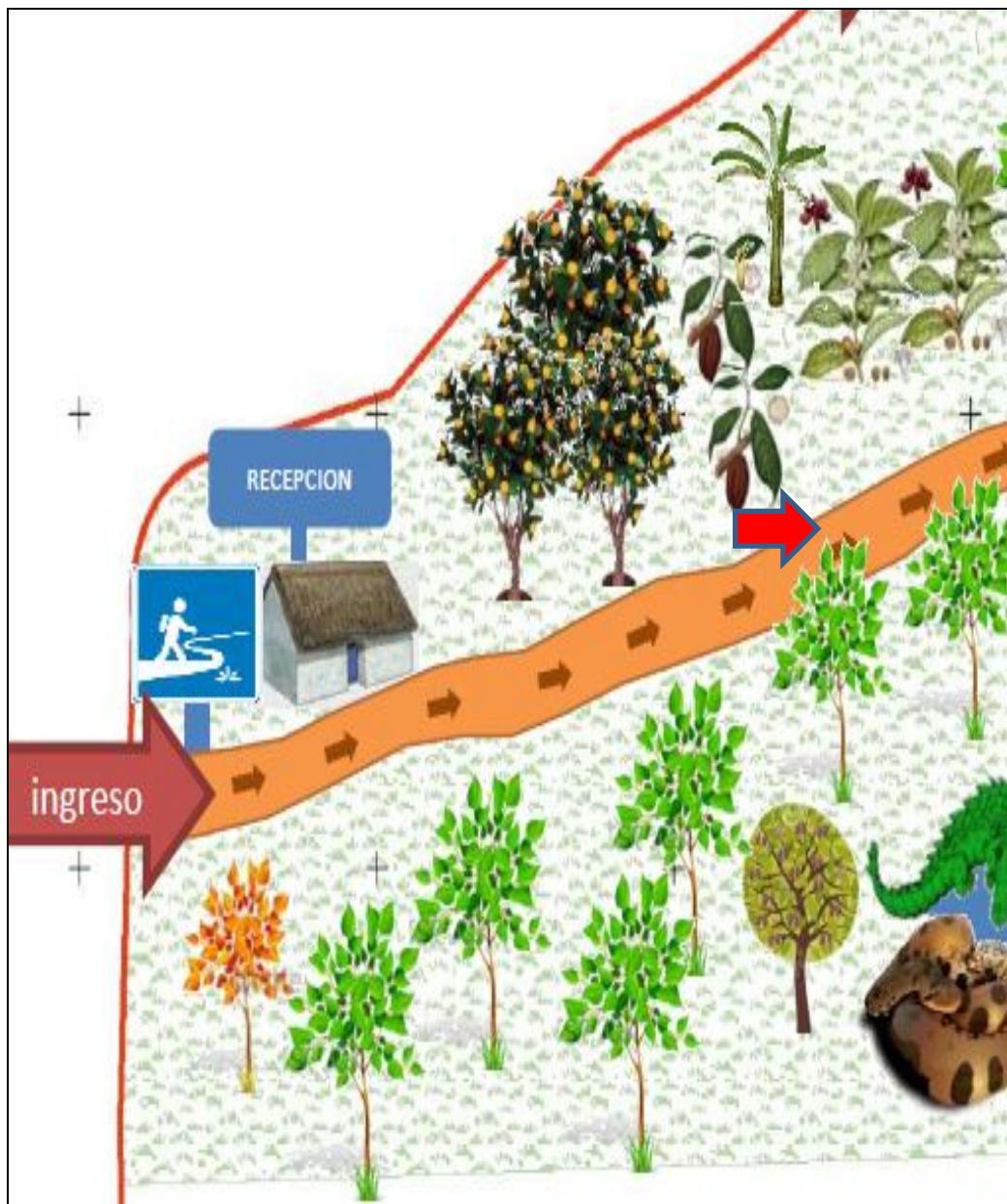


Elaborado por: La autora

11. Sendero

Este sendero indica el camino hacia el lugar donde están ubicadas las plantas medicinales como: albaca, hierba luisa, zarzaparrilla, lengua de vaca etc. Este sitio es muy visitado por los turistas. El primer rótulo estará ubicado, tras del restaurante, el segundo a 30m por el camino que dirige a los árboles frutales y el tercero a 50 m.

Figura 11. Señalética sendero.



Elaborado por: La autora

12. Serpentario

Esta señalética es indispensable para que las personas tengan presente cada una de las señales, en este caso esta indica el criadero de serpientes BOAS de una sola clase. El primer rótulo estará ubicado a un costado de la piscina, el segundo a 30m de la entrada del Centro turístico UMAWA, y el tercero a 20m de la zona recreativa.

Figura 12. Señalética serpentario

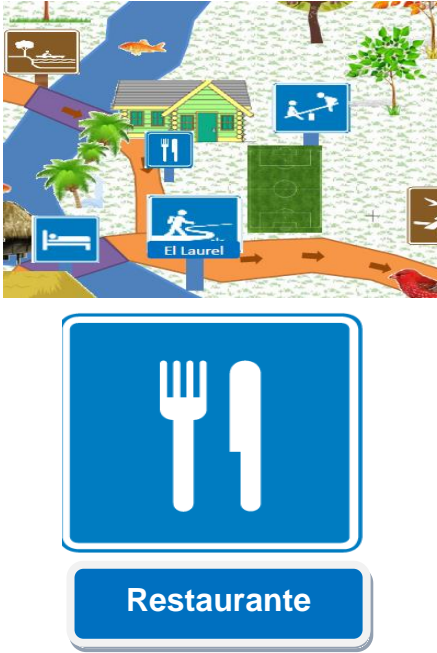
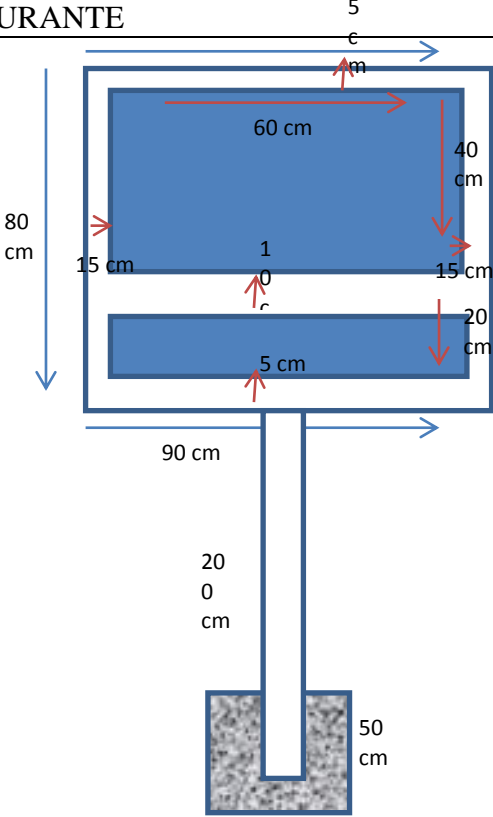


Elaborado por: La autora

m. DISEÑO DE LA ROTULACIÓN Y SEÑALÉTICA


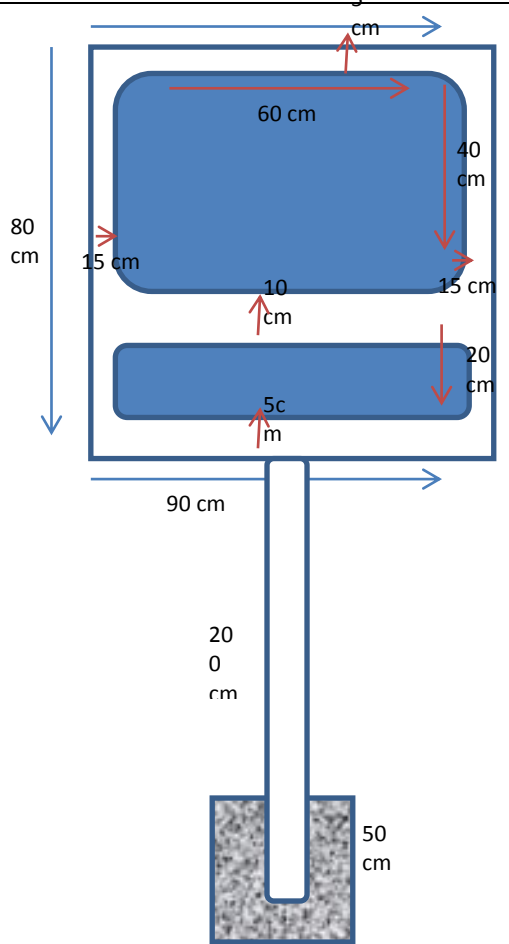
El diseño de la rotulación y señalética del Centro turístico Comunitario “UMAWA”, se realizó tomando en cuenta las características de los atractivos turísticos.

Cuadro 6. SEÑALÉTICA: RESTAURANTE

	
<p>UBICACIÓN</p>	<p>El primer rótulo estará ubicado a la entrada del Centro turístico UMAWA, el segundo cerca de la zona recreativa y el tercero cerca del sendero que dirige a las plantas frutales.</p>
<p>DESCRIPCIÓN DEL PIGTOGRAMA</p>	<p>La imagen tendrá un tamaño de 60 cm de ancho x 40 cm de alto, con color azul de fondo y el pictograma de color blanco.</p>
<p>DESCRIPCIÓN DEL NOMBRE</p>	<p>El tamaño de las letras será de 58 cm de ancho por 9,7 cm de alto; a sus costados queda 1cm de cada lado y en la parte superior e inferior de 5,15 cm. Las letras son de color blanco, tipo Arial Black, impresas en papel vinil adhesivo.</p>
<p>MATERIALES</p>	<p>La estructura, fabricada en tubos de acero galvanizado de 2” x 2 mm de espesor x 250 cm de alto, sus uniones serán soldadas mediante suelda eléctrica, electrodos 6011, totalmente limpias y esmeriladas. La pantalla usará como sustrato láminas de aluminio liso anodizado. Estas pantallas se sujetarán a los postes mediante acoples y pernos de carrocería galvanizados de 2” x ½”. Vinil adhesivo, bonder, cemento, ripio, arena y piedra bola.</p>


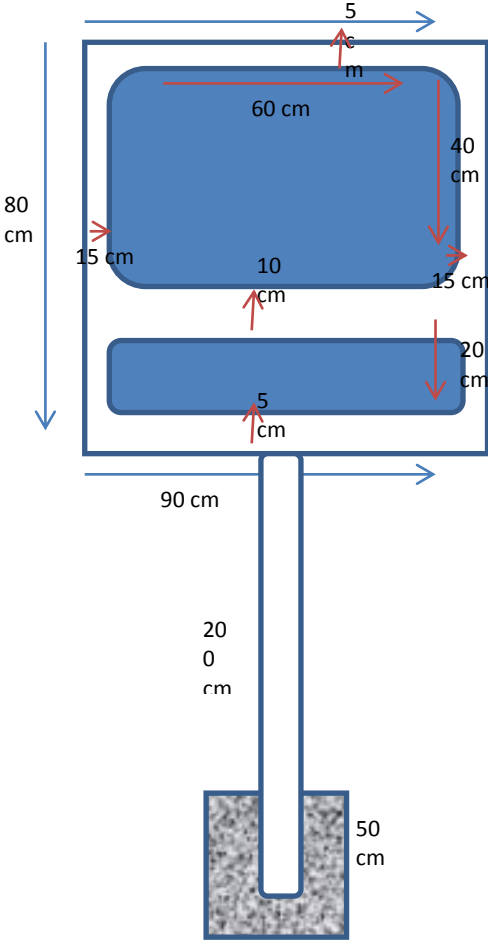
Elaborado por: La autora

Cuadro 7. SEÑALETICA: PESCA DEPORTIVA

	
<p>UBICACIÓN</p>	<p>El primer rótulo estará ubicado detrás de las cabañas, la otra cerca de la laguna y el tercero a un costado de la piscina.</p>
<p>DESCRIPCIÓN DEL PIGTOGRAMA</p>	<p>La imagen tendrá un tamaño de 60 cm de ancho x 40 cm de alto, con color azul de fondo y el pictograma de color blanco.</p>
<p>DESCRIPCIÓN DEL NOMBRE</p>	<p>El tamaño de las letras será de 60 cm de ancho x 97 cm de alto; sus costados de 1 cm cada lado la parte inferior y superior mide 5,15 cm. Letra de color blanco, tipo Arial Black, impresas en papel vinil adhesivo.</p>
<p>MATERIALES</p>	<p>Tendrá 2 componentes: La estructura, fabricada en tubos de acero galvanizado de 2" x 2 mm de espesor x 250 cm de alto, sus uniones serán soldadas mediante suelda eléctrica, utilizando electrodos 6011, totalmente limpias y esmeriladas. La pantalla usará como sustrato láminas de aluminio liso anodizado. Estas pantallas se sujetarán a los postes mediante acoples y pernos de carrocería galvanizados de 2" x 1/2". Vinil adhesivo, bonder, cemento, ripio, arena y piedra bola.</p>



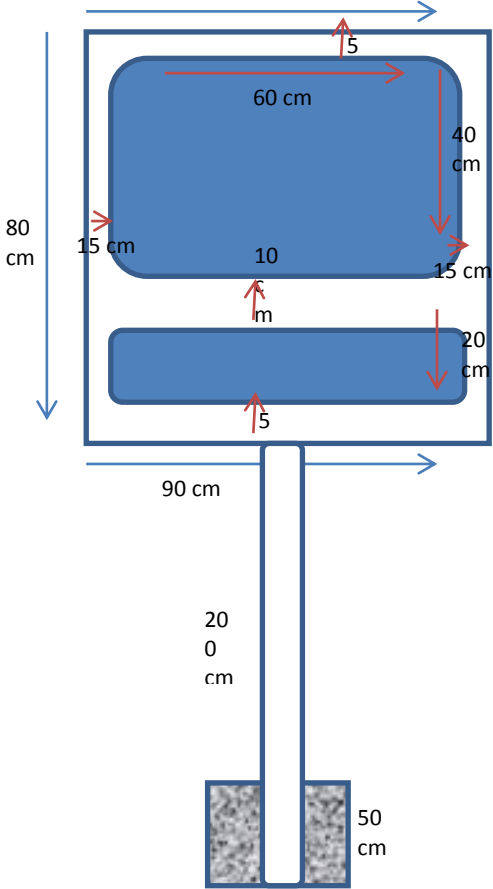
Elaborado por: La autora

Cuadro 8. SEÑALÉTICA: ZONA RECREATIVA

	
<p>UBICACIÓN</p>	<p>De estos rótulos el uno se lo ubicará al frente del comedor, el segundo al principio de una de las cabañas y el tercero frente a la cancha deportiva.</p>
<p>DESCRIPCIÓN DEL PIGTOGRAMA</p>	<p>La imagen tendrá un tamaño de 60 cm de ancho x 40 cm de alto, con color azul de fondo y el pictograma de color blanco.</p>
<p>DESCRIPCIÓN DEL NOMBRE</p>	<p>El tamaño de las letras será de 60 cm de ancho x 97 cm de alto; sus costados de 1cm cada lado la parte inferior y superior mide 5,15 cm. Letra de color blanco, tipo Arial Black, impresas en papel vinil adhesivo.</p>
<p>MATERIALES</p>	<p>Tendrá 2 componentes: La estructura, fabricada en tubos de acero galvanizado de 2" x 2 mm de espesor x 250cm de alto, sus uniones serán soldadas mediante suelda eléctrica, utilizando electrodos 6011, totalmente limpias y esmeriladas. La pantalla usará como sustrato láminas de aluminio liso anodizado. Estas pantallas se sujetarán a los postes mediante acoples y pernos de carrocería galvanizados de 2" x 1/2". Vinil adhesivo, bonder, cemento, ripio, arena y piedra bola.</p>


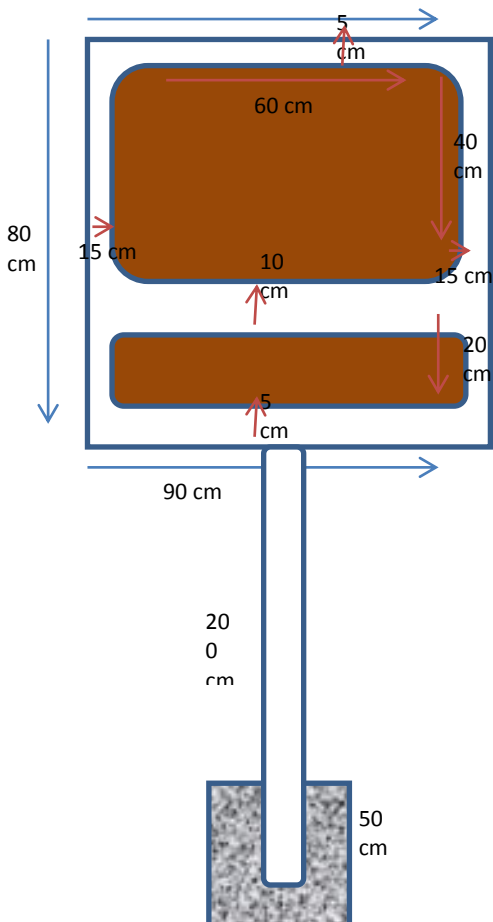
Elaborado por: La autora

Cuadro 9. SEÑALÉTICA: HOSPEDAJE

 <p>HOSPEDAJE</p> 	
<p>UBICACIÓN</p>	<p>El primer rótulo estará ubicado en el camino que direcciona a la salida, el segundo por la cancha de fútbol y el tercero en el camino que conduce a la fauna.</p>
<p>DESCRIPCIÓN DEL PIGTOGRAMA</p>	<p>La imagen tendrá un tamaño de 60 cm de ancho x 40 cm de alto, con color azul de fondo y el pictograma de color blanco.</p>
<p>DESCRIPCIÓN DEL NOMBRE</p>	<p>El tamaño de las letras será de 49.6 cm de ancho x 12.4 cm de alto; la parte inferior y superior mide 3.8 cm; y sus costados 5.2 cm. Letra de color blanco, tipo Arial Black, impresas en papel vinil adhesivo.</p>
<p>MATERIALES</p>	<p>Tendrá 2 componentes: La estructura, fabricada en tubos de acero galvanizado de 2" x 2 mm de espesor x 250 cm de alto, sus uniones serán soldadas mediante suelda eléctrica, utilizando electrodos 6011, totalmente limpias y esmeriladas. La pantalla usará como sustrato láminas de aluminio liso anodizado. Estas pantallas se sujetarán a los postes mediante acoples y pernos de carrocería galvanizados de 2" x 1/2". Vinil adhesivo, bonder, cemento, ripio, arena y piedra bola.</p>



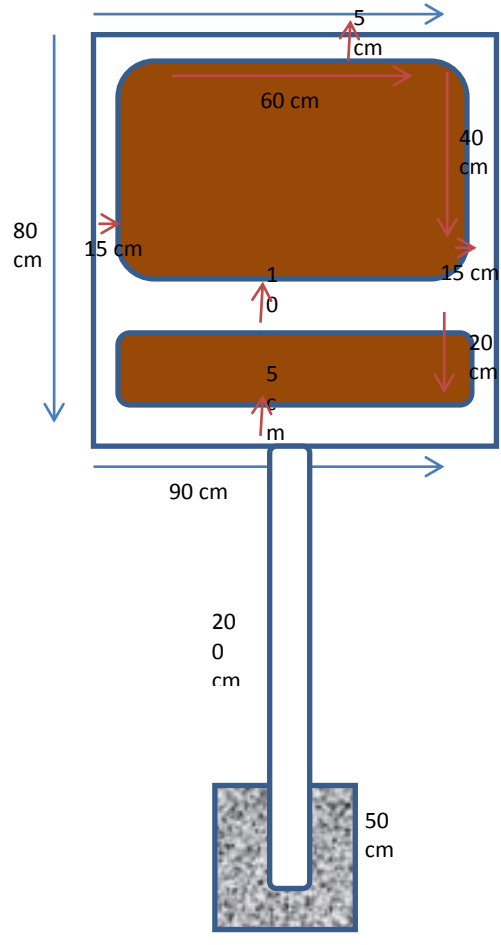
Elaborado por: La autora

Cuadro 10. SEÑALÉTICA: FLORA

	
<p>UBICACIÓN</p>	<p>Es necesario que se ubique una señalética cerca de la ruta que dirige al sembrío del cacao, una segunda señalización estará ubicada cerca del camino que dirige hacia las cabañas y un tercero por el recorrido de los árboles frutales.</p>
<p>DESCRIPCIÓN DEL PIGTOGRAMA</p>	<p>La imagen tendrá un tamaño de 60 cm de ancho x 40 cm de alto, con color café de fondo y el pictograma de color blanco.</p>
<p>DESCRIPCIÓN DEL NOMBRE</p>	<p>El tamaño de las letras será de 18.60 cm de ancho x 9.6cm de alto; quedando 20.70cm a sus costados y en la parte superior e inferior 5.2 cm. Las letras son de color blanco, tipo Arial Black, impresas en papel vinil adhesivo.</p>
<p>MATERIALES</p>	<p>Tendrá 2 componentes: La estructura, fabricada en tubos de acero galvanizado de 2" x 2 mm de espesor x 2.50m de alto, sus uniones serán soldadas mediante suelda eléctrica, utilizando electrodos 6011, totalmente limpias y esmeriladas. La pantalla usará como sustrato láminas de aluminio liso anodizado. Estas pantallas se sujetarán a los postes mediante acoples y pernos de carrocería galvanizados de 2" x ½". Vinil adhesivo, bonder, cemento, ripio, arena y piedra bola.</p>

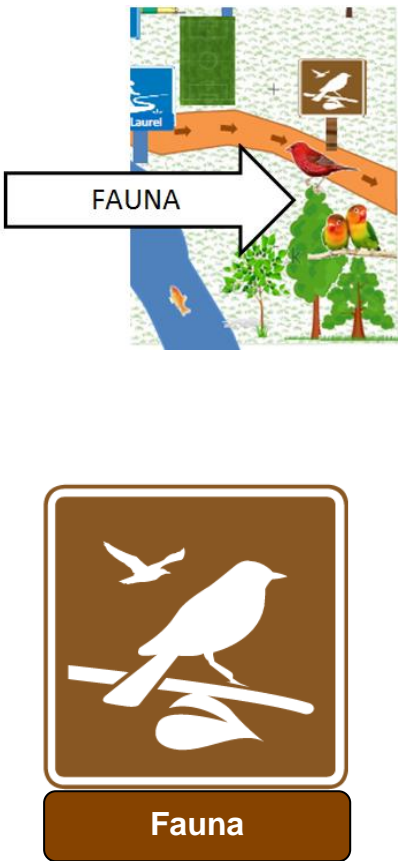
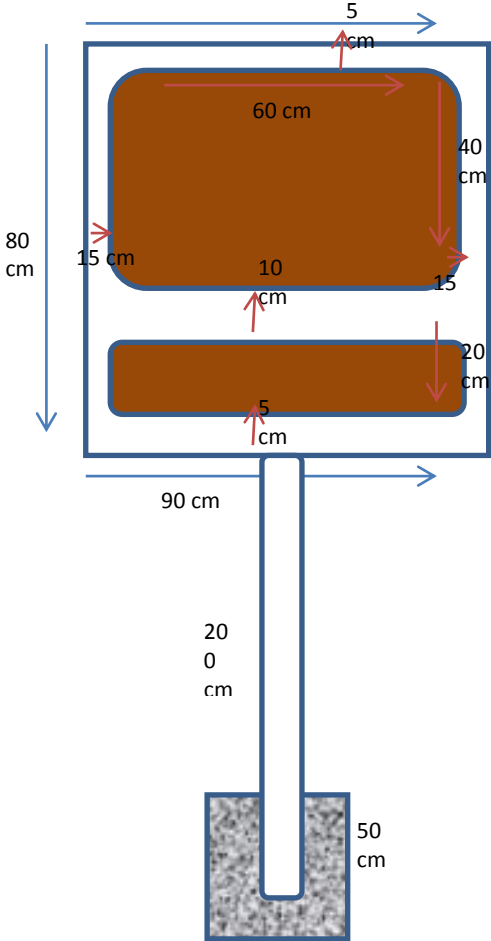
Elaborado por: La autora

Cuadro 11. SEÑALÉTICA: LAGUNA

 	
<p>UBICACIÓN</p>	<p>Este un indicativo hacia las piscinas, por lo tanto se lo ubicará a la entrada del Centro, el otro irá en la mitad de las dos piscinas y el tercero cerca del comedor.</p>
<p>DESCRIPCIÓN DEL PIGTOGRAMA</p>	<p>La imagen tendrá un tamaño de 60 cm de ancho x 40 cm de alto, con color café de fondo y el pictograma de color blanco.</p>
<p>DESCRIPCIÓN DEL NOMBRE</p>	<p>El tamaño de las letras será de 34 cm de ancho x 15 cm de alto, a sus costados mide 13cm, en la parte superior e inferior 2.50 cm. Las letras son de color blanco, tipo Arial Black, impresas en papel vinil adhesivo.</p>
<p>MATERIALES</p>	<p>La estructura, fabricada en tubos de acero galvanizado de 2" x 2 mm de espesor x 2.50m de alto, electrodos 6011. La pantalla usará como sustrato láminas de aluminio liso anodizado. Estas pantallas se sujetarán a los postes mediante acoples y pernos de carrocería galvanizados de 2" x 1/2". Vinil adhesivo, bonder, cemento, ripio, arena y piedra bola.</p>



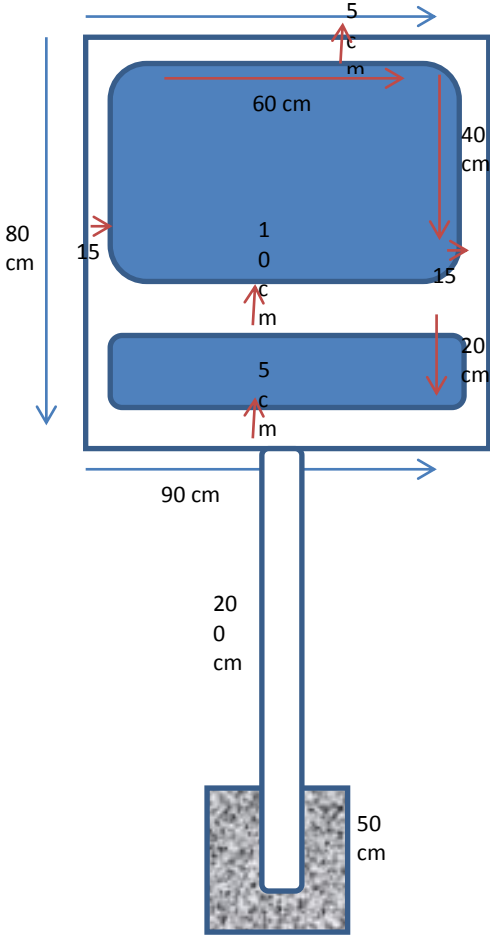
Elaborado por: La autora

Cuadro 12. SEÑALÉTICA: FAUNA

	
<p>UBICACIÓN</p>	<p>El primer rótulo estará ubicado a la entrada del Centro turístico UMAWA, el segundo cerca de la zona recreativa y el tercero cerca del sendero que dirige a las plantas frutales.</p>
<p>DESCRIPCIÓN DEL PIGTOGRAMA</p>	<p>La imagen tendrá un tamaño de 60 cm de ancho x 40 cm de alto, con color café de fondo y el pictograma de color blanco.</p>
<p>DESCRIPCIÓN DEL NOMBRE</p>	<p>El tamaño de las letras será de 18.6 cm de ancho x 9.6 cm de alto, sus costados tienen 20.7 cm y en la parte superior e inferior 5.2 cm. Las letras son de color blanco, tipo Arial Black, impresas en papel vinil adhesivo.</p>
<p>MATERIALES</p>	<p>La estructura, fabricada en tubos de acero galvanizado de 2" x 2 mm de espesor x 250 cm de alto, sus uniones serán soldadas mediante suelda eléctrica, utilizando electrodos 6011, totalmente limpias y esmeriladas. La pantalla usará como sustrato láminas de aluminio liso anodizado. Estas pantallas se sujetarán a los postes mediante acoples y pernos de carrocería galvanizados de 2" x 1/2". Vinil adhesivo, bonder, cemento, ripio, arena y piedra bola.</p>


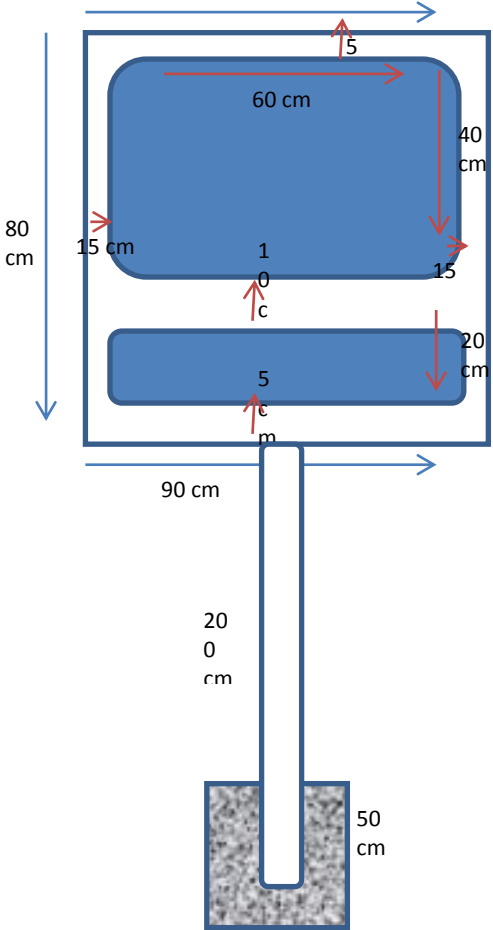
Elaborado por: La autora

Cuadro 13. SEÑALÉTICA: SENDERO EL LAUREL

 	
<p>UBICACIÓN</p>	<p>El primer rótulo estará ubicado a un costado de la piscina, el segundo por el sendero de los cacao y el tercero detrás de las cabañas del Centro turístico UMAWA.</p>
<p>DESCRIPCIÓN DEL PIGTOGRAMA</p>	<p>La imagen tendrá un tamaño de 60 cm de ancho x 40 cm de alto, con color azul de fondo y el pictograma de color blanco.</p>
<p>DESCRIPCIÓN DEL NOMBRE</p>	<p>El tamaño de las letras será de 29.8cm de ancho x 9.6 cm de alto; la parte inferior y superior mide 5.2 cm y sus costados 15.1 cm. Letra de color blanco, tipo Arial Black, impresas en papel vinil adhesivo.</p>
<p>MATERIALES</p>	<p>Tendrá 2 componentes: La estructura, fabricada en tubos de acero galvanizado de 2" x 2 mm de espesor x 250 cm de alto, sus uniones serán soldadas mediante suelda eléctrica, utilizando electrodos 6011, totalmente limpias y esmeriladas. La pantalla usará como sustrato láminas de aluminio liso anodizado. Estas pantallas se sujetarán a los postes mediante acoples y pernos de carrocería galvanizados de 2" x 1/2". Vinil adhesivo, bonder, cemento, ripio, arena y piedra bola.</p>

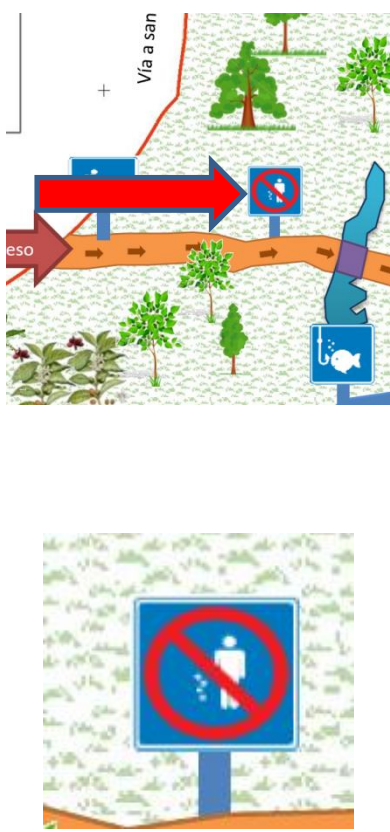
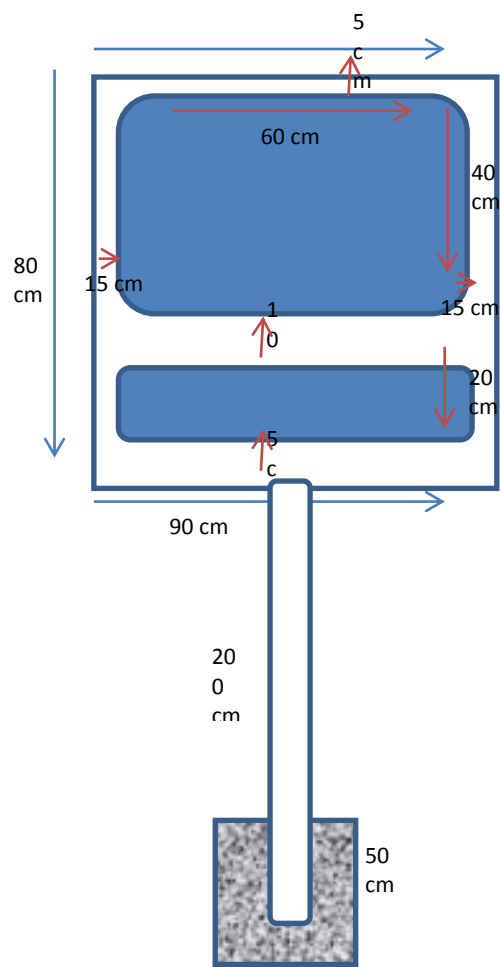
Elaborado por: La autora

Cuadro 14. SEÑALÉTICA: SENDERO EL HIGUERON

	
<p>UBICACIÓN</p>	<p>El primer rótulo estará ubicado al frente de las cabañas, el segundo a 50 m lado derecho y el tercero a 20m siguiendo el camino al Higuaron del Centro turístico UMAWA.</p>
<p>DESCRIPCIÓN DEL PIGTOGRAMA</p>	<p>La imagen tendrá un tamaño de 60 cm de ancho x 40 cm de alto, con color azul de fondo y el pictograma de color blanco.</p>
<p>DESCRIPCIÓN DEL NOMBRE</p>	<p>El tamaño de las letras será de 41.14 cm de ancho x 9.6 cm de alto; la parte inferior y superior mide 5.2 cm; y sus costados 9.43 cm. Letra de color blanco, tipo Arial Black, impresas en papel vinil adhesivo.</p>
<p>MATERIALES</p>	<p>Tendrá 2 componentes: La estructura, fabricada en tubos de acero galvanizado de 2" x 2 mm de espesor x 250 cm de alto, sus uniones serán soldadas mediante suelda eléctrica, utilizando electrodos 6011, totalmente limpias y esmeriladas. La pantalla usará como sustrato láminas de aluminio liso anodizado. Estas pantallas se sujetarán a los postes mediante acoples y pernos de carrocería galvanizados de 2" x 1/2". Vinil adhesivo, bonder, cemento, ripio, arena y piedra bola.</p>

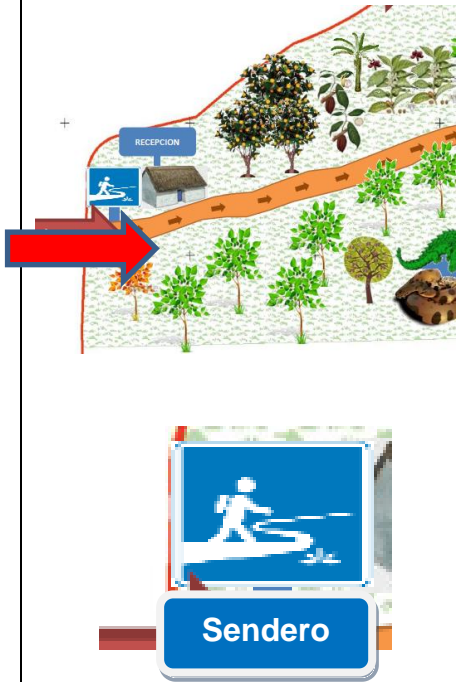
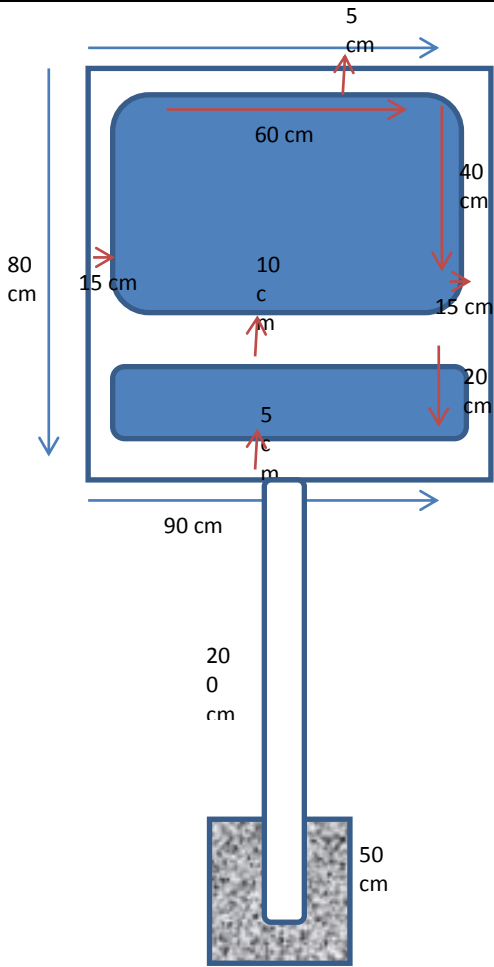
Elaborado por: La autora

Cuadro 15. SEÑALÉTICA: NO BOTAR BASURA

	
<p>UBICACIÓN</p>	<p>El uno estará ubicado a la entrada de las cabañas, el segundo por la zona recreativa y el tercero por las piscinas del Centro turístico UMAWA.</p>
<p>DESCRIPCIÓN DEL PIGTOGRAMA</p>	<p>La imagen tendrá un tamaño de 60 cm de ancho x 70 cm de alto, con color azul de fondo y el pictograma de color rojo y blanco.</p>
<p>DESCRIPCIÓN DEL NOMBRE</p> <p>...continuación</p>	<p>El tamaño de las letras será de 60 cm de ancho x 9.7 cm de alto; la parte inferior y superior mide 5.15 cm. Las letras son de color blanco, tipo Arial Black, impresas en papel vinil adhesivo.</p>
<p>MATERIALES</p>	<p>Tendrá 2 componentes: La estructura, fabricada en tubos de acero galvanizado de 2" x 2 mm de espesor x 2.50m de alto; sus uniones serán soldadas mediante suelda eléctrica, utilizando electrodos 6011, totalmente limpias y esmeriladas. La pantalla usará como sustrato láminas de aluminio liso anodizado. Estas pantallas se sujetarán a los postes mediante acoples y pernos de carrocería galvanizados de 2" x 1/2". Vinil adhesivo, bonder, cemento, ripio, arena y piedra bola.</p>


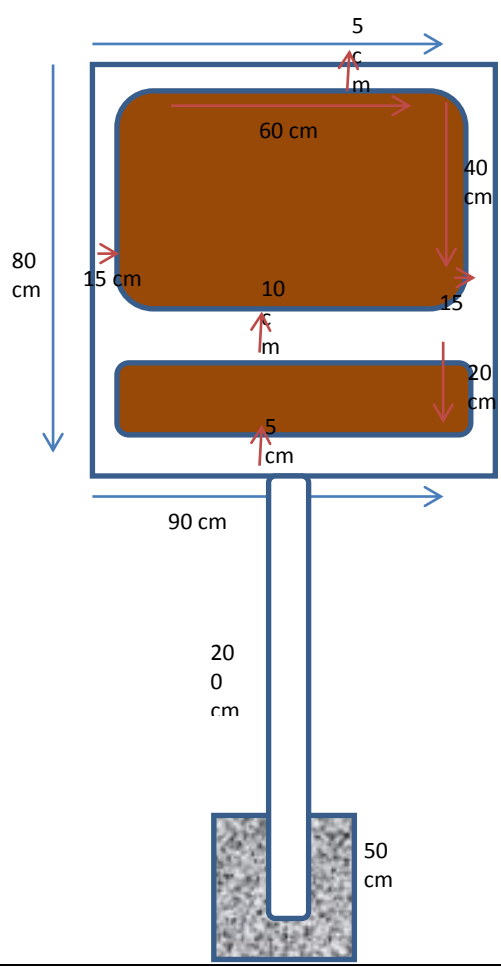
Elaborado por: La autora

Cuadro 16. SEÑALÉTICA: SENDERO DE ÁRBOLES FRUTALES

	
<p>UBICACIÓN</p>	<p>El primer rótulo estará ubicado, tras del restaurante, el segundo a 30m por el camino que dirige a los árboles frutales y el tercero a 50 m.</p>
<p>DESCRIPCIÓN DEL PIGTOGRAMA</p>	<p>La imagen tendrá un tamaño de 60 cm de ancho x 40 cm de alto, con color azul de fondo y el pictograma de color blanco.</p>
<p>DESCRIPCIÓN DEL NOMBRE</p>	<p>El tamaño de las letras será de 30.cm de ancho x 10.1 cm de alto; la parte inferior y superior mide 4,95 cm y sus costados 15.0 cm. Letra de color blanco, tipo Arial Black, impresas en papel vinil adhesivo.</p>
<p>MATERIALES</p>	<p>Tendrá 2 componentes: La estructura, fabricada en tubos de acero galvanizado de 2" x 2 mm de espesor x 250 cm de alto, sus uniones serán soldadas mediante suelda eléctrica, utilizando electrodos 6011, totalmente limpias y esmeriladas. La pantalla usará como sustrato láminas de aluminio liso anodizado. Estas pantallas se sujetarán a los postes mediante acoples y pernos de carrocería galvanizados de 2" x ½". Vinil adhesivo, bonder, cemento, ripio, arena y piedra bola.</p>

Elaborado por: La autora

Cuadro 17. SEÑALÉTICA: SERPENTARIO

	
<p>UBICACIÓN</p>	<p>El primer rótulo estará ubicado a un costado de la piscina, el segundo a 30 m de la entrada del Centro turístico UMAWA, y el tercero a 20 m de la zona recreativa.</p>
<p>DESCRIPCIÓN DEL PIGTOGRAMA</p>	<p>La imagen tendrá un tamaño de 60 cm de ancho x 40 cm de alto, con color café de fondo y el pictograma de color blanco.</p>
<p>DESCRIPCIÓN DEL NOMBRE</p>	<p>El tamaño de las letras será de 42.9 cm de ancho x 12.6 cm de alto, sus costados tienen 8.55 cm y en la parte superior e inferior 3.7 cm. Las letras son de color blanco, tipo Arial Black, impresas en papel vinil adhesivo.</p>
<p>MATERIALES</p>	<p>Tendrá 2 componentes: La estructura, fabricada en tubos de acero galvanizado de 2" x 2 mm de espesor x 250 cm de alto, sus uniones serán soldadas mediante suelda eléctrica, utilizando electrodos 6011, totalmente limpias y esmeriladas. La pantalla usará como sustrato láminas de aluminio liso anodizado. Estas pantallas se sujetarán a los postes mediante acoples y pernos de carrocería galvanizados de 2" x 1/2". Vinil adhesivo, bonder, cemento, ripio, arena y piedra bola.</p>

Elaborado por: La autora

G. DISCUSIÓN

7.1. **Determinar el diagnóstico situacional del Centro Turístico Comunitario “UMAWA”. Ubicado en la Parroquia San Roque del Cantón Shushufindi.**

Un diagnóstico situacional o análisis de situación se refiere a la planificación como proceso general, que en primer momento conlleva a una serie de herramientas metodológicas que facilitan su realización (Abatedaga, 2008). Al realizar el diagnóstico situacional del Centro Turístico Comunitario “UMAWA”, se determinó que la planificación para uso de señaléticas es indispensable para la posterior organización de proyectos de mejoramiento de infraestructura en todo el centro turístico para incrementar así la captación de turistas aprovechando así la diversidad biológica y cultural identificada en el diagnóstico preliminar siendo: animales salvajes, domésticos, flora, fauna de la zona, madera finas, árboles medicinales, viveros, cultura shuar, casas culturales, cultivos de ciclo corto, plantas medicinales, riachuelos, artesanías y equipos de guerra ancestrales. La falta de utilización de señaléticas en el Centro Turístico “UMAWA” es un factor determinante para la ubicación tanto del centro como las diferentes áreas de interés ubicadas dentro del área de influencia directa del área de estudio. Por lo tanto se realizó un inventario a través de fichas técnicas para restablecer la información y actualizarla. Se encontró así la falta de señalización en lugares de importancia: restaurante, pesca deportiva, zona recreativa, alojamiento-hospedaje, observación de flora, lago, laguna, observación de aves, zoo criadero de caimanes, sendero de arrayanes, sembríos de cacao y plantas medicinales, en donde se requiere la ubicación de las respectivas señaléticas para que para que los turistas que visiten el Centro Turístico se guíen con mayor facilidad y conozcan los atractivos. La señalización turística es actualmente uno de los aspectos más importantes dentro de cualquier Plan Estratégico de Dinamización Turística para un territorio. Principalmente esto es así porque la señalización cumple una función de carácter transversal: informa, enseña, transmite, orienta y por tanto, multiplica sus valores. Desde esta perspectiva, la presencia de una adecuada señalización

turística en un espacio geográfico significa entregar al viajero los elementos necesarios para que puedan localizar los bienes de interés de un modo efectivo (Abella, 2005).

7.2. Efectuar el Estudio de Factibilidad para diseñar el Diagnóstico situacional del Centro turístico Comunitario “UMAWA”, ubicado en la parroquia San Roque del Cantón Shushufindi.

Miranda (2015), manifiesta que cuando existan dudas en torno al proyecto hay que depurar la información que permita mejores y más confiables soportes a los indicadores de evaluación. Además la elaboración de un plan de factibilidad implica grandes gastos. El estudio de factibilidad del Centro Turístico Comunitario UMAWA, se lo llevó a cabo teniendo en cuenta la parte económica que es el foco de atención para que los proyectos sean factibles, por ello se determinó que el presupuesto necesario es de 5.794,72 USD para que sea viable, este rubro es adecuado, adicionando que en el sector no existe otro centro turístico.

7.3. Diseñar el plan de señalética turística para el Centro Turístico Comunitario “UMAWA”, ubicado en la Parroquia de San Roque del Cantón Shushufindi.

El diseño de los elementos de señalización busca la funcionalidad de la información ofrecida por estos, sus formas, pictogramas y leyendas deben tener en cuenta el lugar donde se ubican y a quien van dirigidos. Las ventajas de una buena señalización se traducen la mayoría de veces en ahorro de tiempo, tan importante en todos los aspectos de la vida actual. (Ministerio de Turismo, 2011). También aporta la identificación corporativa y de marca, canalizando el interés hacia el consumo del producto turístico de territorio y facilitando la comprensión de la articulación y dinamización del espacio turístico. (Tecnología Señalética., 2014). El diagnóstico preliminar realizado en el Centro Turístico Comunitario “UMAWA”, permitió determinar que es de suma

importancia aplicar el Plan de señalética diseñado, debido a que se determinó que los lugares de interés turístico identificados en el área de estudio fueron: hospedaje, restaurante, pesca deportiva, zona recreativa, flora, lago, laguna, fauna, sendero el laurel, sendero el higuerón, sendero de árboles frutales, no botar basura, sendero y serpentario, siendo así la determinación de las zonas de mayor interés turístico y guía para el correcto desenvolvimiento de las actividades que diariamente se realizan. Las señales diseñadas fueron un total de 12, con un diseño de estructura rectangular para la ubicación de los pictogramas y pedestal para su soporte, cada una fue ubicada estratégicamente para impulsar el aprovechamiento de cada recurso turístico. El estudio de factibilidad realizado permitió determinar que el plan de señalética diseñado es viable debido a que el costo determinado fue de 5.794,72 USD permitiendo la fácil aplicación y búsqueda de financiamiento en los entes gubernamentales competentes en el área turística, impulsando así el aprovechamiento del potencial turístico en el área de influencia directa.

H. CONCLUSIONES

- Al concluir éste trabajo, se puede manifestar que al diseñar el diagnóstico situacional del área de estudio en lo que respecta a la señalización turística, permitió elaborar señalizaciones que accedieron mejorar la situación económica del centro turístico.
- Al realizar el estudio de factibilidad, a través de los inventarios de los atractivos turísticos, se comprobó que el Centro Turístico UMAWA, es un lugar turístico dentro de la provincia, que cumple con todas las factibilidades y las normativas de la ley de turismo, como un producto de alta competitividad con otros sectores de la provincia, siendo un lugar nombrado gracias a la publicidad dada por las autoridades de turno.
- Al finalizar el estudio de factibilidad se constató que éste proyecto es viable por la existencia del potencial turístico natural y cultural, por lo que se identificó la aceptación del turismo en el cantón Shushufindi tanto local, nacional y extraños.
- Con la elaboración del plan de señalética para el Centro Turístico Comunitario “UMAWA” se logró cumplir con los objetivos, visión, misión, estrategias, políticas, reglamentos propuestos; mediante la implementación de las señales turísticas que eran necesarias para promocionar mejor el turismo y la existencia de varios servicios.
- Se determinó que el diseño de las señaléticas implementadas, en lugares estratégicos del Centro Turístico Comunitario “UMAWA” generan mayor seguridad de quienes visitan el lugar; ya que les permite a los turistas dirigirse hacia los lugares indicados.

I. RECOMENDACIONES

Luego de culminar con el estudio, es necesario plantear recomendaciones que contribuyan a las soluciones para el buen desarrollo turístico en el centro turístico Comunitario “UMAWA”.

- Tomar en cuenta el diagnóstico Situacional Turístico de la parroquia San Roque desarrollado en el presente estudio, con el propósito de contribuir a la ejecución del proyecto, que accedan el aprovechamiento de los recursos turísticos identificados
- Manejar un estudio de factibilidad siempre para la implementación del proyecto, como también para la actualización de la información sobre el turismo y calidad de servicio que ofrecen el Centro Turístico UMAWA, para de esta manera contar con datos actualizados y coherentes a la realidad.
- Enfatizar el desarrollo de la actividad turística implementando proyectos turísticos enfocados a la señalización de los atractivos y senderos de la localidad, dándoles mantenimiento constante, para que mantenga un aspecto más atractivo
- Verificar que se cumpla todo lo propuesto en el plan de señalética del Centro Turístico Comunitario “UMAWA” y así llegar hacer un plan innovador para otros atractivos existentes en el Cantón.
- Controlar que se cumpla la señalización y el mantenimiento de cada uno de los letreros por la administración del Centro Turístico Comunitario “UMAWA”, para dar mayor realce al Centro.

J. BIBLIOGRAFÍA

- Banco Interamericano de Desarrollo. (2007). *Diseño del Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible para Ecuador "PLANDETUR 2020"*. Quito.
- CONGOPE - ESPOCH. (2013). *Señalética turística en áreas rurales*. Quito: graghus.
- Congreso Nacional. (06 de Mayo de 2008). Ley de Turismo. *Ley de Turismo*. Quito, Pichincha, Ecuador.
- Consortio de Juntas Parroquiales de Sucumbios. (2011). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia "San Roque"*. San Roque.
- Gobierno Autonomo Descentralizado de Sucumbios. (2011). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial 2011 - 2020. Construyendo el Desarrollo para Todos*. Nueva Loja.
- Gobierno de Aragón. (2015). *Señalización Turística de Aragón*. Aragón: Director General de Turismo.
- Gobierno Provincial de Sucumbios. (12 de Junio de 2015). *Turismo en Sucumbios*. Obtenido de Turismo en Sucumbios: <http://sucumbios.gob.ec/turismo/>
- Instituto Latinoamericano de Planificación Económica y Social. (2006). *Guía para la presentación de proyectos*. Mexico: Siglo xxi editores.
- Ministerio de Turismo. (2011). *Manual de Señalización Turística*. Quito.
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (s.f.). Estadísticas Turísticas del Ecuador 2010 y 2011. *Estadísticas Turísticas del Ecuador 2010 y 2011*. Quito, Pichincha, Ecuador.
- Miranda, J. (2005). *Gestión de proyectos: evaluación financiera económica social ambiental*. Bogotá: MM editores.
- República del Ecuador. (20 de Octubre de 2008). Constitución de la República del Ecuador. *Constitución de la República del Ecuador*. Quito, Pichincha, Ecuador.
- República del Ecuador. (2009). *Plan Nacional para el Buen Vivir 2009 - 2013. Construyendo un Estado Plurinacional e Intercultural*. . Quito.

Republica del Ecuador. (23 de Julio de 2014). Reglamento Técnico Ecuatoriano RTE INEN 233 "Señalización Turística". *Reglamento Técnico Ecuatoriano RTE INEN 233 "Señalización Turística"*. Quito, Pichincha, Ecuador.

Santos, T. (30 de Mayo de 2015). *eumed.net*. Obtenido de eumed.net: <http://www.eumed.net/ce/2008b/tss.htm>

Secretaria Nacional de Turismo. (s.f.). Recuperado el 10 de Junio de 2015, de <http://bivica.org/upload/turismo-senalizacion.pdf>

WordPress. (10 de Junio de 2015). *Definicion.De*. Obtenido de Definicion.De: <http://definicion.de/proyecto-factible/>

Linkografía

Abatedaga, N. (2008). <https://books.google.com.ec/books?isbn=9875911119>. Recuperado el 14 de 06 de 2015, de <https://books.google.com.ec/books?isbn=9875911119>:

https://books.google.com.ec/books?id=zHMj4_JVgKsC&pg=PA140&dq=que+es+un+diagnostico+situacional&hl=es&sa=X&ved=0CCgQ6AEwA2oVChMI_7D9pe6QxgIVkqiACh1BEwBx#v=onepage&q=que%20es%20un%20diagnostico%20situacional&f=false

Avillaneda, M. d. (2005). *www.casadellibro.com-señalética-conceptos-y-fundamentos-una-aplicaciónenbiblioteca-s/9789*. Recuperado el 20 de 07 de 2015, de <https://books.google.com.ec/books?id=ml9GD7zKbvAC&dq=señalética&hl=es&sa=X&ved>

Cajigas, E. R. (2004).

<https://books.google.com.ec/books?id=ydtKCaeLfWgC&pg=PA44&dq=como+hacer+el+estudio+de+factibilidad&hl=es&sa=X&ved=0CB8Q6AEwAWoVChMIxpHX65CTxgIVB-CACH0KnwCQ#v=onepage&q=como%20hacer%20el%20estudio%20de%20factibilidad&f=false>. Recuperado el 15 de junio de 2015, de <https://books.google.com.ec/books?id=ydtKCaeLfWgC&pg=PA44&dq=como+hacer+el+estudio+de+factibilidad&hl=es&sa=X&ved=0CB8Q6A>

EwAWoVChMIxpHX65CTxgIVB-
CACh0KncwCQ#v=onepage&q=como%20hacer%20el%20estudio%20de
%20factibilidad&f=false:

<https://books.google.com.ec/books?id=ydtKCaeLfwgC&pg=PA44&dq=como+hacer+el+estudio+de+factibilidad&hl=es&sa=X&ved=0CB8Q6AEwAWoVChMIxpHX65CTxgIVB->

CACh0KncwCQ#v=onepage&q=como%20hacer%20el%20estudio%20de
%20factibilidad&f=false

Calle, M. d. (2004). *google books*. Recuperado el 14 de 06 de 2015, de google books:

<https://books.google.com.ec/books?id=o2JfU6gF8IAC&pg=PA27&dq=que+es+un+diagnostico+situacional&hl=es&sa>

Cladera, M. P. (2008). <https://books.google.com.ec/books?isbn=8484279073>.
Recuperado el 20 de 07 de 2015, de

<https://books.google.com.ec/books?isbn=8484279073>:
[books?id=5UeMAGAAQBAJ&pg=PA267&dq=que+es+un++Plan+de+señalética&hl=es&sa=X&ved=0CBsQ6AEwAGoVChMIh5KYrOrqxgIVhEGSCh1trA-j#v=onepage&q=que+es+un+Plan+de+señalética&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=5UeMAGAAQBAJ&pg=PA267&dq=que+es+un++Plan+de+señalética&hl=es&sa=X&ved=0CBsQ6AEwAGoVChMIh5KYrOrqxgIVhEGSCh1trA-j#v=onepage&q=que+es+un+Plan+de+señalética&f=false)

Crespi, M. (23 de 10 de 2013). https://www.ucm.es/.../530-2013-10-23-ProgramaPatrimonioyRecursos_.
Recuperado el 13 de 01 de 2016, de https://www.ucm.es/.../530-2013-10-23-ProgramaPatrimonioyRecursos_:
[/data/cont/docs/530-2013-10-23-ProgramaPatrimonioyRecursos_TURISMO_2013-2014.pdf](https://www.ucm.es/.../530-2013-10-23-ProgramaPatrimonioyRecursos_TURISMO_2013-2014.pdf)

[ProgramaPatrimonioyRecursos_TURISMO_2013-2014.pdf](https://www.ucm.es/.../530-2013-10-23-ProgramaPatrimonioyRecursos_TURISMO_2013-2014.pdf)

Duffus, M. (04 de Octubre de 2007). *gestiopolis.com*. Obtenido de gestiopolis.com:

<http://www.gestiopolis.com/estudio-integral-de-factibilidad-de-proyectos-de-inversion/>

E, F. T. (2003). www.uv.es/~qpe/revista/num7/fernandez7.pdf. Recuperado el 13 de 01 de 2016, de www.uv.es/~qpe/revista/num7/fernandez7.pdf:

https://www.google.com.ec/?gfe_rd=cr&ei=ngqXVrCZHrPI8Ae4saeYCQ#q=seg%C3%BA+fernandez+que+es+turismo

Fisher, D. P. (2000). *google books*. Recuperado el 19 de 05 de 2015, de google books:

https://books.google.com.ec/books?id=4NU9Dqk_QCsC&pg=PA13&dq

- Urquía, R. P. (2015). <https://books.google.com.ec/books?isbn=8494244787>. Recuperado el 28 de febrero de 2016, de <https://books.google.com.ec/books?isbn=8494244787>: <https://www.google.com.ec/search?tbm=bks&hl=es&q=que+es+un+pigtograma>
- Vargas, M. C. (2009). <https://books.google.com.ec/books?isbn=607774302X>. Recuperado el 14 de 06 de 2015, de <https://books.google.com.ec/books?isbn=607774302X>: [com.ec/books?id=Xgh0A9bF6YMC&pg=PA19&dq=que+es+un+diagnostico+situacional&hl=es&sa=X&ved=0CEAQ6AEwCGoVChMI_7D9pe6QxgIV](https://books.google.com.ec/books?id=Xgh0A9bF6YMC&pg=PA19&dq=que+es+un+diagnostico+situacional&hl=es&sa=X&ved=0CEAQ6AEwCGoVChMI_7D9pe6QxgIV)
- Velasco, F. (2007). <https://books.google.com.ec/books?isbn=8449319714>. Recuperado el 20 de 05 de 2015, de <https://books.google.com.ec/books?isbn=8449319714>: <https://books.google.com.ec/books?id=B1xTHv9d8ogC&printsec=frontcover&dq=que+es+un+plan&hl=es&sa=X&ei=uCNdVdHSNuL-sATezIOgBg&ved=0CCQQ6AEwAg#v=onepage&q=que%20es%20un%20plan&f=false>

Página Web <http://www.shushufindi.gob.ec/>

K. ANEXOS

Anexo 1. Solicitud de apertura

Shushufindi, 18 de julio del 2015

Señores.

PROPIETARIOS DEL CENTRO TURÍSTICO COMUNITARIO "UMAWA"

Presente.-

De mi consideración:

Por medio de la presente reciban un cordial saludo, a la vez se les felicita las labores que ustedes muy acertadamente dirigen.

Yo Matilde Esther Guadalupe Rodríguez con cédula N° 1711736064, estudiante del décimo semestre de la Universidad Nacional de Loja, del Plan de Contingencia Sede Tena, les solicito de la manera más comedida, me den permiso para realizar en el Centro Turístico Comunitario "UMAWA", un ESTUDIO DE FACTIBILIDAD MEDIANTE LA APLICACIÓN DEL MANUAL DE SEÑALIZACIÓN TURÍSTICA DEL MINISTERIO DE TURISMO, PARA PROPONER UN PLAN DE SEÑALÉTICA DEL CENTRO COMUNITARIO "UMAWA".


En espera que lo solicitado tenga una favorable acogida desde ya les reitero mi más sincero agradecimiento de alta consideración y estima.

Presente,




Sra. Matilde Guadalupe
SOLICITANTE




Recibido 18 Julio 2015


Anexo 2. Resolución tomada ante el oficio de solicitud de realizar el proyecto de titulación en el centro turístico UMAWA



Centro Turístico "Umawa"



Shushufindi – Sucumbíos – Ecuador

Shushufindi, 20 de julio del 2015



Sra.
Matilde Guadalupe
Presente,

Resiba un cordial saludo y exitos en sus labores que a diario desempeña en bien de su familia y clectividad.

Con respecto al documento recibido el día 18/07/2015, la administración del Centro Turístico UMAWA, le concede el permiso y autorización para que realice **EL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, MEDIANTE LA APLICACIÓN DEL MANUAL DE SEÑALIZACIÓN TURÍSTICA DEL MINISTERIO DE TURISMO, PARA PROPONER EL PLAN DE SEÑALÉTICA DEL CENTRO TURÍSTICO COMUNITARIO "UMAWA".**

El presente documento puede hacer uso en lo que estime conveniente a sus intereses.

Atentamente,



SR. Pascual Olivo
PRESIDENTE DEL CENTRO TURÍSTICO COMUNITARIO "UMAWA"

Elaborado por: Presidente del Centro Turístico Comunitario UMAWA

Anexo 3. Encuesta



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

Área Jurídica, Social y Administrativa
Carrera Administración Turísticas



ENCUESTA

OBJETIVO: Establecer si el Estudio de Factibilidad, es viable para proponer un Plan de Señalética turística para el Centro Turístico Comunitario “**UMAWA**” ubicado en la Parroquia San Roque del Cantón Shushufindi.

INSTRUCCIONES: Lea detenidamente las preguntas que se encuentran a continuación y ponga una (x) en la respuesta que usted considere de su elección.

EDAD_____

SEXO_____

TURISTA NACIONAL ()

TURISTA EXTRANJERO ()

TURISTA LOCAL ()

SALUDO: Reciba un cordial saludo, soy estudiantes de la Universidad Nacional de Loja (UNL), Modalidad a Distancia de la carrera de Administración Turística, estoy realizando esta encuesta como parte de mi Proyecto de trabajo de Titulación, como requisito previo para optar por el Título de Ingeniería en Administración Turística.

La información recolectada es estrictamente confidencial y será utilizada únicamente con fines académicos. Le agradeceré brindarme un minuto de su tiempo y responder las siguientes preguntas:

Continúa...



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

Área Jurídica, Social y Administrativa
Carrera Administración Turísticas



1.- ¿Cree que la señalética sirve como una guía turística?

Sí ()

No ()

2. ¿Qué es una Señalética turística?

Una marca () Un símbolo () Un letrero Público ()

3. ¿Conoce sobre señales turísticas?

Sí ()

No ()

4. Las señales turísticas transmiten mensajes de:

a) Orientación ()

b) Guía ()

c) Auto Didácticas ()

5. ¿Al diseñar un sistema de señales, los elementos gráficos son de gran utilidad?

Sí ()

No ()

6. ¿Conoce sobre el significado de los colores de las señales turísticas?

Sí ()

No ()

7. ¿Conoce sobre turismo comunitario?

Sí ()

No ()

8. ¿Está de acuerdo que se realice un Plan de Señalética turística en el Centro Comunitario “UMAWA”? ¿Por qué?

Sí ()

No ()

9. ¿Qué servicios le gustaría que ofrezca el Centro Comunitario UMAWA”?

Senderismo () Áreas de camping () Gastronomía () Pesca deportiva ()

10. ¿La creación de un plan de señalización turística en centro comunitario “UMAWA” afectara o beneficiara a la economía de la parroquia?

Afecta ()




Beneficia ()

Anexo 4. Fichas

FICHA N° 1. Sendero de Árboles frutales

A. REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS

FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS NATURALES

 GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO NATURAL DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIAL PATRIMONIO NATURAL INMATERIAL FICHA DE INVENTARIO NATURAL	 CÓDIGO IM-21-01-50- 001-16-000001
1. DATOS DE LOCALIZACIÓN	
Provincia: Sucumbíos	Cantón: Shushufindi
Parroquia: San Roque Urbana <input type="checkbox"/>	Rural <input checked="" type="checkbox"/>
Localidad: San Roque	
Coordenadas WGS84 Z17S-UTM: X (Este) 76°53'14'' (Norte) 99°62'34" Z (Altitud) 1.744 .s.n.m.	
2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL	
	
Descripción de la fotografía: En éste sendero se podrá apreciar una amplia gama de árboles frutales, en el cual se destacan los árboles de achotillo ya que existe muchas plantas de éstas, cuando es tiempo de esta apetecible fruta se	

Continúa...

...Continuación

<p>mira a los árboles de color rojizo con una belleza que no se puede comparar, se puede disfrutar del fruto mientras se descansa bajo la sombra de los árboles frutales que existen en el sendero. El achotillo es una fruta muy rica en vitaminas c y d; además del achotillo existen otras frutas como son: la granadilla de monte, zapotes, guabas, chirimoyas, pomarroza, que igual que el achotillo son muy ricas y gustosos al paladar. Toda ésta variedad de frutas se puede degustar de acuerdo al tiempo de carguío de cada una de ellas. Este sendero es muy visitado ya que todo el tiempo existen frutas de cualquiera de las nombradas.</p>				
<p>Código fotográfico: IM-21-01-50-001-16-000001</p>				
<p>3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN</p>				
<p>Denominación</p>		<p>Otra (s) denominación (es)</p>		
<p>Sendero de árboles frutales</p>		<p>D1</p>	<p>N/A</p>	
<p>Grupo social</p>		<p>Lengua (s)</p>		
<p>manifestación Natural</p>		<p>L1</p>	<p>N/A</p>	
<p>Breve reseña</p>				
<p>Éste atractivo natural cuenta con los cuidados de los propietarios, los árboles frutales fueron sembrados con el fin de quienes visiten el lugar puedan disfrutar de sus frutos y a la vez de la sombra que ofrecen los árboles, con las semillas que se da de los mismos árboles, éstas plantas se reproducen y crece otro árbol y va remplazando a los más viejos o a los que ya no reproducen, y así mantener el lugar con frutas para quienes visitan, a la vez mantener el medio ambiente protegido de la contaminación existente en el lugar.</p>				
<p>4. DESCRIPCIÓN</p>				
<p>Éste recorrido sombreado inicia con las plantas de achotillos que están sembradas en forma alineada u ordenada seguido de guabas bejuco y machete, guayabas, chirimoyas, zapotes, además dan protección a otros seres del lugar como las aves, monos, entre otros, Los árboles existentes les sirven para darles cobijo y sombra y sus frutos para que se alimenten. Para realizar el recorrido por el senderos debe realizarlo con cuidado ya que hay lugares un poco resbaladizos</p>				
<p>Fecha o período</p>		<p>Detalle de la periodicidad</p>		
	<p>Anual</p>	<p>El C.T.C.U. es visitado en forma continua por turistas de todos los lugares de nuestro territorio ecuatoriano y extranjeros, lo hacer por diferentes motivos</p>		
	<p>Continua</p>			
	<p>Ocasional</p>			
	<p>Otra</p>			
<p>Alcance</p>		<p>Detalle del alcance</p>		
	<p>Local</p>	<p>Es un lugar conocido a nivel Provincial, nacional e internacional, ya que al mismo han llegado turistas de diferentes Provincias del Ecuador y de otros países</p>		
	<p>Provincial</p>			
	<p>Regional</p>			
	<p>Nacional</p>			
	<p>Internacional</p>			
<p>Productos</p>		<p>Descripción del producto</p>	<p>Uso</p>	<p>Detalle del uso</p>
<p>P1</p>		<p>Es un lugar en el cual se puede apreciar variedad de árboles frutales, los cuales dan vida a otras</p>	<p>Para distracción de los turistas, para dar vida a</p>	<p>Como alimento, como dije anteriormente</p>

Continúa...

...Continuación

		plantas como son las orquídeas silvestres como también se disfruta del cantar de los grillos, el aullar de los monos y el trinar de las aves.	otras especies y como alimento de todo ser vivo	poseen gran cantidad de vitamina c que ayuda a prevenir gripes y resfriados
Técnica				
T1		Para el sembrío se da en forma natural y manual y la cosecha se la realiza en forma manual.		
	Materiales	Tipo	Procedencia	Forma de Adquisición
M1				
	Herramienta	Tipo	Procedencia	Forma de Adquisición
H1				
5. PORTADORES/SOPORTES				
	Tipo	Nombre	Edad/Tiempo de actividad	Dirección
	Individuos		De 2 a 3 años	
	Colectividades		Cada año	
	Instituciones			
	Procedencia del saber	Detalle de la procedencia		
	Padres-hijos	Éste legado se da de sus padres con la experiencia de su edad		
	Maestro-aprendiz			
	Centro capacitación			
	Otro			
	Transmisión del saber	Detalle de la transmisión		
	Padres-hijos	De generación en generación		
	Maestro-aprendiz			
	Centro capacitación			
	Otro			
6. VALORACIÓN				
Importancia para la comunidad				
El atractivo es de mucho valor para la comunidad ya que sirve para purificar el medio ambiente y ofertar el servicio de las frutas que posee el lugar las cuales conservan un alto porcentaje en vitaminas las mismas sirven para proteger de muchas enfermedades existentes en el medio como por ejemplo gripe, inflamaciones, daño de estómago, cortaduras entre otras.				
Sensibilidad al cambio				

Continúa...

...Continuación

	Alta																																										
	Media																																										
	Baja																																										
7. INTERLOCUTORES																																											
Apellidos y nombres		Dirección			Teléfono			Sexo		Edad																																	
Propietarios		C.T.C.U.						Masculino																																			
8. ELEMENTOS RELACIONADOS																																											
Código/Nombre		Ámbito			Sub ámbito			Detalle del sub ámbito																																			
<p>RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS: NOMBRE DE LA RUTA: Petrolera Shushufindi DESDE: Shushufindi HASTA: San Roque FRECUENCIA: Lunes a Domingo (06:00 A.M. a 07:00 P.M.) DISTANCIA: 14 km. PRECIO: ¢ 0.75</p> <p>8.1 RESUMEN DE INVENTARIOS DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Nombre del atractivo</th> <th colspan="2">Calidad</th> <th rowspan="2">Ent.</th> <th rowspan="2">Consr</th> <th rowspan="2">Accs.</th> <th rowspan="2">Serv</th> <th colspan="4">Significado</th> <th rowspan="2">SUM</th> <th rowspan="2">JER</th> </tr> <tr> <th>Int.</th> <th>Ext.</th> <th>L</th> <th>P</th> <th>N</th> <th>I</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>C.T.C. UMAWA</td> <td>15</td> <td>15</td> <td>9</td> <td>8</td> <td>8</td> <td>9</td> <td></td> <td></td> <td>6</td> <td></td> <td>70</td> <td>II</td> </tr> </tbody> </table>												Nombre del atractivo	Calidad		Ent.	Consr	Accs.	Serv	Significado				SUM	JER	Int.	Ext.	L	P	N	I	C.T.C. UMAWA	15	15	9	8	8	9			6		70	II
Nombre del atractivo	Calidad		Ent.	Consr	Accs.	Serv	Significado				SUM		JER																														
	Int.	Ext.					L	P	N	I																																	
C.T.C. UMAWA	15	15	9	8	8	9			6		70	II																															
9. ANEXOS																																											
Textos			Fotografías			Videos			Audio																																		
10. OBSERVACIONES																																											
11. DATOS DE CONTROL																																											
Entidad investigadora: Universidad Nacional de Loja																																											
Inventariado por: Matilde Esther Guadalupe Rodríguez						Fecha de inventario: 24 – 04 - 2016																																					
Revisado por: Ing. Washington Villacís Zapata						Fecha de revisión: 30/06/2016																																					
Aprobado por: Ing. Washington Villacís Zapata						Fecha aprobación: 30/06/2016																																					
Registro fotográfico: Matilde Esther Guadalupe Rodríguez																																											

Elaborado por: La autora

FICHA N° 2: Plantas Medicinales

A. REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS



FICHA PARA INVENTARIOS DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

MINISTERIO DE TURISMO

<p>1. DATOS GENERALES ENCUESTADORA: Matilde Esther Guadalupe Rodríguez FICHA N° AN02 SUPERVISOR EVALUADOR: Ing. Washington Villacís NOMBRE DEL ATRACTIVO: Plantas medicinales PROPIETARIOS: Hermanos Olivo CATEGORÍA: Atractivo Natural TIPO: Natural SUBTIPO: Parques</p>	
<p>2. UBICACIÓN LONGITUD (UTM): 76°53'14" LATITUD (UTM): PROVINCIA: Sucumbíos CANTÓN: Shushufindi PARROQUIA: San Roque DIRECCIÓN: Centro Turístico Comunitario "UMAWA"</p>	
<p>3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO NOMBRE DEL POBLADO: San Roque DISTANCIA (Km.): 3km NOMBRE DEL POBLADO: La Victoria DISTANCIA (Km.): 8km. ALTURA: (m.s.n.m):1.744msnm TEMPERATURA (°C): 36°PRECIPITACIÓN PLUVIOMÉTRICA (mm3): 0-500</p>	
<p>CALIDAD</p> <p>VALOR INTRÍNSECO</p>	<p>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</p>  <p>Plantas medicinales</p>
	<p>UBICACIÓN.-Se ubica a 3 Km del poblado de San Roque siguiendo la carretera que conduce a Palmeras del Ecuador, exactamente antes de la Parroquia de San Roque. Al margen izquierdo a 15 minutos de la carretera principal. Las plantas medicinales de éste centro turístico se encuentran ubicadas junto al sendero de árboles frutales, las cuales son de gran utilidad para todos quienes conocen de la existencia de las mismas. ESTADO DE CONSERVACIÓN.-Las plantas medicinales se encuentran en buen estado, debido al constante mantenimiento que le dan sus dueños la Familia Olivo, son cuidadas con abono natural que producen en éste centro. UTILIDAD.- El variedad de plantas medicinales que existe en el C.T.C.U.,</p>

Continúa...

...Continuación

		<p>son utilizadas como medicina natural, como por ejemplo la hierba Luisa se la utiliza como infusión para aliviar los cólicos menstruales y el malestar estomacal, la planta de caballo chupa, para desinflamar los riñones, el limón para bajar la temperatura alta del cuerpo (fiebre), sangre de drago para cicatrizar heridas, las cañas agrias para desinflamar las vías urinarias, para los diabetes, las plantas de valeriana que tienen efectos de relajación y tranquilizante para el cuerpo los cogollos de guayabas ayudan a curar infecciones estomacales, entre otras.</p> <p>DISTRIBUCIÓN.-Estas plantas medicinales se encuentran distribuidas dentro del centro turístico por el sendero a las plantas frutales. Su distribución aún no se realiza fuera del mismo ya que solo se hace dentro del centro con turistas que visitan y desean llevar para curar alguna dolencia que padezcan.</p> <p>SEMBRÍO: Las plantas son sembradas manualmente, por los propietarios o por estudiantes que realizan las pasantías en el lugar. Aunque en su mayoría se reproducen por sí solas sin la intervención de la mano del hombre, ya que puede ser por semillas que caen en el suelo o se reproducen por medio de raíces.</p> <p>ÁREA DE INFLUENCIA: Se encuentra dentro en el C.T.C.U., En general los suelos detectados corresponden a tierra negra muy fértil, los cuales son aptos para el cultivo de plantas</p>										
CALIDAD	VALOR EXTRÍNSECO	4.1 USOS (SIMBOLISMO)		5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO								
		Turismo ecológico		ALTERADO <input type="checkbox"/> NO ALTERADO <input type="checkbox"/> EN PROCESO								
		Educación ambiental		DETERIORADO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input checked="" type="checkbox"/> DE DETERIORO								
		Recreación		CAUSAS:								
		Turismo de aventura		5.1 PATRIMONIO (Atractivos naturales)								
		fotografía		Nombre: Plantas medicinales								
		ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)		Fecha de declaración: Categoría:								
		6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO		ALTERADO <input type="checkbox"/> NO ALTERADO <input checked="" type="checkbox"/> EN PROCESO								
				DETERIORADO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input type="checkbox"/> DE DETERIORO								
				CAUSAS:								
7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO												
APOYO	TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VIAS			TRANSPORTE	FRECUENCIAS				TEMPORALIDAD DE ACCESO	
							DIA RIA	SEMANAL	MENSUAL	EVENTUAL	DÍAS AL AÑO	
	B	R	M									
	TERRESTRE	ASFALTADO	<input checked="" type="checkbox"/>			BUS	<input checked="" type="checkbox"/>				365	
		LASTRADO				AUTOMÓVIL				DÍAS AL MES		
		EMPEDRADO				4X4				Culturales	01 enero	
		SENDERO				TREN					31 diciembre	
	ACUÁTICO	MARÍTIMO				BARCO				Naturales		

Continúa...

FICHA N° 3 Cabañas para hospedaje

 GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR		CÓDIGO
INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIAL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE INVENTARIO A3 USOS SOCIALES, RITUALES Y ACTOS FESTIVOS		IM-21-01-50-001-16-000003
1. DATOS DE LOCALIZACIÓN		
Provincia:	Sucumbíos	Cantón: Shushufindi
Parroquia:	San Roque	Urbana <input checked="" type="checkbox"/> Rural <input type="checkbox"/>
Localidad:	San Roque	
Coordenadas WGS84 Z17S-UTM: X (Este) E 27°63'71" Y (Norte) N 99°62'34" Z (Altitud) 260 msnm		
2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL		
		
<p>Descripción de la fotografía: habitación del lugar de hospedaje del C.T.C.U., en la cual constan 3 camas literas de 1.40 cm. de ancho, por 1.70 cm. De largo son de construcción rustica, con toldo para protegerse de los mosquitos que habitan en la zona, un armario una mesa. Las dimensiones del dormitorio es de 6 metros de largo por 4 de ancho, su construcción se la ha realizado utilizando materiales del medio como es la madera para el piso y las paredes, tapado con paja toquilla, tiene luz eléctrica. El valor de hospedaje es de 50\$ incluido tres comidas y la visita a los lugares turísticos que existe en el mismo. En el lugar mientras toma un descanso puede disfrutar del canto de los grillos, el croar de las ranas.</p>		
Código fotográfico: IM-21-03-54-003-15-000003_1 JPG		
3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN		
Denominación	Otra (s) denominación (es)	

Continúa...

...Continuación

Casa para hospedaje		D1	N/A	
Grupo social		Otra (s) denominación (es)		
Manifestación Cultural		L1	N/A	
		L2		
Breve reseña				
<p>Ésta casa de hospedaje presta los servicios para todos los turistas que visitan el lugar, brindándoles mejor confort y comodidad y para que no extrañen su hogar, disponen de baño privado con agua, área de socialización, salón de conferencias, jardines, cocina y un amplio estacionamiento en el interior del Centro. Se construye esta casa para hospedarse con el propósito de quienes visiten el lugar y deseen alojarse se puedan hospedar sin ninguna preocupación que tienen que regresar a sus hogares.</p>				
4. DESCRIPCIÓN				
Origen				
<p>Es una construcción donde se utilizó la madera la toquilla, se guardó mucha precaución para no alterar el ambiente, cuenta con baño privado y duchas, las cabañas se las construyó de madera y cubierta de paja toquilla.</p> <p>Se las construye con la finalidad de prestar servicio de hospedaje para quienes visiten el lugar, motivos de su construcción llegaban turistas de otros lugares y tenían que regresarse hasta Shushufindi para hospedarse y al siguiente día retornar hasta el centro turístico porque les falto visitar algún lugar de interés o simplemente no regresaban lo cual representaba pérdidas para éste centro, ese es el motivo de su creación.</p>				
Fecha o período		Detalle de la periodicidad		
	Anual	En forma muy ocasional quienes visitan se hospedan en el lugar.		
	Continua			
	Ocasional			
Alcance		Detalle del alcance		
	Local	Es una manifestación cultural que es conocida a nivel regional e internacional		
	Provincial			
	Regional			
	Nacional			
	Internacional			
Preparativos		Detalle de actividades		
P 1				
Descripción de la manifestación				
N/A				
Elementos significativos				
Nombre	Tipo	Detalle del elemento		
E 1				
Estructura organizativa				
Nombre	Tipo	Detalle de la estructura		
O				
5. PORTADORES/SOPORTES				
Tipo	Nombre	Cargo, función o actividad	Dirección	Localidad

Continúa...

...Continuación

Procedencia del saber		Detalle de la procedencia			
<input checked="" type="checkbox"/>	Padres-hijos	Sus orígenes vienen de su familia ya que de ellos surgió la idea de motivos que los terrenos se prestaban para la creación de éste centro.			
<input type="checkbox"/>	Maestro-aprendiz				
Transmisión del saber		Detalle de la transmisión			
<input checked="" type="checkbox"/>	Padres-hijos				
<input type="checkbox"/>	Maestro-aprendiz				
<input type="checkbox"/>	Centro capacitación				
6. VALORACIÓN					
Importancia para la comunidad					
Éste servicio es de suma importancia ya que da realce al sector en donde se encuentra ubicado, ofreciendo plazas de trabajo a los comuneros del lugar, para brindar un mejor servicio a los turistas que visitan el mismo.					
Sensibilidad al cambio					
<input type="checkbox"/>	Alta				
<input checked="" type="checkbox"/>	Media				
<input type="checkbox"/>	Baja				
7. INTERLOCUTORES					
Apellidos y nombres		Dirección	Teléfono	Sexo	Edad
8. ELEMENTOS RELACIONADOS					
Ámbito		Sub ámbito	Detalle del sub ámbito	Código/Nombre	
RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS:					
NOMBRE DE LA RUTA: Petrolera Shushufindi					
DESDE: Shushufindi HASTA: San Roque FRECUENCIA: Lunes a Domingo (06:00 A.M. a 07:00 P.M.)					
DISTANCIA: 14 km. PRECIO: ¢ 0.75					
9. ANEXOS					
Textos		Fotografías	Videos	Audio	
10. OBSERVACIONES					
11. DATOS DE CONTROL					
Entidad investigadora: Universidad Nacional de Loja					
Inventariado por: Matilde Esther Guadalupe Rodríguez			Fecha de inventario: 27/04/2016		
Revisado por: Ing. Washington Villacís			Fecha de revisión: 30 / 06 / 2016		
Aprobado por: Ing. Washington Villacís			Fecha aprobación: 30 / 06 / 2016		
Registro fotográfico: Matilde Esther Guadalupe					
Elaborado por: La autora					

FICHA N° 4: Piscina de peces

A. REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS



**FICHA PARA INVENTARIOS DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS
MINISTERIO DE TURISMO**



ENCUESTADO: Mónica Esther Guadalupe Rodríguez
 SUPERVISOR EVALUADOR: UNL
 NOMBRE DEL ATRACTIVO: Piscina de peces
 PROPIETARIOS: Hermanos Olivo
 CATEGORÍA: Atractivo Natural TIPO: Sistema Lacustre SUBTIPO: Lagos

2. UBICACIÓN LONGITUD (UTM): 76°53'14" LATITUD (UTM):
 PROVINCIA: Sucumbíos CANTÓN: Shushufindi PARROQUIA: San Roque
 DIRECCIÓN: Centro Turístico Comunitario "UMAWA"

3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO
 NOMBRE DEL POBLADO: San Roque DISTANCIA (Km.): 3km
 NOMBRE DEL POBLADO: La Victoria DISTANCIA (Km.): 8km.
 ALTURA: (m.s.n.m):1.744msnm TEMPERATURA (°C): 36°PRECIPITACIÓN PLUVIOMÉTRICA (mm3):
0-500

4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO



Pescados de la piscina

Descripción de la fotografía: Su extensión es aproximadamente de media hectárea, la misma que se encuentra distribuidas en tres partes, para el criadero de tilapia, boca chico, raspa balsa.
 En la fotografía miramos a los propietarios del lugar con una cachama de aproximadamente 4 libras y un raspa balsa de aproximadamente una libra, las cuales fueron pescados de la piscina existente en el lugar para demostración de quienes se encontraban de visita en el lugar.

UBICACIÓN.-Se ubica a la entrada del centro turístico para quienes visiten el lugar es lo primero que visitan por la coloración llamativa de los peces que se encuentran en la superficie de las piscinas

ESTADO DE CONSERVACIÓN.-Las piscinas de éste centro se encuentran bien cuidadas por los propietarios del lugar ya que cada tres meses le dan mantenimiento. A los peces los alimentan con balanceado, guayabas y con plátano verde.

FUNCIONALIDAD.- sirven para criar tres clases de peces como son: la cachama, la tilapia, boca chico.

CALIDAD

VALOR INTRÍNSECO

Continúa...

...Continuación

		<p>ORIGEN.- La idea de realizar una piscina se da por parte del señor Olivo padre de los actuales dueños del lugar, motivos para aprovechar de la vertiente que tiene ésta finca. Al principio empezaron solo con tilapia luego surgió la idea de incrementar cachama, boca chicos, raspa balsa, y los que visitan el lugar pueden realizar pesca deportiva si desean pueden llevarse a sus casa o pedir que les den preparando o a la vez auto prepararse lo que ha pescado.</p> <p>DISTRIBUCIÓN.- su distribución se la realiza como alimento de los turistas que visitan el lugar y en el mercado del cantón Shushufindi para servicio de toda la comunidad.</p> <p>SEMBRÍO: se lo realiza cada seis meses ya que es el tiempo que se debe realizar la venta de los pescados pasado ese tiempo resulta una pérdida para sus propietarios.</p> <p>ÁREA DE INFLUENCIA: Se encuentra dentro en el C.T.C.U.</p>									
CALIDAD	VALOR EXTRÍNSECO	4.1 USOS (SIMBOLISMO)	5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO								
		Turismo ecológico Educación ambiental Recreación Turismo de aventura fotografía ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)	ALTERADO <input type="checkbox"/> NO ALTERADO <input type="checkbox"/> EN PROCESO <input type="checkbox"/> DETERIORADO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input checked="" type="checkbox"/> DE DETERIORO <input type="checkbox"/> CAUSAS: 5.1 PATRIMONIO (Atractivos naturales) Nombre: Piscina de Peces Fecha de declaración: Categoría:								
			6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO								
			ALTERADO <input type="checkbox"/> NO ALTERADO <input checked="" type="checkbox"/> EN PROCESO <input type="checkbox"/> DETERIORADO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input type="checkbox"/> DE DETERIORO <input type="checkbox"/> CAUSAS:								
7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO											
APOYO	TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VIAS	TRANSPORTE	FRECUENCIAS				TEMPORALIDAD DE ACCESO		
					DÍA	SEMANAL	MENSUAL	EVENTUAL	DÍAS AL AÑO		
			B	R	M						
	TERRESTRE	ASFALTADO				BUS					365
		LASTRADO				AUTOMÓVIL					
		EMPEDRADO				4X4					DÍAS AL MES
		SENDE RO				TREN					Culturales 01 enero 31 diciembre
	ACUÁTICO	MARÍTIMO				BARCO					Naturales
						BOTE					HORAS AL DÍA
		FLUVI				CANOA					Culturales 09:00

Continúa...

FICHA N° 5: Gastronomía Encanutado de caña con tilapia

 GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR		CÓDIGO
INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIAL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE INVENTARIO A3 USOS SOCIALES, RITUALES Y ACTOS FESTIVOS		IM-21-03-50-001-16-000005
12. DATOS DE LOCALIZACIÓN		
Provincia:	Sucumbíos	Cantón: Shushufindi
Parroquia:	San Roque Urbana <input checked="" type="checkbox"/>	Rural <input type="checkbox"/>
Localidad:	San Roque	
Coordenadas WGS84 Z17S-UTM: X (Este) E 27°63'71" Y (Norte) N 99°62'34" Z (Altitud) 260 msnm		
13. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL		
		
<p>Descripción de la fotografía: La gastronomía se basa en utilizar productos que se dan en el lugar como es el plátano verde, yuca, arroz, los cuales se los realiza de diferente manera por su variedad.</p> <p>El plato típico del Centro Turístico es el encanutado de caña, el cual se prepara en una cocina de leña o al carbón, la caña se la corta en pequeños tamaños se realiza un orificio en medio se le coloca los pescados con los aliños y se le pone a cocinar. Se sirve con verde y yuca o para el que desea una porción de arroz, el valor que le da a ésta plato es de 10 dólares. El sabor especial que le da al pescado la caña guadua no se lo puede describir es sumamente delicioso que usted si lo prueba va a querer regresar.</p>		
Código fotográfico: IM-21-03-54-003-15-000005_5 JPG		
14. DATOS DE IDENTIFICACIÓN		
Denominación	Otra (s) denominación (es)	

Continúa...

...Continuación

Gastronomía		D1	N/A	
Grupo social		Otra (s) denominación (es)		
Manifestación Cultural		L1	N/A	
Breve reseña				
Los encanutados de tilapia que son el plato fuerte del C. T. C. U., son parte de la gastronomía típica local. Por más de 15 años la señora mamá de los hermanos Olivo era la que elaboraba estas delicias dejándole éste legado a su hijo Guido que es quien prepara en la actualidad este delicioso encanutado en el Centro Turístico.				
15. DESCRIPCIÓN				
Origen				
La idea surgió por parte de la esposa del dueño del lugar, para brindar un mejor servicio a los turistas que visitan éste Centro. Dejando su legado a su hijo Guido. Se prepara en caña guadua realizando un orificio en medio de la misma, luego se coloca los pescados con todos los aliños en cocina de leña con fuego muy lento.				
Fecha o período		Detalle de la periodicidad		
	Anual	La preparación de éste alimento es muy continua ya que el que visita el lugar va por probar éste provocativo plato.		
	Continua			
	Ocasional			
Alcance		Detalle del alcance		
	Local	Es una manifestación cultural que es conocida a nivel regional e internacional		
	Provincial			
	Regional			
	Nacional			
	Internacional			
Preparativos		Detalle de actividades		
P 1	Se corta la caña guadua en tamaño pequeños con anterioridad se aliña los pescados. Se tiene listo el carbón y la parrilla.	Se corta la caña guadua en tamaño pequeños luego se realiza unos orificios en la cañas para colocar la tilapia que con anterioridad se la lava bien se deja reposar con aliños para que se concentre en la misma, se sirve con plátano verde y una porción de arroz si así lo desea el comensal.		
Descripción de la manifestación				
N/A				
Elementos significativos				
Nombre	Tipo	Detalle del elemento		
E 1				
Estructura organizativa				
Nombre	Tipo	Detalle de la estructura		
O 1				
16. PORTADORES/SOPORTES				
Tipo	Nombre	Cargo, función o actividad	Dirección	Localidad
Procedencia del saber	Detalle de la procedencia			

Continúa...

...Continuación

	Padres-hijos	Éste delicioso plato gastronómico su idea es traída desde Manabí ya que los papás de los actuales dueños son de origen Manabita, de ahí la idea.		
	Maestro-aprendiz			
Transmisión del saber		Detalle de la transmisión		
	Padres-hijos	Es transmitida de generación en generación primero lo realizaba la dueña de éste centro turístico y ahora lo hereda su hijo Guido quien sigue con la tradición.		
	Maestro-aprendiz			
	Centro capacitación			
17. VALORACIÓN				
Importancia para la comunidad				
Es importante para la comunidad ya que es el único lugar en realizar ésta preparación cerca de la misma y no tienen que trasladarse a otro sitio para obtener éste servicio. Cuando hay demanda de comensales la mano de obra es utilizada del sector por lo tanto es importante ya que les da trabajo a los comuneros del sitio.				
Sensibilidad al cambio				
	Alta			
	Media			
	Baja			
18. INTERLOCUTORES				
Apellidos y nombres	Dirección	Teléfono	Sexo	Edad
19. ELEMENTOS RELACIONADOS				
Ámbito	Sub ámbito	Detalle del sub ámbito	Código/Nombre	
20. ANEXOS				
Textos	Fotografías	Videos	Audio	
21. OBSERVACIONES				
22. DATOS DE CONTROL				
Entidad investigadora: Universidad Nacional de Loja				
Inventariado por: Matilde Esther Guadalupe Rodríguez		Fecha de inventario: 27/04/2016		
Revisado por: Ing. Washington Villacís		Fecha de revisión:		
Aprobado por: Ing. Washington Villacís		Fecha aprobación:		
Registro fotográfico: Matilde Esther Guadalupe				

Elaborado por: La autora

FICHA N° 6: Zoo criadero

B. REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS



FICHA PARA INVENTARIOS DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS
MINISTERIO DE TURISMO



1. DATOS GENERALES
 ENCUESTADORA: Matilde Esther Guadalupe Rodríguez FICHA N° AN006
 SUPERVISOR EVALUADOR: UNL
 NOMBRE DEL ATRACTIVO: Zoo criadero
 PROPIETARIOS: Hermanos Olivo
 CATEGORÍA: Zoo Criadero TIPO: Natural SUBTIPO:

2. UBICACIÓN LONGITUD (UTM): 76°53'14" LATITUD (UTM):
 PROVINCIA: Sucumbíos CANTÓN: Shushufindi PARROQUIA: San Roque
 DIRECCIÓN: Centro Turístico Comunitario "UMAWA"

3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO
 NOMBRE DEL POBLADO: San Roque DISTANCIA (Km.): 3km
 NOMBRE DEL POBLADO: La Victoria DISTANCIA (Km.): 8km.
 ALTURA: (m.s.n.m):1.744msnm TEMPERATURA (°C): 36°PRECIPITACIÓN PLUVIOMÉTRICA (mm3): 0-500

4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO

CALIDAD

VALOR INTRÍNSECO



Caimán del C.T.C.U.

Descripción de la fotografía: En ésta foto el señor Pascual Olivo se le ve con uno de los 18 caimanes domésticos existentes del C.T.C.U. el cual fue criado desde muy pequeño, pertenece a la familia del caimán negro en la actualidad mide desde la cola a la cabeza un metro y medio, su peso aproximado es de unos 8 kilos como se darán cuenta éste caimán se encuentra en su hábitat natural, se le alimenta con pescados del lugar. Además en éste zoo criadero se encuentran en su jaula dos anacondas de aproximadamente 4 metros la más grande y de 2,5 metros la más pequeña. 2 loras guacamayas domesticadas, 2 loras reales las cuales hablan se ríen con quienes visitan el terreno 3 monos de bolsillo o más conocidos como monos micos; ellos se encuentran libres vuelan por los alrededores y regresan lo mismo pasa con los monos se pasean por todo el centro turístico y no se van.

Continúa...

...Continuación

		<p>UBICACIÓN.-Se ubica al margen derecho del Centro a unos 10 minutos de caminata en su habiudad natural; se los alimenta con fruta que se da en el sitio y con animales criados con ese fin.</p> <p>ESTADO DE CONSERVACIÓN.- las jaulas que se encuentran los caimanes y las anacondas son hechas con mucha seguridad para protección de quienes visitan el centro, se las revisa siempre para que no haya ningún percance.</p> <p>FUNCIONALIDAD.- Su función brindar distracción y des estresar a quien lo visita.</p> <p>ORIGEN.- La idea de realizar éste zoo-criadero se da para salvaguardar la seguridad de quienes visitan el lugar, como también para dar protección a las diferentes especies que se encuentran dentro de él ya que los mismos viven en su habiudad natural</p> <p>ÁREA DE INFLUENCIA: Se encuentra dentro en el C.T.C.U.</p>										
CALIDAD	VALOR EXTRÍNSECO	4.1 USOS (SIMBOLISMO)		5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO								
		Turismo ecológico		ALTERADO <input type="checkbox"/> NO ALTERADO <input type="checkbox"/> EN PROCESO <input type="checkbox"/>								
		Educación ambiental		DETERIORADO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input checked="" type="checkbox"/> DE DETERIORO <input type="checkbox"/>								
		Recreación		CAUSAS:								
		Turismo de aventura		5.1 PATRIMONIO (Atractivos naturales)								
		fotografía		Nombre: Zoo-Criadero								
		ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)		Fecha de declaración: Categoría: 6								
		6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO										
		ALTERADO <input type="checkbox"/> NO ALTERADO <input checked="" type="checkbox"/> EN PROCESO <input type="checkbox"/>										
		DETERIORADO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input type="checkbox"/> DE DETERIORO <input type="checkbox"/>		CAUSAS:								
7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO												
APOYO	TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VIAS	TRANSPORTE	FRECUENCIAS			TEMPORALIDAD DE ACCESO				
					DÍA	SEMANAL	MENSUAL	EVENTUAL	DÍAS AL AÑO			
			B	R	M							
	TERR ESTR E	ASFAL TADO	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	BUS		<input checked="" type="checkbox"/>			365	
		LASTR ADO	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	AUTOMÓV IL		<input checked="" type="checkbox"/>				
		EMPE DADO	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	4X4		<input type="checkbox"/>			DÍAS AL MES	
		SENDE RO	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	TREN		<input type="checkbox"/>			Cultura les	01 enero 31 dicie mbre
	ACUÁTICO	MARÍTI MO	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	BARCO		<input type="checkbox"/>			Natural es	
			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	BOTE		<input type="checkbox"/>			HORAS AL DÍA	
		FLUVI AL	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	CANOA		<input type="checkbox"/>			Culturales	09:0 0
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	OTROS		<input type="checkbox"/>				17:0 0	
	AÉREO	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	AVIÒN		<input type="checkbox"/>				09:0	

Continúa...

...Continuación

					VIONETA					Naturales	0		
					HELICOP TERO						17:0 0		
APOYO	RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS: NOMBRE DE LA RUTA: Petrolera Shushufindi DESDE: Shushufindi HASTA: San Roque FRECUENCIA: Lunes a Domingo (06:00 A.M. a 07:00 P.M.) DISTANCIA: 14 km. PRECIO: ¢ 0.75												
	8. INFRAESTRUCTURA BÁSICA												
	AGUA POTABLE <input type="checkbox"/> ENTUBADA TRATADA <input type="checkbox"/> DE POZO <input checked="" type="checkbox"/> NO EXISTE <input type="checkbox"/> OTROS <input type="checkbox"/>												
	ENERGÍA ELÉCTRICA												
	SISTEMA INTERCONECTADO <input checked="" type="checkbox"/> GENERADOR <input type="checkbox"/> NO EXISTE <input type="checkbox"/> OTROS <input type="checkbox"/>												
	ALCANTARILLADO												
	RED PUBLICA <input type="checkbox"/> POZO CIEGO <input type="checkbox"/> POZO SÉPTICO <input checked="" type="checkbox"/> NO EXISTE <input type="checkbox"/> OTROS <input type="checkbox"/>												
	PRECIOS												
	SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> ENTRADA LIBRE <input type="checkbox"/> OTROS <input type="checkbox"/>												
	RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS: NOMBRE DE LA RUTA: Petrolera Shushufindi DESDE: Shushufindi HASTA: San Roque FRECUENCIA: Lunes a Domingo (06:00 A.M. a 07:00 P.M.) DISTANCIA: 14 km. PRECIO: ¢ 0.75												
8.1 RESUMEN DE INVENTARIOS DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS													
Nombre del atractivo		Calidad		Ent.	Consr	Accs.	Serv.	Significado				SUM	JER
		Int.	Ext.					L	P	N	I		
C.T.C. UMAWA		14	15	7	8	7	8			6		65	III
Observaciones:													
9. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS													
NOMBRES:						DISTANCIA:							
10. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO													
LOCAL				X		Certifico que los datos constantes en estas hojas son verídicos							
PROVINCIAL				X									
NACIONAL				X									
INTERNACIONAL				X									
OTROS													
11 ANEXOS											FIRMA: SUPERVISOR EVALUADOR		
Resultados													
CALIDAD													

Elaborado por: La autora

FICHA N° 7: Orquideario

C. REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS NATURALES



FICHA PARA INVENTARIOS DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS
MINISTERIO DE TURISMO



1. DATOS GENERALES	
ENCUESTADORA: Matilde Esther Guadalupe Rodríguez	FICHA N° AN0007
SUPERVISOR EVALUADOR: UNL	
NOMBRE DEL ATRACTIVO: Orquideario	
PROPIETARIOS: Hermanos Olivo	
CATEGORÍA: Atractivo Natural	TIPO: Natural SUBTIPO: Plantas
2. UBICACIÓN LONGITUD (UTM): 76°53'14" LATITUD (UTM):	
PROVINCIA: Sucumbíos CANTÓN: Shushufindi PARROQUIA: San Roque	
DIRECCIÓN: Centro Turístico Comunitario "UMAWA"	
3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO	
NOMBRE DEL POBLADO: San Roque	DISTANCIA (Km.): 3km
NOMBRE DEL POBLADO: La Victoria	DISTANCIA (Km.): 8km.
ALTURA: (m.s.n.m):1.744msnm TEMPERATURA (°C): 36° PRECIPITACIÓN PLUVIOMÉTRICA (mm3): 0-500	
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO	
CALIDAD VALOR INTRÍNSECO	
	<p>Orquídea silvestre. Descripción de la fotografía: En la foto miramos una clase de orquídea silvestre, la misma se reproduce en los árboles, en descomposición o en los que aún se encuentran con vida. Cuando florecen le proporcionan una belleza indescriptible al centro turístico, su tamaño de 50 a 70 cm. Cuando florecen sus flores son de color amarillo y otras medio lilas.</p>
<p>UBICACIÓN.-Se las encuentran sobre los árboles de todo el centro turístico en especial en los que están caídos y en descomposición. ESTADO DE CONSERVACIÓN.-Son plantas que no tienen la intervención</p>	

Continúa...

...Continuación

		<p>del hombre se encuentran en su hábitat natural. FUNCIONALIDAD.- Dar realce a éste centro y los que visitan el mismo puedan disfrutar de su belleza incalculable. ORIGEN.- Se reproducen en los árboles que se encuentran en el lugar, desde hace mucho tiempo atrás, como se menciona es una manifestación natural las mismas que sirven para dar realce a éste centro turístico. ¿Porque no las vemos con facilidad en nuestros paseos por los bosques nativos? Las orquídeas sí están, pero nos falta el conocimiento y entrenamiento para verlas. Están en todas partes donde la naturaleza no haya sido talada y quemada. DISTRIBUCIÓN.- no se distribuyen ya que está prohibida su venta y comercialización. SEMBRÍO: No interviene la mano del hombre se da en forma natural como se mencionó anteriormente. ÁREA DE INFLUENCIA: Se encuentra dentro en el C.T.C.U., En general sobre los árboles ya existente.</p>	
CALIDAD	VALOR EXTRÍNSECO	4.1 USOS (SIMBOLISMO)	5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO
		Turismo ecológico	ALTERADO <input type="checkbox"/> NO ALTERADO <input type="checkbox"/> EN PROCESO <input type="checkbox"/> DETERIORADO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input checked="" type="checkbox"/> DE DETERIORO <input type="checkbox"/> CAUSAS: 5.1 PATRIMONIO (Atractivos naturales) Nombre: Piscina de Peces Fecha de declaración: Categoría:
		Educación ambiental	
		Recreación	
		Turismo de aventura	
		fotografía	
		ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)	6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO
	ALTERADO <input type="checkbox"/> NO ALTERADO <input checked="" type="checkbox"/> EN PROCESO <input type="checkbox"/> DETERIORADO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input type="checkbox"/> DE DETERIORO <input type="checkbox"/> CAUSAS:		

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO

APOYO	TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VIAS			TRANSPORTE	FRECUENCIAS				TEMPORALIDAD DE ACCESO	
							DIA	SEMANAL	MENSUAL	EVENTUAL	DÍAS AL AÑO	
			B	R	M							
TERRESTRE	ASFALTADO	LASTRADO	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	BUS	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	365	
						AUTOMÓVIL						
						4X4					DÍAS AL MES	
						TREN					Culturales	01 enero 31 diciembre
ACUÁTICO	MARÍTIMO				BARCO					Naturales		

Continúa...

...Continuación

	IMO				BOTE					HORAS AL DÍA	
	FLUVI AL				CANOA					Culturales	09:00
				OTROS					17:00		
AÈREO					AVIÒN					Naturales	09:00
					AVIONET A						17:00
					HELICOP TERO						
Observaciones:											

APOYO	8. INFRAESTRUCTURA BÁSICA																																									
	AGUA																																									
	POTABLE <input type="checkbox"/> ENTUBADA TRATADA <input type="checkbox"/> DE POZO <input checked="" type="checkbox"/> NO EXISTE <input type="checkbox"/> OTROS <input type="checkbox"/>																																									
	ENERGÍA ELÉCTRICA																																									
	SISTEMA INTERCONECTADO <input checked="" type="checkbox"/> GENERADOR <input type="checkbox"/> NO EXISTE <input type="checkbox"/> OTROS <input type="checkbox"/>																																									
	ALCANTARILLADO																																									
	RED PUBLICA <input type="checkbox"/> POZO CIEGO <input type="checkbox"/> POZO SÉPTICO <input checked="" type="checkbox"/> NO EXISTE <input type="checkbox"/> OTROS <input type="checkbox"/>																																									
	PRECIOS																																									
	SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> ENTRADA LIBRE <input type="checkbox"/> OTROS <input type="checkbox"/>																																									
	RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS:																																									
NOMBRE DE LA RUTA: Petrolera Shushufindi																																										
DESDE: Shushufindi HASTA: San Roque FRECUENCIA: Lunes a Domingo (06:00 A.M. a 07:00 P.M.)																																										
DISTANCIA: 14 km. PRECIO: ¢ 0.75																																										
8.1 RESUMEN DE INVENTARIOS DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																																										
<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Nombre del atractivo</th> <th colspan="2">Calidad</th> <th rowspan="2">Ent.</th> <th rowspan="2">Consr</th> <th rowspan="2">Accs.</th> <th rowspan="2">Serv.</th> <th colspan="4">Significado</th> <th rowspan="2">SUM</th> <th rowspan="2">JER</th> </tr> <tr> <th>Int.</th> <th>Ext.</th> <th>L</th> <th>P</th> <th>N</th> <th>I</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>C.T.C. UMAWA</td> <td>13</td> <td>12</td> <td>6</td> <td>8</td> <td>7</td> <td>9</td> <td></td> <td></td> <td>6</td> <td></td> <td>61</td> <td>II</td> </tr> </tbody> </table>											Nombre del atractivo	Calidad		Ent.	Consr	Accs.	Serv.	Significado				SUM	JER	Int.	Ext.	L	P	N	I	C.T.C. UMAWA	13	12	6	8	7	9			6		61	II
Nombre del atractivo	Calidad		Ent.	Consr	Accs.	Serv.	Significado					SUM	JER																													
	Int.	Ext.					L	P	N	I																																
C.T.C. UMAWA	13	12	6	8	7	9			6		61	II																														
Observaciones:																																										
9. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS																																										
NOMBRES: DISTANCIA:																																										
10. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO																																										
LOCAL			X		Certifico que los datos constantes en estas hojas son verídicos																																					
PROVINCIAL			X																																							
NACIONAL			X																																							
INTERNACIONAL			X																																							
OTROS																																										
FIRMA: SUPERVISOR EVALUADOR																																										
11 ANEXOS																																										
Resultados																																										
CALIDAD																																										

Elaborado por: La autora

FICHA N° 8: Cancha deportiva

 GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR		 CÓDIGO	
INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIAL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE INVENTARIO A3 USOS SOCIALES, RITUALES Y ACTOS FESTIVOS		IM-21-01-50-001-16-000008	
23. DATOS DE LOCALIZACIÓN			
Provincia: Sucumbíos		Cantón: Shushufindi	
Parroquia: San Roque		Rural <input checked="" type="checkbox"/>	
Localidad: San Roque			
Coordenadas WGS84 Z17S-UTM: X (Este) E 27°63'71" Y (Norte) N 99°62'34" Z (Altitud) 260 msnm			
24. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL			
			
<p>Descripción de la fotografía: Cancha deportiva de indor futbol con una aproximación de 25 de ancho por 50 de largo la cual está cubierta de césped natural, alrededor de la misma se encuentran sembrado árboles de pomarrosa para que les den sombra a quienes van por disfrutar de la distracción del indor futbol. En el centro turístico el área recreacional es muy limitada ya que solo posee una cancha para indor futbol y otra de vóley bol. En el área Recreacional para los más pequeños existe columpios hechos con sogas y tablas.</p>			
Código fotográfico: IM-21-03-54-003-15-000007_5 JPG			
25. DATOS DE IDENTIFICACIÓN			
Denominación		Otra (s) denominación (es)	
Deportiva		D1	N/A
Grupo social		Otra (s) denominación (es)	
Manifestación Cultural		L1	N/A

Continúa...

...Continuación

Breve reseña				
Se realiza ésta cancha deportiva ante la necesidad de que en éste centro existiera otro lugar de distracción para quienes les gusta del deporte, la idea surgió de los estudiantes que iban al lugar a realizar sus pasantías y de los hijos del propietario.				
26. DESCRIPCIÓN				
Origen				
La idea se origina por parte de los hijos del dueño y de los pasantes del lugar realizando al principio un lugar rudimentario que consistía en un arco construido de caña guadua, luego ante las necesidades se le implementa con malla y tubos para poder practicar mejor el deporte.				
Fecha o período		Detalle de la periodicidad		
	Anual	Lo realizan en forma continua ya que es un medio de distracción diaria para la comunidad.		
	Continua			
	Ocasional			
Alcance		Detalle del alcance		
	Local	Es una manifestación natural que es conocida a nivel regional e internacional		
	Provincial			
	Regional			
	Nacional			
	Internacional			
Preparativos		Detalle de actividades		
P 1				
Descripción de la manifestación				
N/A				
Elementos significativos				
Nombre	Tipo	Detalle del elemento		
E 1				
Estructura organizativa				
Nombre	Tipo	Detalle de la estructura		
O 1				
27. PORTADORES/SOPORTES				
Tipo	Nombre	Cargo, función o actividad	Dirección	Localidad
Procedencia del saber		Detalle de la procedencia		
	Padres-hijos			
	Maestro-aprendiz			
Transmisión del saber		Detalle de la transmisión		
	Padres-hijos			
	Maestro-aprendiz			
	Centro capacitación			
28. VALORACIÓN				
Importancia para la comunidad				

Continúa...

...Continuación

Es de mucha importancia ya que en ella pueden realizar deportes y tener una distracción sana. Y no dejarse llevar por los malos hábitos. Como también es un medio que sirve para realizar venta de refrescos los mismos que ayudan económicamente a los que viven en su alrededor. Una cancha deportiva da vida al lugar ya que en ella se practica el indor futbol y el volibol.

Sensibilidad al cambio	
Alta	
Media	
Baja	

29. INTERLOCUTORES

Apellidos y nombres	Dirección	Teléfono	Sexo	Edad

30. ELEMENTOS RELACIONADOS

Ámbito	Sub ámbito	Detalle del sub ámbito	Código/Nombre

31. ANEXOS

Textos	Fotografías	Videos	Audio

32. OBSERVACIONES

Observaciones:

33. DATOS DE CONTROL

Entidad investigadora: Universidad Nacional de Loja	
Inventariado por: Matilde Esther Guadalupe Rodríguez	Fecha de inventario: 27/04/2016
Revisado por: Ing. Washington Villacís	Fecha de revisión:
Aprobado por: Ing. Washington Villacís	Fecha aprobación:
Registro fotográfico: Matilde Esther Guadalupe	

Elaborado por: La autora

FICHA N° 9: Comedor del Centro Turístico

 GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR		 CÓDIGO	
INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIAL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE INVENTARIO A3 USOS SOCIALES, RITUALES Y ACTOS FESTIVOS		IM-21-01-50-001-16-000009	
34. DATOS DE LOCALIZACIÓN			
Provincia: Sucumbíos		Cantón: Shushufindi	
Parroquia: San Roque		Urbana <input checked="" type="checkbox"/> Rural <input type="checkbox"/>	
Localidad: San Roque			
Coordenadas WGS84 Z17S-UTM: X (Este) E 27°63'71" Y (Norte) N 99°62'34" Z (Altitud) 260 msnm			
35. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL			
			
Casa recepción comedor Descripción de la fotografía: Casa comedor en donde los que visitan el lugar pueden realizar reuniones sociales o simplemente servirse los alimentos que oferta el lugar. Esta casa está construida de madera existente en el mismo centro sus pilares de pambil tapada con paja toquilla muy amplia y cómoda, en la parte de abajo si usted desea descansar guinda una hamaca y lo hace cómodamente acompañado con el trinar de las aves, y el cantar de las cigarras.			
Código fotográfico: IM-21-03-54-003-15-000009_5 JPG			
36. DATOS DE IDENTIFICACIÓN			
Denominación		Otra (s) denominación (es)	
Comedor		D1 N/A	
Grupo social		Otra (s) denominación (es)	
Manifestación cultural		L1 N/A	

Continúa...

...Continuación

Breve reseña				
En la antigüedad los antepasados construían sus viviendas en forma de choza y su piso era de tierra para dormir guindaban hamacas que ellos mismos construían, se dedicaban al cultivo de ciclo corto como son el maíz, la yuca, con la evolución se fueron civilizándose y sus construcciones fueron cambiando, utilizando la madera, zinc, entre otros. Se construye ésta vivienda con el fin de brindar mejor atención a los turistas que visitan el centro, para que los mismos puedan servirse los alimentos en un lugar muy acogedor y fresco, al tiempo que disfrutan de sus alimentos pueden distraerse mirando la naturaleza y la fauna. Si el turista desea realizar un evento privado puede realizar su solicitud al dueño				
37. DESCRIPCIÓN				
Origen				
La idea se origina por parte del dueño, al principio era una construcción de paja toquilla y caña luego construyeron con madera extraída del mismo sitio sin repercutir con el medio ambiente realizándole más amplia y con capacidad para 30 turistas.				
Fecha o período		Detalle de la periodicidad		
	Anual			
	Continua			
	Ocasional			
Alcance		Detalle del alcance		
	Local	Es una manifestación cultural que es conocida a nivel regional e internacional		
	Provincial			
	Regional			
	Nacional			
	Internacional			
Preparativos		Detalle de actividades		
P 1				
Descripción de la manifestación				
N/A				
Elementos significativos				
Nombre	Tipo	Detalle del elemento		
E 1				
Estructura organizativa				
Nombre	Tipo	Detalle de la estructura		
O 1				
38. PORTADORES/SOPORTES				
Tipo	Nombre	Cargo, función o actividad	Dirección	Localidad
Procedencia del saber		Detalle de la procedencia		
	Padres-hijos	Es una herencia que les dejan sus padres a los hijos que son tres hermanos quienes en la actualidad administran el lugar.		
	Maestro-aprendiz			
Transmisión del saber		Detalle de la transmisión		
	Padres-hijos	Herencia por parte de los señores Olivo para sus hijos, para que ellos sigan con la idea que surgió de ellos.		
	Maestro-aprendiz			
	Centro capacitación			

Continúa...

...Continuación

39. VALORACIÓN				
Importancia para la comunidad				
Es de suma importancia ya que cuando hay demanda les da oportunidad de trabajo para los comuneros del lugar.				
Sensibilidad al cambio				
	Alta			
	Media			
	Baja			
40. INTERLOCUTORES				
Apellidos y nombres	Dirección	Teléfono	Sexo	Edad
41. ELEMENTOS RELACIONADOS				
Ámbito	Sub ámbito	Detalle del sub ámbito	Código/Nombre	
42. ANEXOS				
Textos	Fotografías	Videos	Audio	
Observaciones:				
43. OBSERVACIONES				
44. DATOS DE CONTROL				
Entidad investigadora: Universidad Nacional de Loja				
Inventariado por: Matilde Esther Guadalupe		Fecha de inventario: 27/04/2016		
Revisado por: Ing. Washington Villacís		Fecha de revisión:		
Aprobado por: Ing. Washington Villacís		Fecha aprobación:		
Registro fotográfico: Matilde Esther Guadalupe				

Elaborado por: La autora


FICHA N° 10: Avistamiento de AVES

D. REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS NATURALES



**FICHA PARA INVENTARIOS DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS
MINISTERIO DE TURISMO**



<p>1. DATOS GENERALES</p> <p>ENCUESTADORA: Matilde Esther Guadalupe Rodríguez FICHA N° AN011 SUPERVISOR EVALUADOR: UNL NOMBRE DEL ATRACTIVO: Avistamiento de Aves PROPIETARIOS: Hermanos Olivo CATEGORÍA: Atractivo Natural TIPO: Natural SUBTIPO: Aves</p>	
<p>2. UBICACIÓN LONGITUD (UTM): 76°53'14'' LATITUD (UTM): PROVINCIA: Sucumbíos CANTÓN: Shushufindi PARROQUIA: San Roque DIRECCIÓN: Centro Turístico Comunitario "UMAWA"</p>	
<p>3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO</p> <p>NOMBRE DEL POBLADO: San Roque DISTANCIA (Km.): 3km NOMBRE DEL POBLADO: La Victoria DISTANCIA (Km.): 8km.</p>	
<p>CALIDAD</p>	<p>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</p> <div style="text-align: center;">  </div> <p>Descripción de la fotografía: En la foto se mira una lora papagaya en una rama de los, son de color amarillo con verde miden aproximadamente 50 cm. Se reproducen por medio de huevos sus hijos son encubados por el lapso de 12 a 32 días, su alimentación es variada a base de semillas, frutas y en algunos casos insectos. Su unión de pareja es de por vida (monogamia). Se las puede mirar en la mañana o a partir de las 5 de la tarde. En el Centro turístico UMAWA existe una variedad de aves que se las puede observar como son los azulejos, las Chavelita, loras, pericos, entre otros.</p> <p>ALTURA: (m.s.n.m):1.744msnm TEMPERATURA (°C): 36° PRECIPITACIÓN PLUVIOMÉTRICA (mm3): 0-500</p>

Continúa...

...Continuación

		<p>UBICACIÓN. -Se las encuentran sobre los árboles de todo el centro turístico, allí construyen sus nidos, y encuban hasta cuatro polluelos</p> <p>ESTADO DE CONSERVACIÓN.-Son aves que se encuentran en su hábitat natural.</p> <p>FUNCIONALIDAD.- Dar realce a éste centro y los que visitan el mismo puedan disfrutar de su belleza incalculable.</p> <p>ORIGEN.-</p> <p>ÁREA DE INFLUENCIA: Se encuentra dentro en el C.T.C.U., En general sobre los árboles</p>								
CALIDAD	VALOR EXTRÍNSECO	4.1 USOS (SIMBOLISMO)	5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO							
		Turismo ecológico	ALTERADO <input type="checkbox"/> NO ALTERADO <input type="checkbox"/> EN PROCESO <input type="checkbox"/> DETERIORADO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input checked="" type="checkbox"/> DE DETERIORO <input type="checkbox"/> CAUSAS: 5.1 PATRIMONIO (Atractivos naturales) Nombre: Piscina de Peces Fecha de declaración: Categoría:							
		Educación ambiental								
		Recreación								
		Turismo de aventura								
		fotografía								
		ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)								
	6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO									
	ALTERADO <input type="checkbox"/> NO ALTERADO <input checked="" type="checkbox"/> EN PROCESO <input type="checkbox"/> DETERIORADO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input type="checkbox"/> DE DETERIORO CAUSAS:									
7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO										
APOYO	TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VIAS	TRANSPORTE	FRECUENCIAS				TEMPORALIDAD DE ACCESO	
					DÍA	SEMANAL	MENSUAL	EVENTUAL	DÍAS AL AÑO	
			B R M							
	TERRESTRE	ASFALTADO	<input checked="" type="checkbox"/>			BUS	<input checked="" type="checkbox"/>			365
		LASTRADO	<input checked="" type="checkbox"/>			AUTOMÓVIL	<input checked="" type="checkbox"/>			
		EMPEDRADO				4X4				
		SENDERO				TREN				DÍAS AL MES
										Culturales
										01 enero
										31 diciembre
										Naturales
	ACUÁTICO	MARÍTIMO				BARCO				
						BOTE				
		FLUVIAL				CANOA				
						OTROS				
AÈREO					AVIÓN					
					AVIONETA					
					HELICOPTERO					
Observaciones:										

Continúa...

FICHA N° 11: Artesanías y Artes

 <p>GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR</p> <p>INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL</p> <p>DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIAL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL</p> <p>FICHA DE INVENTARIO A3 USOS SOCIALES, RITUALES Y ACTOS FESTIVOS</p>	<p>CÓDIGO Instituto Nacional de Patrimonio Cultural</p> <p>IM-21-01-50-001-16-0000012</p>
<p>1. DATOS DE LOCALIZACIÓN</p>	
<p>Provincia: Sucumbíos Cantón: Shushufindi</p>	
<p>Parroquia: San Roque Urbana <input checked="" type="checkbox"/> Rural <input type="checkbox"/></p>	
<p>Localidad: San Roque</p>	
<p>Coordenadas WGS84 Z17S-UTM: X (Este) E 27°63'71" Y (Norte) N 99°62'34" Z (Altitud) 260 msnm</p>	
<p>2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL</p>	
	
<p>Artesanías</p>	
<p>Descripción de la fotografía: En la elaboración de las artesanías para éste Centro se ocupa el señor Guido Olivo conjuntamente con los comuneros del lugar, utilizando material que se da en el zona como son las taguas, Sampedro, achiras, ojos de llama y los hilos que son comprados.</p> <p>Se realiza una variedad de artesanías como son collares, manillas, aretes, usando la toquilla realizan sombreros, faldas adornadas con taguas, blusas, de igual forma con semillas de tagua, las cuales son utilizadas para alquilar para las presentaciones de las “SUMAG WARMI” que traducido al castellano quiere decir mujer bonita. De ésta manera se pretende mejorar en forma equitativa las condiciones socio-económicas de ésta comunidad y contribuir al rescate y a la valorización del Patrimonio cultural de la nacionalidad Umawa.</p>	
<p>Código fotográfico: IM-21-03-54-003-15-0000012_1 JPG</p>	

Continúa...

...Continuación

3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN				
Denominación		Otra (s) denominación (es)		
Artesanías		D1	N/A	
Grupo social		Otra (s) denominación (es)		
Manifestación cultural		L1	N/A	
		L2		
Breve reseña				
<p>Como era costumbre de los antepasados de ésta comunidad adornarse Es un tipo de arte en el que se trabaja fundamentalmente con las manos, realizando diversos objetos con fines comerciales o meramente artísticos o creativos. Una de las características fundamentales de este trabajo es que se desarrolla con poca o nula intervención de máquinas o de procesos automatizados. Esto convierte a cada obra artesanal en un objeto único e incomparable, lo que le da un carácter sumamente especial. En épocas pasadas se realizaba los collares con plumas de aves, dientes, huesos de animales que cazaban, sus trajes eran confeccionados a base de la corteza de los árboles pintada de colores y adornados con semillas que se daban en la zona</p>				
4. DESCRIPCIÓN				
Origen				
Fecha o período		Detalle de la periodicidad		
	Anual			
	Continua			
	Ocasional			
Alcance		Detalle del alcance		
	Local	Es una manifestación natural que es conocida a nivel regional e internacional		
	Provincial			
	Regional			
	Nacional			
	Internacional			
Preparativos		Detalle de actividades		
P 1				
Descripción de la manifestación				
N/A				
Elementos significativos				
Nombre		Tipo	Detalle del elemento	
E I				
Estructura organizativa				
Nombre		Tipo	Detalle de la estructura	
O I				
5. PORTADORES/SOPORTES				
Tipo	Nombre	Cargo, función o actividad	Dirección	Localidad
Procedencia del	Detalle de la procedencia			

Continúa...

...Continuación

saber				
	Padres-hijos	Se cree que llegaron del río Aguarico que queda muy cerca del lugar.		
	Maestro-aprendiz			
Transmisión del saber		Detalle de la transmisión		
	Padres-hijos			
	Maestro-aprendiz			
	Centro capacitación			
6. VALORACIÓN				
Importancia para la comunidad				
Es de mucha importancia, ya que sirven como distracción y pueden visitar y pasar un rato ameno en familia en el C.T.C.U.				
Sensibilidad al cambio				
	Alta			
	Media			
	Baja			
7. INTERLOCUTORES				
Apellidos y nombres	Dirección	Teléfono	Sexo	Edad
8. ELEMENTOS RELACIONADOS				
Ámbito	Sub ámbito	Detalle del sub ámbito	Código/Nombre	
9. ANEXOS				
Textos	Fotografías	Videos	Audio	
10. OBSERVACIONES				
11. DATOS DE CONTROL				
Entidad investigadora: Universidad Nacional de Loja				
Inventariado por: Matilde Esther Guadalupe Rodríguez		Fecha de inventario: 27/04/2016		
Revisado por: Ing. Washington Villacís		Fecha de revisión:		
Aprobado por: Ing. Washington Villacís		Fecha aprobación:		
Registro fotográfico: Matilde Esther Guadalupe				

Elaborado por: La autora

Anexo 5. Fotografías

Foto 1.



Casas de Hospedaje del Centro Comunitario “UMAWA”

Foto 2.



Entrada al Centro Turístico

Foto 3.



Boa En el CentroTurístico

Foto 4. Caimán del Centro Turístico con uno de los propietarios



Caimán del Centro Turístico con uno de los propietarios.

Foto 5.



Área de recreación

Foto 6.



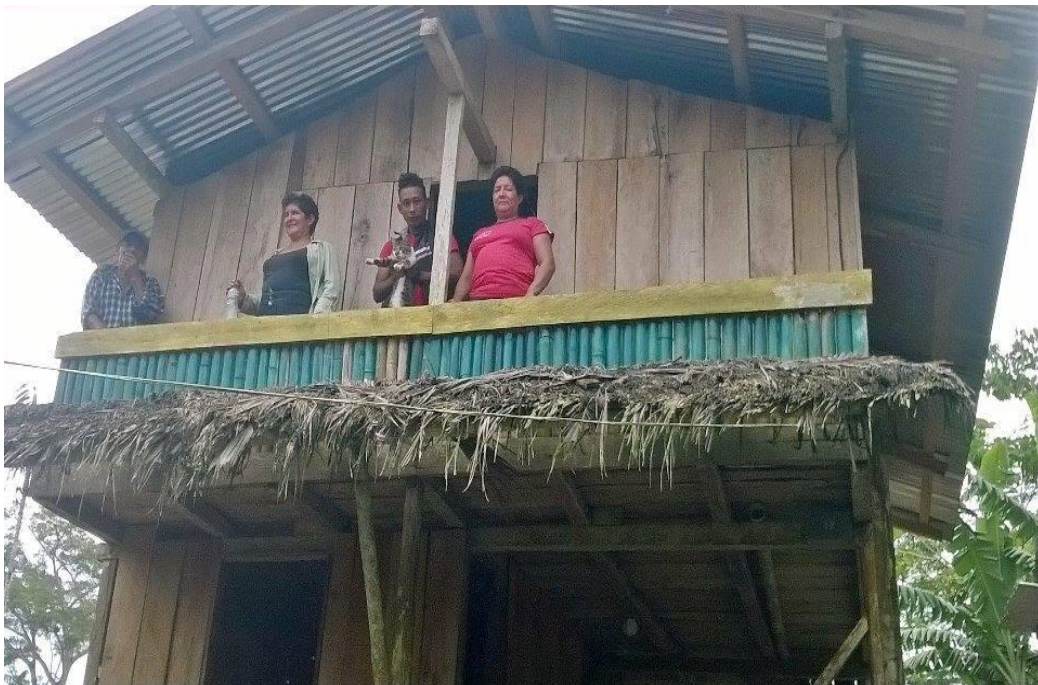
Flora representativa del Centro Turístico UMAWA

Foto 7.



Artesanías elaboradas por el propietario

Foto 8.



Balcón de la casa de hospedaje