



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

FACULTAD JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA

“Propuesta de una ruta turística fluvial sobre el Río Zamora en el cantón Yantzaza, provincia de Zamora Chinchipe”

Tesis previa la obtención del título de Ingeniero en Administración Turística.

AUTOR:

Bryan Gonzalo Herrera Flores

DIRECTOR DE TESIS:

Ing. Alex Javier Quito Ramón Mg. Sc

Loja – Ecuador

2022

1859

Certificación

Ingeniero.

Alex Javier Quito Ramón Mg. Sc.,

**DOCENTE DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA DE LA
UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA Y DIRECTOR DE TESIS**

C E R T I F I C A :

Que el presente trabajo de tesis titulado **PROPUESTA DE UNA RUTA TURÍSTICA FLUVIAL SOBRE EL RÍO ZAMORA EN EL CANTON YANTZAZA, PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE**, de la autoría del Sr. Bryan Gonzalo Herrera Flores, se ha realizado bajo mi dirección, en forma prolija, tanto en su forma como en su contenido, de conformidad con los requerimientos institucionales y luego de haber sido revisado autorizo su presentación ante el tribunal respectivo previo a optar por el grado de Ingeniero en Administración Turística.

Loja, marzo del 2022

**ALEX
JAVIER
QUITO
RAMON**

Firmado digitalmente por ALEX
JAVIER QUITO RAMON
DN: cn=ALEX JAVIER QUITO
RAMON o=EC o=SECURITY DATA
S.A. 1 ou=ENTIDAD DE
CERTIFICACION DE
INFORMACION
Motivo: Soy el autor de este
documento
Ubicación:
Fecha: 2022-03-14 09:05:05:00

Ing. Alex Javier Quito Ramón Mg. Sc.

DIRECTOR DE TESIS

Autoría

Yo, Bryan Gonzalo Herrera Flores, declaro ser autor 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.

Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja, la publicación de mi tesis en el Repositorio Institucional-Biblioteca Virtual.

Autor: Bryan Gonzalo Herrera Flores

Firma:

Cédula: 1900495860

Fecha: Loja, 18 de marzo de 2022

Carta de autorización de tesis por parte del autor, para la consulta, reproducción parcial o total, y publicación electrónica del texto completo.

Yo, Bryan Gonzalo Herrera Flores, declaro ser el autor de la tesis titulada: **PROPUESTA DE UNA RUTA TURÍSTICA FLUVIAL SOBRE EL RÍO ZAMORA EN EL CANTON YANTZAZA, PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE**, como requisito para obtener el grado de: Ingeniero en Administración Turística, autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos, publique la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido en el repositorio digital institucional.

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

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

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los 18 días del mes marzo de dos mil veintidós, firma el autor.

Autor: Bryan Gonzalo Herrera Flores

Firma:

C.I: 1900495860

Dirección: Yantzaza, calle Girasoles y Río Amazonas

Correo electrónico: bryan.herrera@unl.edu.ec

Teléfono: 0939253057

DATOS COMPLEMENTARIOS

DIRECTOR DE TESIS: Ing. Alex Javier Quito Ramón Mg. Sc.

TRIBUNAL DE GRADO:

Ing. Rubén Darío Román Aguirre Mg. Sc.

Ing. Maruxi Yadira Loarte Tene Mg. Sc.

PhD. Carlos Leonel Escudero Sánchez

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

Dedicatoria

El presente trabajo de investigación se lo dedico de todo corazón a mis padres Gonzalo Herrera y Carmen Flores ya que son quienes me han dado todo su apoyo incondicional a lo largo de mi vida para lograr mis metas, ellos han sido el pilar fundamental y mi motivación en cada momento enseñándome desde muy temprana edad valores y principios que han sido fundamentales para forjarme como la persona que soy en la actualidad.

De la misma manera a mis hermanos Carolina y Adrián, a mis familiares y amigos que de alguna manera con su apoyo y cariño estuvieron presentes cuando los necesitaba para seguir adelante en el transcurso de cada año de mi carrera universitaria.

Bryan Herrera

Agradecimiento

Mi gratitud eterna a la Universidad Nacional de Loja y la carrera de Administración Turística, a los docentes y personal en general que han aportado en mi formación en esta etapa universitaria.

De la misma manera especial a mi director de tesis al Ing. Alex Javier Quito Ramón por brindarme su apoyo y por haberme sabido guiar de manera acertada durante todo el desarrollo de mi presente tesis.

Finalmente, agradezco a la Unidad de turismo del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Yantzaza por brindarme ayuda e información muy valiosa que me permitió realizar mi trabajo de investigación.

Bryan Herrera

1. Título

“Propuesta de una ruta turística fluvial sobre el río Zamora en el cantón Yantzaza, provincia de Zamora Chinchipe”

2. Resumen

La riqueza natural y cultural que posee el Ecuador lo convierte en un destino con gran potencial turístico, todas sus regiones poseen características únicas, haciéndolo apto para el desarrollo turístico, al punto en que se ha convertido en un pilar fundamental en el crecimiento económico del país. Al sur del Ecuador se localiza el cantón Yantzaza, el mismo que cuenta con una riqueza natural y cultural, además de su belleza paisajística por la presencia de diversos escenarios como bosques húmedos, ríos, zonas montañosas, cascadas y lagunas, que permiten el desarrollo de actividades turísticas o deportes de aventura. Privilegiado por la presencia del río Zamora, en el cual se pretende proponer la creación de la ruta turística fluvial.

El presente trabajo tiene como objetivo general: Crear una propuesta de una ruta turística fluvial sobre el Río Zamora en el cantón Yantzaza, provincia de Zamora Chinchipe, de la misma manera se estableció tres objetivos específicos: el primero es diagnosticar la situación del turismo en las zonas aledañas al Río Zamora en el cantón Yantzaza, provincia de Zamora Chinchipe para la creación de una ruta turística fluvial, el segundo objetivo fue diseñar una ruta turística fluvial sobre el río Zamora en el cantón Yantzaza, provincia de Zamora Chinchipe y el tercer objetivo fue plantear estrategias de promoción para la ruta turística fluvial sobre el río Zamora en el cantón Yantzaza, provincia de Zamora Chinchipe.

Se utilizó la siguiente metodología, en el primer objetivo se analizó la oferta y demanda existente en el cantón a través de las fichas técnicas del MINTUR (2018), el catastro establecimientos turísticos del MINTUR (2020), encuestas, entrevistas y la realización de la matriz FODA, lo que permitió conocer la situación turística del cantón Yantzaza, evidenciando que, si existe una planta turística que permite al turista disfrutar de su estancia en el cantón y que se encuentra debidamente registrada en el catastro de establecimientos turísticos, por otro lado, el análisis de la demanda se estableció mediante las encuestas, las mismas que determinaron que nuestro público objetivo se encuentra entre las edades de 19 a 38 años y a todo público en general que pueda hacer uso del mismo, también se realizó entrevistas a diferentes actores públicos y privados que incursionan en la actividad turística del cantón con la finalidad de conocer si existe apoyo en los diferentes proyectos turísticos para el cantón y el apoyo que estos brindarían a la misma, demostrando el desinterés por parte de sector público, mientras que el sector privado mostro interés siempre y cuando haya el apoyo del GAD cantonal. Una vez generada esta información se procedió a armar la matriz FODA estableciendo las estrategias empleadas en el segundo y tercer objetivo.

Teniendo en cuenta los resultados obtenidos en el primer objetivo se procedió a diseñar de la ruta turística fluvial como parte del segundo objetivo donde se estableció el producto “Ruta Turística fluvial Yantzaza” integrando todos los servicios que requiere el turista y el costo del producto, a su vez se propone señalética turística para la realización del recorrido en la ruta fluvial, principalmente se diseñó pictogramas para atractivos naturales y culturales, de servicio de apoyo y señalética de aproximación, la cual generará mayor confianza y seguridad al público objetivo durante su visita tal como lo indica el Manual de Señalización Turística del Ecuador (2010).

Finalmente, en el tercer objetivo se propuso estrategias de promoción para dar a conocer la ruta turística fluvial en el Río Zamora las mismas que pretenden generar un mayor alcance de turistas que adquieran el producto creado, empleando principalmente las redes sociales como Facebook e Instagram donde se subirá contenido audiovisual del producto turístico, de la misma manera la elaboración de souvenirs como las camisetas y llaveros para aquellos turistas que lo adquieran, otra de las estrategias propuestas es la creación de folletos turísticos con información detallada de todo lo que compone el recorrido y con el fin de lograr captar mayor demanda se creará contenido para compartirlo en la “Aplicación oficial de la Unidad de Turismo del GAD Municipal de Yantzaza” y en la página web oficial del GADM de Yantzaza, dichas estrategias favorecerán la promoción del producto y su adquisición.

Para concluir, el estudio realizado fomentará el desarrollo turístico del cantón Yantzaza utilizando nuevos escenarios como es el río Zamora al mismo tiempo permitirá la generación de recursos económicos para la comunidad, aprovechando que cuenta con una buena planta turística y una demanda ya determinada, sin embargo, aún queda por realizar mejoras en el cantón principalmente en la señalética, siendo posible llevar a cabo el presente estudio. De modo que se recomienda gestionar a las principales entidades públicas la realización de este tipo de propuestas y el acompañamiento técnico necesario para lograr un buen desarrollo turístico que beneficie a todos los habitantes del cantón.

2.1. Abstract

Ecuador's natural and cultural wealth makes it a destination with great tourist potential, all its regions have unique characteristics, making it suitable for tourism development, to the point where it has become a fundamental pillar in the country's economic growth. To the south of Ecuador is located the canton Yantzaza, the same one that has a natural and cultural richness, in addition to its landscape beauty by the presence of various scenarios such as wet forests, rivers, mountainous areas, waterfalls and lagoons, which allow the development of tourist activities or adventure sports. Privileged by the presence of the Zamora River, in which it is intended to propose the creation of the river tourist route.

The general objective of this work is to create a proposal for a river tourist route on the Zamora River in the canton Yantzaza, province of Zamora Chinchipe, in the same way three specific objectives were established: the first is to diagnose the situation of tourism in the areas surrounding the Zamora River in the canton Yantzaza, Zamora Chinchipe province for the creation of a river tourist route, the second objective was to design a river tourist route over the Zamora River in the canton Yantzaza, Zamora Chinchipe province and the third objective was to propose promotion strategies for the river tourist route over the Zamora River in the canton Yantzaza, Zamora Chinchipe province.

The following methodology was used, in the first objective the supply and demand existing in the canton was analyzed through the technical data sheets of MINTUR (2018), the cadastre tourist establishments of MINTUR (2020), surveys, interviews and the realization of the FODA matrix, which allowed to know the tourist situation of the canton Yantzaza, showing that, if there is a tourist plant that allows the tourist to enjoy his stay in the canton and that is duly registered in the cadastre of tourist establishments, on the other hand, the analysis of demand was established through the surveys, which determined that our target audience is between the ages of 19 and 38 years and to any general public that can make use of it, there were also interviews with different public and private actors who enter into the tourist activity of the canton in order to know if there is support in the different tourism projects for the and the support they would provide to it, demonstrating public sector disinterest, while the private sector showed interest as long as there is support from the cantonal GAD. Once this information was generated, the FODA matrix was assembled establishing the strategies used in the second and third objectives.

Taking into account the results obtained in the first objective, the river tourist route was designed as part of the second objective where the product "Yantzaza River Tourist Route" was established integrating all the services

required by the tourist and the cost of the product, in turn tourist information is proposed for the realization of the route on the river route , mainly pictograms were designed for natural and cultural attractions, support service and approximation signaling, which will generate greater confidence and safety to the target audience during their visit as indicated in the Tourist Signaling Manual of Ecuador (2010).

Finally, the third objective proposed promotion strategies to publicize the river tourist route on the Zamora River which aim to generate a greater reach of tourists who acquire the created product, mainly using social networks such as Facebook and Instagram where audiovisual content of the tourist product will be uploaded, In the same way the elaboration of souvenirs such as T-shirts and keychains for those tourists who acquire it, another of the proposed strategies is the creation of tourist brochures with detailed information of everything that makes up the tour and in order to capture greater demand content will be created to share it in the "Official Application of the Tourism Unit of the Municipal GAD of Yantzaza" and on the official website of the GADM of Yantzaza , such strategies shall promote the promotion of the product and its acquisition.

To conclude, the study carried out will promote the tourist development of the Yantzaza canton using new scenarios such as the Zamora River, at the same time it will allow the generation of economic resources for the community, taking advantage of the fact that it has a good tourist plant and an already determined demand, however , there are still improvements to be made in the canton, mainly in signage, making it possible to carry out the present study. So it is recommended to manage the main public entities to carry out this type of proposal and the necessary technical support to achieve good tourism development that benefits all the inhabitants of the canton.

3. Introducción

El Ecuador al ser reconocido como un destino turístico a nivel mundial brinda a los turistas vivir nuevas experiencias, además la gran variedad de ecosistemas existentes permite realizar diferentes tipos de turismo entre ellos el turismo fluvial, el cual ofrece descanso y actividades ecoturísticas sobre ríos, brindando al turista experiencias únicas en un entorno natural.

Por otro lado, el turismo fluvial ha logrado posicionarse en diferentes zonas del mundo y consolidarse como un producto de calidad, diversificado y ajustada a las necesidades de los turistas que gusten de actividades al aire libre con una oportunidad de descubrir nuevos lugares, conocer su gente, cultura, historia y gastronomía o la práctica de deportes de aventura, lo convierten en un destino interesante para los turistas.

En el sur del país se encuentra Yantzaza, es uno de los cantones que conforma la provincia de Zamora Chinchipe, forma parte del oriente amazónico ecuatoriano, consta de una gran riqueza natural y cultural, además, se compone por el caudaloso río Zamora y parte del río Nangaritzza que es considerado como uno de los más importantes recursos hídricos del cantón, así mismo refleja una población diversa donde conviven diferentes etnias como son el shuar, saraguro y mestiza.

El río Zamora realza la belleza paisajística del cantón, es un recurso natural que conecta a las parroquias Yantzaza, Chicaña y Los Encuentros, las mismas que cuentan con atractivos naturales y culturales capaces de atraer una gran afluencia de turistas, cabe resaltar que es un río navegable con un caudal apto para realización de diferentes recorridos turísticos en botes, canoas, motos acuáticas, lanchas entre otros. Sin embargo, la falta de interés por parte de las autoridades locales competentes en el desarrollo de productos turísticos que impliquen al Río Zamora no ha favorecido el aprovechamiento de este recurso

y a su vez generar fuentes de empleo para la población de tal manera que dinamice la economía del sector.

La ruta turística fluvial en el río Zamora busca diversificar la oferta turística existente en Yantzaza con el fin de fortalecer el turismo del cantón, ofreciendo a los viajeros actividades de ocio en un entorno natural y cultural, además de proponer una nueva elección de turismo y entretenimiento para pobladores locales, nacionales y extranjeros, por otro lado dará mayor realce el nombre de Yantzaza como destino turístico importante, ya que en la actualidad se lo conoce como un cantón comercial, más no turístico. Del mismo modo, generará fuentes de ingresos económicos principalmente a los habitantes de los lugares en los que se encontrarán las estaciones correspondientes a visitar, así mismo los servicios de las diferentes entidades públicas y privadas participarán indirectamente facilitando cualquier insumo que necesite el turista, brindando facilidades y comodidades durante la visita a la ciudad de Yantzaza.

La investigación realizada tiene como objetivo general: Crear una propuesta de una ruta turística fluvial sobre el Río Zamora en el cantón Yantzaza, provincia de Zamora Chinchipe de manera que contribuya al desarrollo turístico local y será conducida por los siguientes objetivos específicos: Diagnosticar la situación del turismo en las zonas aledañas al Río Zamora en el cantón Yantzaza, provincia de Zamora Chinchipe para la creación de una ruta turística fluvial, Diseñar una ruta turística fluvial sobre el Río Zamora en el cantón Yantzaza, provincia de Zamora Chinchipe, Plantear estrategias de promoción para la ruta turística fluvial sobre el Río Zamora en el cantón Yantzaza, provincia de Zamora Chinchipe

La importancia de la presente investigación radica en los resultados obtenidos, información que sirve como base para el desarrollo del turismo fluvial en el cantón Yantzaza, generando productos turísticos novedosos que el turista puede disfrutar y beneficiar a su comunidad convirtiéndolo en un destino

competitivo que sabe aprovechar sus recursos naturales y culturales al máximo.

El alcance de la investigación fue determinar el potencial turístico que tiene Yantzaza principalmente involucrando a los atractivos y emprendimientos que se encuentran en las riberas del Río Zamora, para posteriormente elaborar la ruta turística fluvial, así mismo será un referente para futuros proyectos o estudios en el área sobre el turismo fluvial.

La limitación presente en la investigación fue que por el estado de emergencia por el COVID-19 no permitió realizar los recorridos de forma presencial en la industria textil FS6 para lograr una mejor visualización del emprendimiento; además de las actividades turísticas no son regulares como antes de la pandemia lo que limita a obtener una información óptima.

4. Marco teórico

4.1. Marco Conceptual

4.1.1. Normativa Legal

4.1.1.1. Constitución Política de la República del Ecuador

En la constitución del Ecuador se indica que se protegerá el derecho de la población a vivir en un medio ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice un desarrollo sustentable y velará para que este derecho no sea afectado y garantizara la preservación de la naturaleza; así mismo se declara de interés público y se regulará conforme a la ley, la conservación del medio ambiente, la preservación de los ecosistemas, la biodiversidad y la integridad de patrimonio genético del país y la prevención de la contaminación, la recuperación de los espacios naturales degradados, el uso de los recursos naturales y los requisitos que para estos fines deberán cumplir las actividades públicas y privadas. (Art.86/ Constitución política de la república del Ecuador/2008)

4.1.1.2. Ley General de Turismo

Dentro de los principios de la actividad turística, la iniciativa privada es un pilar fundamental del sector para la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional, así mismo la participación de los gobiernos provincial y cantonal impulsarán y apoyarán el desarrollo turístico dentro del marco de la descentralización para fomentar la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas, considerando la conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país e impulsando la iniciativa de 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.3/Ley de turismo/2018)

La política estatal con relación al sector del turismo, debe cumplir objetivos tales como 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 y, además, fomentar e incentivar el turismo interno. (Art.4/Ley de turismo/2018)

Entre las actividades desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación de actividades de transportación, inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y de alquiler de vehículos son consideradas actividades turísticas. (Art.5/Ley de turismo/2018)

También se menciona que 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 esta ley y a los reglamentos respectivos. (Art.12/Ley de Turismo/2018)

4.1.1.3. Ley General de Transporte Marítimo y Fluvial

Desde esta perspectiva y acogiéndose al marco legal regulador de la transportación, se sustenta la presente tesis, en optimizar el sistema actual del transporte fluvial mediante la socialización y regularización del cumplimiento de los trámites para el adecuado funcionamiento de esta actividad, además de fortalecer la gestión, el servicio y seguridad tanto de los operadores como de los pasajeros, será un mecanismo esencial en la dinamización de la economía de la población estudiada, para optimizar su calidad de vida.

Igualmente, manifiesta estar dirigido hacia el fomento, la organización, planificación, regulación, el control e innovación de la transportación. Esta norma tiene por objeto, el proteger a las personas y bienes, impedir

contingencias de dicho desplazamiento y aportar al desarrollo socio-económico del Ecuador, a fin de que se alcance el bienestar general de todos los ciudadanos. (Ar.1/ Ley Orgánica de Transporte Terrestre, Fluvial y Marítimo, de Tránsito y Seguridad vial/2015)

Siguiendo la normativa vigente que respalda esta actividad fluvial, se muestra a continuación un extracto de las atribuciones y responsabilidades más relevantes que se deben considerar para el transporte fluvial que se desarrolla en la patria deben comunicarse a las máxima jerarquías del Ministerio de Transporte y Obras Públicas, sobre la utilización puertos fluviales o marítimos, si estos poseen algún fin comercial por parte de los sujetos jurídicos o naturales, estatales o privados.

El Ministerio de Obras Públicas y Transporte, junto con la Subsecretaría de Puertos y Transporte Fluvial y Marítimo, en su deber de Autoridad Portuaria Nacional y del Transporte Acuático, poseerá las siguientes atribuciones, competencias y encargos.

Todas las actividades vinculadas al transporte marítimo y a la diligencia portuaria nacional, sujetas a las leyes, reglamentos y demás instrumentos normativos, fundamentalmente los que consten en los cuerpos legales citados a continuación:

- Código de Policía Marítima;
- Ley General de Puertos;
- Reglamento de la Actividad Marítima;
- Ley Nacional de Puertos y Transporte Acuático;
- Ley General del Transporte Fluvial y Marítimo;
- Ley de Régimen Administrativo de los Terminales Petroleros;
- Ley de Facilitación de las Exportaciones y el Transporte Acuático; y
- Ley de Régimen Administrativo Portuario Nacional. (Art.2/Ley Orgánica de Transporte Terrestre, Fluvial y Marítimo, de Tránsito y Seguridad vial/2015)

4.1.2. Diagnóstico turístico

De manera general, es entendido como la búsqueda y sistematización de información relativa a la oferta y a la demanda turística del destino. Desde un enfoque físico territorial indica que el diagnóstico consiste en el análisis de los componentes básicos de la estructura turística “oferta y demanda” del uso de estructura del territorio, así como del medio ambiente del sitio a planificar (Ricaurte, 2009).

Los atractivos turísticos son la materia prima del turismo, sin la cual un país o una región no podrían emprender el desarrollo (porque les faltaría lo esencial y porque sólo a partir de su presencia se puede pensar en construir una planta turística que permita explotarlo comercialmente) (Boullon, 2006).

4.1.3. Atractivo turístico

Según el MINTUR (2017) “Los atractivos turísticos son el conjunto de lugares, bienes, costumbres y acontecimientos que, por sus características propias, atraen el interés del visitante, o a la vez, es el resultado de un registro valorado que, por sus atributos naturales, culturales y oportunidades para la operación constituyen parte del patrimonio turístico”.

Para lo cual, se ha establecido una correspondiente clasificación con categoría, tipo y subtipo para los atractivos:

Categoría: Son las clasificaciones como: Atractivos naturales y Manifestaciones culturales.

Tipo: Son los elementos de características similares en una categoría.

Subtipo. Son los elementos que caracterizan los tipos.

4.1.4. Producto turístico

El producto turístico está formado por varios elementos: accesibilidad, atractivo, facilidades, actividades y servicios, que se muestran y se comercializa como “un todo” para el turista, respondiendo así a las motivaciones de un determinado segmento de mercado.

4.1.5. Tipos de atractivos turísticos

Para la clasificación de atractivos se considera dos categorías: atractivos naturales y manifestaciones culturales; ambas categorías agrupan a tipos y subtipos.

4.1.6. Recurso turístico

Así mismo existen los recursos turísticos que son elementos naturales o culturales que se ubican en un rango de 0 a 10 puntos, que pueden motivar el desplazamiento, pero no se encuentran todavía incorporados en la dinámica turística, ni cuenta con ningún tipo de infraestructura de apoyo (Ocapana, 2019).

4.1.7. Inventario y jerarquización de atractivos turísticos (MINTUR)

Otro de los elementos que utilizaremos es “El inventario de atractivos turísticos” que, se concibe como un registro valorado de todos los sitios que, por sus atributos naturales, culturales y oportunidades para la operación constituyen parte del patrimonio nacional. Es un instrumento dinámico de información integrada para respaldar la gestión, por su capacidad de aportar datos consistentes para planificar, ejecutar y evaluar el territorio facilitando la toma de decisiones en materia de desarrollo turístico. De esta forma el inventario de atractivos nacionales almacenado en una base de datos plana y en una base de datos geográfica constituye un insumo clave para alimentar al Sistema de Información Geográfica Turística orientado a la realización de análisis y planificación territorial turística.

La jerarquización de los atractivos turísticos levantados, en función de un conjunto de criterios permitirá determinar su grado en relación a las mejores condiciones que debe presentar para el desarrollo de atractivos turísticos.

Esta fase es clave porque permitirá identificar los atractivos que mejor condición presenten para el desarrollo de atractivos y productos, a la vez permitirá identificar las falencias que presentan los recursos y sugerir acciones concretas para mejorar sus condiciones de desarrollo (MINTUR, Guía

metodológica para la jerarquización de atractivos y generación de espacios turísticos del Ecuador, 2018).

4.1.8. Catastro de la planta turística

Otro elemento del cual nos ayudaremos es el “Catastro de la planta turística”, este es un documento en el cual se identifica el número y el tipo de los servicios turísticos que encontramos en la comunidad o destino.

Dentro de los servicios turísticos encontramos de alojamiento, alimentación, esparcimiento y otros servicios de apoyo al turismo (Ricaurte, 2009).

4.1.9. Recopilación de información

En la “Recopilación de información” se investigan las características más relevantes de los atractivos de manera documental y se selecciona tentativamente a los que se hará una visita. La información documental puede obtenerse en las oficinas relacionadas con el manejo de los atractivos, gobiernos locales, internet, organizaciones no gubernamentales, entre otros.

4.1.10. Levantamiento de información de campo

El “Levantamiento de información de campo” consiste en la visita a efectuarse a los sitios para verificar la información sobre cada atractivo. Es el procedimiento mediante el cual se le asignan las características al atractivo.

El trabajo de campo debe ordenarse en función de los desplazamientos para estimar el tiempo total que demande esta actividad. Es recomendable dirigirse a las oficinas públicas que puedan dotar de información adicional.

El trabajo de campo debe incluir la toma de fotografías o videos y la georreferenciación del atractivo.

4.1.11. FODA

El Análisis FODA o Matriz FODA es una metodología de estudio de la situación de una organización o empresa en su contexto y de las características internas (situación interna) de la misma, a efectos de determinar sus Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (Ballesteros, y otros, 2010).

4.1.12. Turismo fluvial

Cárdena (2013) señala que “el turismo fluvial brinda descanso y actividades ecoturísticas sobre ríos. Se Puede realizar paradas para descubrir pueblos, islas y paisajes, conocer su historia, cultura y gastronomía. Cerca de los canales fluviales se podrá encontrar algún lugar donde practican actividades favoritas como recorridos turísticos, pesca, etc.” (Ostaiza, 2015, pág. 36).

4.1.12.1. Tipología de transporte fluvial

- Transporte de turismo

El Transporte de turismo está destinado hacia los servicios de turismos, donde los pasajeros son partícipes de un programa donde llegan a diferentes escalas turísticas temporales (García, 2017).

- Transporte mixto

El Transporte mixto se destina al traslado de bienes y de personas. Este es realizado a través de botes de traspasos o de transbordadores. Este tipo de transporte lo lleva a cabo empresas privadas, pero también puede ser desarrollo por el «Ministerio de Transporte» (García, 2017).

- Transporte de pasajeros

El Transporte de pasajeros está destinado a llevar personas por medio de embarcaciones, de acuerdo a las condiciones establecidas, para el libre acceso, calidad y brindando seguridad hacia los usuarios, sujeto a un pago. (García, 2017)

Rodríguez (2014), añade que “este tipo de transporte se desarrolla en los lugares donde poseen limitaciones en las infraestructuras viales; así mismo en algunas regiones es considerado como el único medio de transporte” (p.13). Pero cuando existe una mayor demanda de personas, se vuelve deficiente la infraestructura, por esta razón no hay terminales de pasajeros y las personas debe de hacer uso de los servicios sin las condiciones básicas necesarias.

- Transporte mixto

Los transportes de servicios especiales brindan transporte mediante un convenio o contrato, que puede ser desarrollado por sujetos “naturales o

jurídicos”, a los que se han señalado de manera exclusiva, y dentro de horarios o trayectos pre establecidos.

Existe una clasificación, por funciones que los dispone de esta manera: graneleros, portacontenedores, frigoríficos, tanques, de carga rodante, transbordadores, costeros, cruceros y barcazas (Garcia, 2017).

4.1.13. Rutas turísticas

Para efectos de Turismo, ruta es el camino que se decide tomar para desarrollar determinada actividad turística, está estipulada por una serie de valores culturales y naturales que hacen de ella un recurso lineal de atracción. Por supuesto que debe cumplir ciertos requisitos, los mismos que se tomarán en cuenta, de acuerdo al tipo de personas y las necesidades que éstas deseen satisfacer (Alvaro, 2004)

Elementos de una ruta turística

Para llevar a cabo la ruta usaremos un nombre de acorde a la temática, un itinerario y un guion como parte fundamental.

El nombre de la temática recogerá los aspectos más relevantes por los cuales ésta se caracteriza, sea natural o cultural, o por lo que distinga al circuito turístico.

- Itinerario

El itinerario turístico debe contener explícitamente la localización y la orientación espacial del lugar o lugares que evoca, así como la descripción detallada y orientada de los elementos que componen el paisaje natural y cultural de esos lugares. El itinerario debe ser enriquecido con el acompañamiento de un mapa temático. Los itinerarios turísticos son planeados a partir del establecimiento de objetivos y características del segmento al cual se proyecta. Debe ser entendido como un camino para ser recorrido.

- **Guión**

De acuerdo al Diccionario de la lengua española guión “Es un escrito en que breve y ordenadamente se han apuntado algunas ideas o cosas con objeto de que sirva de guía para determinado fin”

Sobre la base de esta premisa, se puede asegurar que el guión es una herramienta de la cual el guía se sirve para desarrollar eficientemente la exposición oral, durante su ejercicio profesional.

En resumen, el guión permite sintetizar la información que se ha de suministrar al cliente (turista). Es una fuente de datos que el guía se encargará de actualizar, ampliar o eliminar, de acuerdo a las necesidades o circunstancias, en forma constante.

- **Diseño de la ruta**

Así mismo el diseño e implementación de rutas es una inteligente forma de poner en valor un territorio o un espacio urbano y posibilita al visitante, de ser el caso, organizar su tiempo, distribuir sus visitas y poder elegir directamente lo que quiere visitar. Un territorio técnicamente preparado para recibir turistas o visitantes, les permite disponer de una variedad de actividades, factor que incide directamente en el tiempo de permanencia en dicho lugar.

- **Paquete turístico**

Según Nérida Chan “El producto denominado paquete o simplemente programa turístico aparece como un complejo conjunto de prestaciones de servicios cuya operación y programación requiere el empleo cotidiano de técnicas de negociación, la creación de buenas y nuevas ideas, y el análisis de potencialidad de nuevos destinos y atractivos, entre muchas otras actividades” (Durazno, 2009).

- **Promoción**

La promoción hace referencia a las actividades que comunican las ventajas del producto y persuaden a los clientes objetivo para que lo compren.

- **Promoción turística**

Miguel Ángel Acerenza indica que “Es la actividad destinada hacia la información y al cliente en donde se incluye lo que es la publicidad, promoción de ventas y otros medios, también lo que respecta a las relaciones públicas cuando éstas se encuentran integradas en el marketing” (Ollague, 2015).

- **Imagen corporativa**

La Imagen de Marca Turística tiene, por definición, un enorme valor estratégico para la promoción turística y económica del territorio a través de la difusión de sus recursos patrimoniales, culturales y naturales, así como de sus servicios.

- **Segmento de mercado**

El "Diccionario de Términos de Mercadotecnia" de la American Marketing Association, define a la segmentación del mercado como "El proceso de subdividir un mercado en subconjuntos distintos de clientes que se comportan de la misma manera o que presentan necesidades similares. Cada subconjunto se puede concebir como un objetivo que se alcanzará con una estrategia distinta de comercialización" (Thompson, 2005).

- **Instrumentos de promoción**

Las empresas deben combinar adecuadamente los diversos instrumentos de comunicación (publicidad, promoción de ventas, relaciones públicas y venta personal) para conseguir un mix de promoción, de modo que el mercado perciba un mensaje estimulante y adecuado a las características del público al que se dirige y a la imagen de marca que se pretende desarrollar.

4.2. Marco referencial

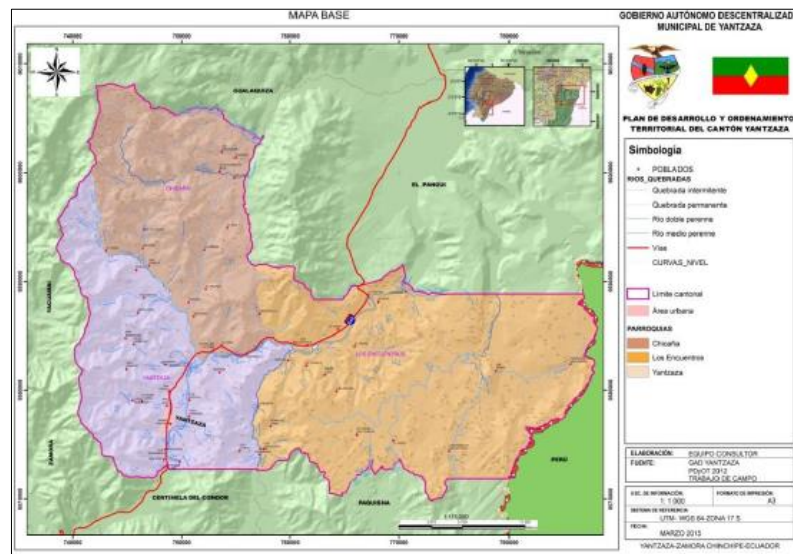
4.2.1. Ubicación del área de estudio

La presente investigación se llevará a cabo en el cantón Yantzaza, se encuentra ubicado en el hemisferio sur, precisamente en la latitud -3.83261 y longitud -78.76076 en la provincia de Zamora Chinchipe.

Su clima es cálido húmedo con una temperatura anual de $22, 5^{\circ} \text{C}$ con promedios extremos que varía de 15°C a 34°C , con precipitaciones que van de 1500 a 2000 mm por año lo que propicia la formación del bosque húmedo subtropical. La altura más baja se encuentra desde los 600 a 1200 msnm en la parte alta de sus cordilleras de mediana altura, el pico más alto es de 2450 msnm.

Al norte limita con los cantones El Pangui y Gualaquiza de la provincia de Morona Santiago, al sur con los cantones Centinela del Cóndor y Paquisha, al este con los límites internacionales del Perú y al oeste con los cantones Zamora y Yacuambi. El cantón Yantzaza se divide en 2 parroquias rurales: Chicaña y Los Encuentros y una parroquia urbana la cual es Yantzaza (PDOT Yantzaza, 2015).

Figura 1. Mapa del cantón Yantzaza



Fuente: Alcaldía de Yantzaza
Elaboración: Bryan Gonzalo Herrera Flores

4.2.2. Estudios de referencia

4.2.2.1. Nuevas tendencias del turismo en Europa

El turismo fluvial trata sobre una nueva tendencia del turismo en Europa dentro del sector de los cruceros, como es el turismo de cruceros fluviales. Para profundizar en el tema, se estudia el impacto tanto a nivel de la demanda, formada por los clientes que están interesados en realizar travesías sobre determinados canales de navegación, como de la oferta de empresas cruceristas, las cuales aportan al turismo una percepción diferente a la hora de conocer Europa. Se realizará un estudio tanto cuantitativo como cualitativo de este sector emergente de mercado, conociendo diferentes coyunturas como qué tipo de clientes realizan un crucero fluvial, cuáles son sus motivaciones, cómo son las embarcaciones, cuáles son las rutas más importantes, entre otras.

4.2.2.2. Turismo fluvial: una alternativa para fomentar la actividad turística en los municipios ribereños al río Magdalena. El caso del municipio de Suárez (Tolima, Colombia)

Tiene como objetivo conocer los contextos y potencialidades que ofrece el río Magdalena en el municipio de Suárez-Tolima, en lo que concierne al impulso del turismo fluvial en la región del Alto Magdalena, departamento del Tolima. Para el levantamiento de la información se emplearon cuatro técnicas: observación de campo, entrevista y comunicación oral, encuesta y técnicas de grupo. Adicionalmente, se realizó una caracterización de los atractivos turísticos y una evaluación de las variables que integran el producto turístico, para determinar si Suárez es un destino potencial, emergente o consolidado. El hilo conductor de la investigación fue la planificación territorial del turismo, junto con el enfoque teórico de la valorización turística, en el que se analiza el turismo como un fenómeno social complejo y como medio para brindar oportunidades de trabajo y calidad de vida a los pobladores que habitan la ribera del río Magdalena.

4.2.2.3. Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de transporte fluvial turístico fluvial, utilizando la rivera del estuario del río Esmeraldas

El proyecto de investigación detalla los diferentes servicios y productos que se ofrecerán durante los recorridos que se realicen por el estuario del río Esmeraldas, en base al estudio de mercado que se elaboró para conocer la factibilidad de realizar recorridos fluviales, comercialización de los productos y servicios a brindar, planes estratégicos de marketing, localización óptima de la empresa, infraestructura, equipamiento, recurso humano y sus requerimientos (estructura administrativa, operativa, funcional y legal), además, se aplicaron los diferentes métodos de investigación como son el inductivo-deductivo, descriptivo, cuantitativo-cualitativo y técnicas como la entrevista, la observación, la encuesta, que se acoplaron al estudio para determinar y brindar una investigación precisa y veraz. También se realizó el estudio económico y financiero determinado con costos y gastos operativos, punto de equilibrio, estado de pérdidas y ganancias, para determinar el periodo de recuperación de la inversión y así poder determinar la factibilidad del proyecto. Para finalizar se llegaron a las conclusiones de que para el óptimo desarrollo de este proyecto se realizó una investigación de las necesidades de los turistas potenciales, así como también de la diversidad de actividades de esparcimiento que estarán en capacidad de brindar para incentivar al visitante a recrearse en los diferentes sitios del estuario del río Esmeraldas en la parte baja como en el Refugio de Vida Silvestre, Comunidad de Tachina o en las Islas de Luis Vargas Torres, Pianguapi, Burrera, Prado, Roberto Luis Cervantes, Comunidad de Tabule (Asilo de Ancianos), de esta manera se podrá impulsar el turismo fluvial del cantón Esmeraldas.

4.2.2.4. Diagnóstico de la calidad del servicio de transporte turístico fluvial de la ciudad de Guayaquil y propuesta de mejora

El proyecto de investigación establece un diagnóstico sobre la calidad del sistema de transporte turístico fluvial de la ciudad de Guayaquil que por su privilegiada ubicación ha sido y es uno de los puertos principales de nuestro país. Aunque tradicionalmente desde hace varios años atrás hasta la actualidad, el transporte marítimo y fluvial se ha limitado a labores de exportación e importación. Teniendo en cuenta que las embarcaciones dedicadas al transporte turístico fluvial en la ciudad no cumplen con niveles básicos de seguridad, recomendamos la implementación de equipos que ayuden a cumplir con los requisitos fundamentales. Afianzándonos en el concepto básico de calidad de las normas ISO aplicables a servicios, productos y enmiendas del Convenio Internacional SOIAS. Además de crear nuevos servicios turísticos como horarios de navegación, rutas, y servicios adicionales, entre otros, que contribuyen a diversificar la oferta y tener visitantes más satisfechos, obteniendo la maximización de los recursos y minimización de los gastos.

5. Metodología

5.1. Materiales

Los materiales que se utilizarán para el desarrollo del proyecto de tesis serán los siguientes:

- Materiales bibliográficos

PDOT del Cantón Yantzaza, La Guía del Guía, Manual Para la Generación de Rutas e Itinerarios Turísticos del Ministerio de Turismo de Ecuador, Fichas de Inventario y Jerarquización de Atractivos Turísticos del Ministerio de Turismo, Manual de Señalización Turística del Ecuador, tesis, documentos web.

- Materiales de oficina

Papel bond, cuaderno, impresiones

- Materiales de campo:

Cámara fotográfica, GPS.

- Materiales tecnológicos

Computadora, internet, proyector

5.2. Métodos

- Analítico
- Sintético
- Inductivo
- Deductivo

5.3. Técnicas

- Entrevista
- Encuestas
- Observación directa
- Fichas técnicas turísticas

5.4. Metodología por objetivos

5.4.1 Objetivo 1: Diagnosticar la situación del turismo en las zonas aledañas al Río Zamora en el cantón Yantzaza, provincia de Zamora Chinchipe para la creación de una ruta turística fluvial

Para el cumplimiento del primer objetivo se utilizará el Manual Para la Generación de Rutas e Itinerarios Turísticos del Ministerio de Turismo de Ecuador (2018), en la cual se emplearán dos componentes, el análisis de la oferta y el análisis de la demanda y finalmente se realizará la matriz de estrategias FODA en la cual se analizarán las fortalezas, oportunidades, debilidades, amenazas existentes en el trabajo de investigación.

- Análisis de la oferta

El análisis de la oferta se realizará en las zonas aledañas a las riberas del río Zamora, es decir en las parroquias Yantzaza, Chicaña y Los Encuentros, de la siguiente manera:

Identificación de los atractivos turísticos naturales y culturales del cantón Yantzaza empleando las fichas técnicas de inventario turístico del MINTUR, 2018 (anexo1) y las fichas resumen de atractivos turísticos (anexo2)

Revisión e identificación de los prestadores turísticos registrados en el catastro del MINTUR 2020.

Del mismo modo emplearemos la técnica de observación directa y la entrevista (*ver anexo 3*), además de revisión de fuentes secundarias basándonos en el PDyOT del cantón Yantzaza (2015) para obtener datos confiables de otros servicios necesarios para el visitante como entidades financieras o unidades de salud en el cantón Yantzaza para determinar el potencial turístico del sector.

- **Análisis de la demanda**

De igual manera se procederá a realizar un análisis de la demanda de los posibles consumidores del producto planteado en la cual se aplicará una encuesta en formato digital (*ver anexo 4*), considerando un universo de 110.951 personas, cifras correspondientes a las personas de la provincia de Zamora Chinchipe proyectadas al 2020 en base a las declaradas en el INEC del último censo 2010, aplicando la siguiente fórmula para la obtención del tamaño de la muestra:

$$n = \frac{N \times Z_a^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z_a^2 \times p \times q}$$
$$n = \frac{110951 * (1.96^2) * 0,5 * 0,5}{(0,5^2) * (110951 - 1) + (1.96^2) * 0,5 * 0,5}$$

n= 383

N = tamaño de la población = 110 951

Z = nivel de confianza = 1,96

P = probabilidad de éxito, o proporción esperada = 0,5

Q = probabilidad de fracaso = 0,5

D = precisión (Error máximo admisible en términos de proporción) =0,05

5.4.2 Objetivo 2: Diseñar una ruta turística fluvial sobre el río Zamora en el cantón Yantzaza, provincia de Zamora Chinchipe

Para el diseño de la ruta turística fluvial, se procederá a desarrollar en base al diagnóstico turístico y de la encuesta obtenidas en el primer objetivo del cual se obtendrá información para su elaboración, así mismo, se utilizará la metodología del “Manual de Rutas e Itinerarios Turísticos” del Ministerio de Turismo (2018) y “La Guía del Guía” de Gustavo Xavier Álvaro Silva (2010) adaptadas a las necesidades de la investigación para su diseño.

Dentro del cantón Yantzaza existen varias alternativas a ofrecer ya que consta de una gran riqueza natural y cultural, entre algunas de las actividades que podemos encontrar están desde productoras de chocolates, aguardiente, industrias textiles, artesanías entre otros recursos turísticos, además, existe una población diversa compuesta por diferentes etnias que conviven en el territorio como son la shuar, saraguro y mestiza que hacen del sector un lugar con gran potencial turístico.

Primeramente, el nombre se lo denominará en base a las características y cualidades más relevantes que englobe a las parroquias de Yantzaza, Chicaña y Los Encuentros; así mismo se graficará un mapa de la ruta a través de sistemas informáticos como ArcGIS, esto se lo podrá efectuar tomando puntos georreferenciados con el GPS en cada una de las estaciones a visitar, el tipo de circuito más recomendable a emplear es de forma circular, no obstante se lo determinará en base a las entrevistas y a la encuesta a aplicar. El medio de transporte del recorrido será fluvial y terrestre de manera que cumpla las normas técnicas de movilidad y seguridad, otro punto a considerar es la elaboración del guión e itinerario para el recorrido y paradas técnicas que se ofertará a los visitantes, realizando una descripción general de cada atractivo del área de estudio y tiempos de movilización de una estación a otra, dicha información se la tomará de las fichas técnicas de inventario turístico y encuestas ya aplicadas con el fin de satisfacer las necesidades del turista, bajo las debidas normas y recomendaciones, finalmente se analizará costos y precios de la ruta turística para la propuesta a crear.

De la misma manera se propone utilizar señalética en los diferentes atractivos turísticos y en cada puerto de embarque y desembarque que forman parte de la ruta turística fluvial, basándonos en el Manual de Señalización turística del Ecuador (2010), guía que permitirá determinar qué tipo de señalización y pictogramas se debe colocar en cada punto considerado de la ruta turística.

Para ello se diseñará principalmente pictogramas de atractivos culturales, pictogramas de atractivos naturales, pictogramas de servicio de apoyo, señaléticas de aproximación e informativas del destino, mismas que permitirán al turista estar informado y orientado en cada uno de los atractivos que visita.

5.4.3 Objetivo 3: Plantear estrategias de promoción para la ruta turística fluvial sobre el río Zamora en el cantón Yantzaza, provincia de Zamora Chinchipe

En base a los objetivos del diagnóstico y el diseño se procederá a elaborar un plan de promoción en el cual se tomará como referencia la encuesta aplicada. En base a la encuesta primeramente conoceremos la segmentación del mercado como público objetivo al que nos vamos a enfocar.

Como segundo sabremos qué instrumentos de promoción serán los empleados para transmitir la información y por ende se especificará los resultados a promocionar, los plazos y el presupuesto de cada actividad.

6. Resultados

6.1. Diagnóstico de la situación del turismo en las zonas aledañas al río Zamora del cantón Yantzaza, provincia de Zamora Chinchipe para la creación de una ruta turística fluvial.

Para lograr la obtención del diagnóstico turístico de la oferta se utilizó el manual para la generación de rutas e itinerarios turísticos del Ministerio de Turismo de Ecuador en el cual se emplearon dos componentes, el análisis de la oferta y el análisis de la demanda.

Para realizar el análisis de la oferta se utilizó la técnica de la observación directa en el trabajo de campo y la revisión en fuentes secundarias para lograr la identificación y la obtención de los atractivos turísticos naturales y culturales del cantón Yantzaza, una vez inventariados se procedió a enlistar los atractivos turísticos en la presente tabla:

Cuadro 1. Cuadro de jerarquización de atractivos

N°	Atractivo	Tipo de atractivo	Coordenadas	Jerarquía
1	El Masharito	Manifestación Cultural	-3.778417, -78.745450	II
2	Productora de Chocolates Quezada Vanegas	Manifestación Cultural	-3.791833, -78.740500	II
3	Sedas ISMI	Manifestación Cultural	-3.766767, -78.695350	II
4	Nankais	Manifestación Cultural	-3.770233, -78.660250	II
5	Industrias textiles fs6	Manifestación Cultural	-3.779550, -78.746200	II
6	Flo-Playa	Manifestación Cultural	-3.818017, -78.742283	I

Fuente: Datos de campo

Elaboración: Bryan Gonzalo Herrera Flores

Así mismo se analizaron los puntos de las estaciones de los puertos para el embarque y desembarque más óptimos para llegar a cada atractivo y se creyó conveniente aplicar los que se muestran en la siguiente tabla:

Cuadro 2. Coordenadas de los puertos de embarque y desembarque


Parada	Estación	Coordenadas
Inicio	Muelle principal	-3.82876, -78.75722
1	Productora de Chocolates Quezada Vanegas	-3.79493, -78.74240
2	Industria Textil FS6 y El Masharito	-3.783450, -78.745000
3	Sedas Ismi y Casa de Campo	-3.76808, -78.69613
4	Nankais	-3.76875, -78.66323
5	Flo-Playa	-3.82071, -78.74311

Fuente: Datos de campo

Elaboración: Bryan Gonzalo Herrera Flores

6.1.1. Fichas de resumen de los principales atractivos turísticos del cantón Yantzaza.

Cuadro 3. Ficha de resumen N° 1 “El Masharito”

NOMBRE DEL ATRACTIVO		JERARQUIA
El Masharito		II
CATEGORIA	TIPO	SUBTIPO
Manifestación cultural	Realizaciones técnicas y científicas	Explotaciones agropecuarias y pesqueras
PROVINCIA	CANTON	LOCALIDAD
Zamora Chinchipe	Yantzaza	Barrio Chimbutza
<p align="center">Figura 2. El Masharito</p> 		<p>Ubicación: El atractivo se encuentra a 5,34 km desde el Terminal Terrestre de Yantzaza, a unos 7 minutos en vehículo</p> <p>Georeferencia: Latitud: -3.77841 Longitud: -78.74545</p>
Características:		

Fuente: Datos de campo

Elaboración: Bryan Gonzalo Herrera Flores

Masharito es un emprendimiento en el cual se destila el aguardiente de la caña (*Saccharum officinarum*). Esta iniciativa al principio tuvo que empezar como una actividad clandestina debido a las denuncias que recibía posterior a esto el dueño decidió realizar el permiso correspondiente que duro dos años el tramite estando ya registrado en el 2014. El sitio cuenta con infraestructura necesaria para recibir a los allegados para que observen todo el proceso de la elaboración del aguardiente. Esta iniciativa inicia en abril del 2008 con la finalidad de aprovechar la materia prima que hay en el sector. Según don Carlos menciona que al interior de la destilación que se realiza no puede ingresar mujeres porque menciona que al ingresar se daña toda la fermentación de la caña con ello la perdida de todo el proceso.

Recomendaciones:

Se debe anticipar mediante una llamada o mediante mensajes el día que se quiera disponer de los servicios explicativos.

Llevar repelente para evitar picaduras de mosquitos.

Si padece de alguna enfermedad es necesario que lleve consigo la medicina que debe administrarse durante todo el viaje.

Usar protector solar.

Llevar consigo documentos de identidad.

Llevar dinero para la compra de productos de su interés.

Llevar ropa cómoda.

Respetar el lugar

Arrojar la basura en los lugares indicados

Actividades Turísticas:

Recorridos guiados a la molienda

Participación en la elaboración de jugo caña

Degustación de jugo de caña

Observación y participación en el proceso del jugo de caña y elaboración de aguardiente


Fotografía

Compra de productos y artesanías

Fuente: Datos de campo

Elaboración: Bryan Gonzalo Herrera Flores

Cuadro 4. Ficha resumen N° 2 “Productora de Chocolates Quezada Vanegas”

NOMBRE DEL ATRACTIVO		JERARQUIA
Productora de Chocolates Quezada Vanegas		II
CATEGORIA	TIPO	SUBTIPO
Manifestación cultural	Realizaciones técnicas y científicas	Explotaciones agropecuarias y pesqueras
PROVINCIA	CANTON	LOCALIDAD
Zamora Chinchipe	Yantzaza	Los Hachos
<p align="center">Figura 3. Productora de Chocolates Quezada Vanegas</p>  <p>Fuente: Datos de campo Elaboración: Bryan Gonzalo Herrera Flores</p>		<p>Ubicación: La planta productora de chocolate Quezada Vanegas se encuentra a 5,18 noreste de la cabecera cantonal de Yantzaza a unos 15 minutos en vehículo</p> <p>Georeferencia: Latitud: -3.791833 Longitud: -78.740500</p>
<p>Características:</p> <p>La planta procesadora de chocolate tiene como iniciativa y propósito principal darle un valor agregado al cacao a través del proceso de transformación de materia prima, esto se viene realizando desde el 2013 y podemos encontrar en el sitio pasta de cacao, vino de cacao, helados y chocolates usando la materia ya procesada.</p>		
<p>Recomendaciones:</p> <p>Se debe anticipar mediante una llamada o mediante mensajes el día que se quiera disponer de los servicios explicativos.</p> <p>Llevar repelente para evitar picaduras de mosquitos.</p> <p>Si padece de alguna enfermedad es necesario que lleve consigo la medicina que debe administrarse durante todo el viaje.</p> <p>Usar protector solar.</p> <p>Llevar consigo documentos de identidad.</p>		

Llevar dinero para la compra de productos de su interés.

Llevar ropa cómoda.

Respetar el lugar

Arrojar la basura en los lugares indicados

Actividades Turísticas:

Recorridos guiados a la chocolatería

Degustación de chocolates y productos derivados del cacao

Observación y participación en el proceso de la elaboración de chocolates y derivados del cacao

Fotografía

Compra de productos y artesanías

Fuente: Datos de campo

Elaboración: Bryan Gonzalo Herrera Flores

Cuadro 5. Ficha resumen N° 3 “Sedas ISMI”

NOMBRE DEL ATRACTIVO		JERARQUIA
Sedas ISMI		II
CATEGORIA	TIPO	SUBTIPO
Manifestación cultural	Realizaciones técnicas y científicas	Explotaciones agropecuarias y pesqueras
PROVINCIA	CANTON	LOCALIDAD
Zamora Chinchipe	Yantzaza	Quiringue
<p align="center">Figura 4. Sedas ISMI</p>  <p>Fuente: Datos de campo Elaboración: Bryan Gonzalo Herrera Flores</p>		<p>Ubicación: ISMI se encuentra ubicado a 12 Km del Terminal terrestre de Yantzaza con un tiempo aproximado de 14 min.</p> <p>Georeferencia: Latitud: -3.76676 Longitud: -78.69535</p>
<p>Características:</p> <p>Sedas ISMI es un emprendimiento que nace en el año 1998 lo cual para ese entonces el instituto Ítalo Latinoamericano introducía la sericultura a América latina lo cual fue el impulso perfecto para el desarrollo de emprendimientos a base de gusanos de seda. De un principio se trae la semilla desde Pallatanga para cultivarlos en la finca dando resultados positivos. Posterior a esto se empieza a implementar las herramientas para realizar todo el proceso lo que es actualmente ya consolidado este proyecto que realizan como son bufandas, chalinas, chalecos, chaquetas... El costo de las artesanías va desde los 5 hasta los 800 dólares.</p>		
<p>Recomendaciones:</p> <p>Se debe anticipar mediante una llamada o mediante mensajes el día que se quiera disponer de los servicios explicativos.</p> <p>Llevar repelente para evitar picaduras de mosquitos.</p> <p>Si padece de alguna enfermedad es necesario que lleve consigo la medicina que debe administrarse durante todo el viaje.</p>		

<p>Usar protector solar.</p> <p>Llevar consigo documentos de identidad.</p> <p>Llevar dinero para la compra de productos de su interés.</p> <p>Llevar ropa cómoda.</p> <p>Respetar el lugar</p> <p>Arrojar la basura en los lugares indicados</p>
<p>Actividades Turísticas:</p> <p>Recorridos guiados por la productora de gusanos de seda</p> <p>Observación y participación en el proceso de la elaboración de los tejidos</p> <p>Fotografía</p> <p>Compra de productos y artesanías</p>

Fuente: Datos de campo

Elaboración: Bryan Gonzalo Herrera Flores

Cuadro 6. Ficha resumen N° 4 “Comunidad de Nankais”

NOMBRE DEL ATRACTIVO		JERARQUIA
Comunidad de Nankais		II
CATEGORIA	TIPO	SUBTIPO
Manifestación cultural	Acervo cultural y popular	Pueblo y/o nacionalidad (etnografía)
PROVINCIA	CANTON	LOCALIDAD
Zamora Chinchipe	Yantzaza	Nankais
<p>Figura 5. Comunidad de Nankais</p>  <p>Fuente: Datos de campo Elaboración: Bryan Gonzalo Herrera Flores</p>		<p>Ubicación: Nankais se encuentra a 21.9 km desde el terminal terrestre de Yantzaza con un tiempo aproximado de 24 minutos</p> <p>Georeferenciación: Latitud: -3.770233 Longitud: -78.660250</p>
<p>Características:</p> <p>Nankais es una comunidad shuar en la cual realizan turismo comunitario para que de esta manera se recupere y se siga conservando las costumbres y tradiciones de los ancestros shuar, entre sus prácticas sobresalen la agricultura, caza y pesca y la elaboración de artesanías. También se puede ser participe en los diferentes talleres artísticos que ofrecen, en la medicina ancestral, en la degustación de la gastronomía ancestral, entre otras actividades.</p>		
<p>Recomendaciones:</p> <p>Se debe anticipar mediante una llamada o mediante mensajes el día que se quiera disponer de los servicios explicativos.</p> <p>Llevar repelente para evitar picaduras de mosquitos.</p> <p>Si padece de alguna enfermedad es necesario que lleve consigo la medicina que debe administrarse durante todo el viaje.</p> <p>Usar protector solar.</p> <p>Llevar consigo documentos de identidad.</p> <p>Llevar dinero para la compra de productos de su interés.</p>		

Llevar ropa cómoda.

Respetar el lugar

Arrojar la basura en los lugares indicados

Actividades Turísticas:

Recorridos guiados por la comunidad

Participación en talleres artísticos

Exposición y representación de la cultura shuar

Degustación de platos tradicionales

Participación de celebraciones

Participación en talleres artesanales

Compra de artesanías

Participación del proceso de medicina ancestral

Fotografía

Fuente: Datos de campo

Elaboración: Bryan Gonzalo Herrera Flores

Cuadro 7. Ficha resumen N° 5 “Industria de Textiles FS6”

NOMBRE DEL ATRACTIVO		JERARQUIA
Industrias textiles FS6		II
CATEGORIA	TIPO	SUBTIPO
Manifestación cultural	Folclore	Artesanías y Artes
PROVINCIA	CANTON	LOCALIDAD
Zamora Chinchipe	Yantzaza	Chimbutza
<p align="center">Figura 6. Industria de Textiles FS6</p>  <p>Fuente: Unidad de Turismo de Yantzaza Elaboración: Unidad de Turismo de Yantzaza</p>		<p>Ubicación: El atractivo se encuentra a 5,19 noreste de la cabecera cantonal de Yantzaza a unos 10 minutos en vehículo</p> <p>Georeferenciación: Latitud: -3.779550 Longitud: -78.746200</p>
<p>Características:</p> <p>FS6, nace como un emprendimiento familiar que reúne la elaboración de artesanías como llaveros, bolsos, blusas bordadas de la etnia Saraguro en la comunidad el Plateado, posterior a esto se trasladan al barrio Chimbutza. Esta actividad es transmitida de generaciones en esta familia. Las telas son elaboradas en telares a mano para su posterior elaboración de bolsos. En la actualidad se han masificado la demanda lo que ha llevado a utilizar telas ya procesadas para su uso en la elaboración de mochilas, pero la esencia aún se mantiene en la utilización de los telares artesanales, el precio de las artesanías va desde los 2 dólares hasta los 50 dólares.</p>		
<p>Recomendaciones:</p> <p>Se debe anticipar mediante una llamada o mediante mensajes el día que se quiera disponer de los servicios explicativos.</p> <p>Llevar repelente para evitar picaduras de mosquitos.</p> <p>Si padece de alguna enfermedad es necesario que lleve consigo la medicina que debe administrarse durante todo el viaje.</p> <p>Usar protector solar.</p> <p>Llevar consigo documentos de identidad.</p>		

Llevar dinero para la compra de productos de su interés.

Llevar ropa cómoda.

Respetar el lugar

Arrojar la basura en los lugares indicados

Actividades Turísticas:

Recorridos guiados por la fábrica

Observación y participación en elaboración de artesanales

Exposición y representación de los diferentes productos que realizan

Compra de artesanías

Fotografía

Fuente: Datos de campo

Elaboración: Bryan Gonzalo Herrera Flores

Cuadro 8. Ficha resumen N° 6 “Orquideario “Flo-Playa”

NOMBRE DEL ATRACTIVO		JERARQUIA
Orquideario “Flo-Playa”		I
CATEGORIA	TIPO	SUBTIPO
Manifestación cultural	Realizaciones técnicas y científicas	Centros de exhibición de flora y fauna
PROVINCIA	CANTON	LOCALIDAD
Zamora Chinchipe	Yantzaza	Vista Hermosa
<p style="text-align: center;">Figura 7. “Orquideario “Flo-Playa”</p>  <p>Fuente: Datos de campo Elaboración: Bryan Gonzalo Herrera Flores</p>		<p>Ubicación: El orquideario Flo-Playa está ubicado en Yantzaza en el Barrio Vista Hermosa, en la vía a Los Hachos</p> <p>Georeferenciación: Latitud: -3.818017 Longitud: -78.742283</p>
<p>Características:</p> <p>El nombre Flo-Playa significa compañía de Flores y Plantas Yantzaza, principalmente se dedican al cuidado, reproducción y venta de orquídeas nativas de la provincia de Zamora Chinchipe, este lugar se encuentra laborando desde el año 2012.</p>		
<p>Recomendaciones:</p> <p>Se debe anticipar mediante una llamada o mediante mensajes el día que se quiera disponer de los servicios explicativos.</p> <p>Llevar repelente para evitar picaduras de mosquitos.</p> <p>Si padece de alguna enfermedad es necesario que lleve consigo la medicina que debe administrarse durante todo el viaje.</p> <p>Usar protector solar.</p> <p>Llevar consigo documentos de identidad.</p> <p>Llevar dinero para la compra de productos de su interés.</p> <p>Llevar ropa cómoda.</p> <p>Respetar el lugar</p>		

Arrojar la basura en los lugares indicados
<p>Actividades Turísticas:</p> <p>Recorridos guiados por el orquideario</p> <p>Exposición de los diferentes tipos de orquídeas</p> <p>Compra de orquídeas</p> <p>Fotografía</p>

Fuente: Datos de campo

Elaboración: Bryan Gonzalo Herrera Flores

Así mismo se realizó una revisión y se identificó los servicios de los prestadores turísticos registrados en el catastro del MINTUR 2020, entre ellos encontramos establecimientos de alimentos y bebidas, establecimientos de alojamiento, bares y discotecas y agencias de viajes tal como nos muestran los siguientes cuadros.

6.1.2. Establecimientos de alimentos y bebidas en el cantón Yantzaza

Entre los establecimientos de alimentos y bebidas encontramos 6 registrados con tercera y cuarta categoría como se muestra en el siguiente cuadro:

Cuadro 9. Cuadro de establecimientos de alimentos y bebidas

Nombre	Dirección	Categoría	Coordenadas	Plazas/Mesas
Gran Colombiana	Yantzaza, 22 De noviembre Y Jorge Mosquera	Cuarta	-3.82841, -78.76102	32
Ayantai	Yantzaza, Km 14 Vía A El Panguí E 45	Tercera	-3.79511, -78.75577	40
Rincón Criollo	Yantzaza, Jorge Mosquera Y Luis Bastidas	Cuarta	-3.83344, -78.76163	20
Brasa Y Leña	Yantzaza, Armando Arias Y Zamora	Cuarta	-3.83244, -78.76236	24
Casa De Campo Maykris	Los Encuentros, Troncal Amazónica, Barrio Quiringue	Tercera	-3.76718, -78.69613	40
Catering Amazónico	Los Encuentros, Eugenio Espejo Y 10 De noviembre	Tercera	-3.76149, -78.64770	40

Fuente: Ministerio de Turismo

Elaboración: Bryan Gonzalo Herrera Flores

6.1.3. Establecimientos de alojamiento del cantón Yantzaza

Entre la oferta de alojamiento encontramos establecimientos que se encuentran en las parroquias de Yantzaza y en Los Encuentros registrados en el Ministerio de Turismo, en la nómina actual encontramos 10 de tipo hotel, hostel y hosterías categorizados entre una y tres estrellas como lo vemos en el siguiente cuadro:

Cuadro 10. Oferta de establecimientos de alojamiento del cantón Yantzaza

Nombre	Dirección	Tipo	Categoría	Habitaciones	Plazas	Coordenadas
Digna María	Los Encuentros, 24 De mayo Y Jaime Roldós	Hostal	1 estrella	15	22	-3.75991, -78.6458
Yanku Orquídea	Yantzaza, Av. Iván Riofrio Y Armando Arias	Hostal	1 estrella	24	49	-3.83284, -78.76074
La Luciérnaga	Yantzaza, Primero De Mayo Y José Arcentales	Hostal	1 estrella	17	24	-3.83170, -78.76005
Tierra Dorada	Yantzaza, Km1 ½ Vía A Los Hachos	Hostería	3 estrella	20	42	-3.81881, -78.74279
Carolina	Yantzaza, Amazonas Y Girasoles	Hostal	1 estrella	14	25	-3.82381, -78.75824
Galaxy	Yantzaza, Av. Iván Riofrio Y Luis Bastidas	Hostal	1 estrella	14	22	-3.83353, -78.76109
Oriental	Yantzaza, Av. Iván Riofrio Y Primero De Mayo	Hostal	1 estrella	17	22	-3.83189, -78.76061
Sebastián Internacional	Yantzaza, Primero De Mayo Y Av. Iván Riofrio	Hostal	2 estrella	23	37	-3.83169, -78.76018
Charles	Yantzaza, 24 De mayo Y 29 De septiembre	Hostal	2 estrella	6	8	-3.76036, -78.64677
Gran Yantzaza	Yantzaza, Amazonas Y Rafael Pullaguay	Hotel	3 estrella	25	33	-3.82108, -78.75802

Fuente: Ministerio de Turismo

Elaboración: Bryan Gonzalo Herrera Flores

6.1.4. Bares y discotecas del cantón Yantzaza

Entre los bares y discotecas que encontramos en el casco urbano tenemos 3 registradas en el catastro de establecimientos turísticos del Ministerio de Turismo que se encuentran operando, entre ellos tenemos los siguientes:

Cuadro 11. Bares y discotecas

Nombre	Dirección	Clasificación	Categoría	Coordenadas	Plazas
Dmarkos	Yantzaza, Av. Iván Ríofrío y Girasoles	Bar	Segunda	-3.822977, -78.75983	56
Tonny Dance	Yantzaza, Jazmines y Velasco Ibarra	Discoteca	1 copa	-3.824422, -78.757772	88
La Rampa	Yantzaza, Martín Ayuy y Zamora	Discoteca	1 copa	-3.830605, -78.761232	100

Fuente: Ministerio de Turismo

Elaboración: Bryan Gonzalo Herrera Flores

6.1.5. Agencias de viaje del cantón Yantzaza

Actualmente encontramos a una sola agencia de viajes que se encuentra operando en el cantón en las calles Luis bastidas y Jorge Mosquera, la sucursal de la agencia Amazon Travel.

Cuadro 12. Agencias de viaje del cantón Yantzaza

Nombre	Dirección	Teléfono	Coordenadas
Amazon Travel Suc.	Luis Bastidas y Jorge Mosquera	0995864310	-3.83352, -78.76171

Fuente: Ministerio de Turismo

Elaboración: Bryan Gonzalo Herrera Flores

6.1.6. Otros servicios

En Yantzaza también encontramos varios servicios complementarios a la actividad turística, entre ellos tenemos las entidades bancarias, en las cuales encontramos las siguientes:

Cuadro 13. Entidades financieras del cantón Yantzaza

Institución bancaria	Cajeros automáticos
CACPE Yantzaza LTDA	6
Banco de Loja	2
Banco de Pichincha	1
Coopmego	1
BanEcuador	1
Cooperativa Financiera Padre Julián Lorente	1

Fuente: Ministerio de Turismo

Elaboración: Bryan Gonzalo Herrera Flores

Así mismo tenemos como otro punto importante a las unidades de salud públicas que se encuentran distribuidas en las diferentes parroquias del cantón Yantzaza como lo podemos ver en el siguiente cuadro.

Cuadro 14. Unidades de salud pública

Hospital/subcentros	Dirección	Coordenadas
Hospital Básico Yantzaza	Av. Rolando Cobos	-3.822004, -78.756908
Subcentro de salud N°2 de Yantzaza	26 de febrero y Av. Iván Riofrío	-3.829699, -78.759914
Puesto de Salud Seguro Social Campesino Chimbutza	Calle teniente Hugo Ortiz y vía a San Sebastián	-3.776588, -78.745446
Subcentro de Salud N°2 Los Encuentros	Ruta Panamericana y Antonio Torres	-3.759736, -78.650171

Fuente: PDOT de Yantzaza

Elaboración: Bryan Gonzalo Herrera Flores

6.1.7. Entrevistas a las principales autoridades del cantón Yantzaza

A continuación, se presenta los resultados obtenidos de la entrevista aplicadas a las siguientes autoridades del cantón Yantzaza: Dr. Martín Jiménez Aguirre, alcalde del Cantón Yantzaza, el Ing. Alex Tapia Chamba, jefe de la Unidad de Turismo y al Sr. Estuardo Arteaga Morales

Cuadro 15. Entrevistas a las principales autoridades del cantón Yantzaza

Dr. Martin Jiménez Aguirre	Ing. Alex Tapia Chamba	Sr. Estuardo Arteaga Morales	Sr. Edier Castillo
1. ¿Cómo usted describe el desarrollo turístico del cantón Yantzaza?			
<p>El desarrollo turístico del cantón Yantzaza se ha visto detenido en estos últimos años debido a que no ha habido propuestas, no se han desarrollado propuestas tanto por la colectividad como lo que es nuestra competencia la municipalidad, pero sin embargo actualmente se están desarrollando proyectos para mejorar el sector turístico en nuestro cantón.</p>	<p>Para mí es desarrollo turístico ha sido un tanto retrasado por diferentes causas, para lo cual hemos asumido este puesto con bastante responsabilidad e intentamos impulsar el desarrollo turístico para que sea notable.</p>	<p>Se podría hablar como desarrollo cuando en forma conjunta todas las autoridades públicas y privadas colaboran para que se desarrolle el turismo en nuestro cantón así que nosotros como cámara de turismo hemos aportado no tanto con recursos económicos pero si con el talento humano para que se mejore el sector turístico en nuestro cantón, además de eso, la planta turística nuestra día a día se va fortaleciendo para que los turistas que visitan los lugares turísticos puedan también gozar de un buen servicio de toda la planta turística del cantón</p>	<p>Podría decirle que para mí el desarrollo turístico del cantón Yantzaza tiene como promedio un cuatro sobre diez en el sentido de que el desarrollo turístico puede ser una propuesta desde una parte bien proyectada y ejecutada que se venga a dar al cantón desde que la sociedad como tal se interese en marcarse en el turismo, ya sea en la zona restaurantera, los lugares de parques que tiene nuestro cantón pero sí hace falta un proyecto que garantice el desarrollo del cantón Yantzaza</p>
2. ¿Cuál cree usted que es la limitante para que no se desarrolle adecuadamente el turismo en el cantón Yantzaza?			
Dr. Martin Jiménez Aguirre	Ing. Alex Tapia Chamba	Sr. Estuardo Arteaga Morales	Sr. Edier Castillo

<p>La falta de propuestas y otra es que no se le ha venido dando importancia al turismo, además que no ha habido el aporte necesario por parte de la municipalidad hacia este departamento para la generación de proyectos y también la falta de voluntad es que no ha permitido que el turismo no desarrollado más de lo que se viene teniendo.</p>	<p>Muchas de las veces el turismo pasa desapercibido por la población porque carecen del conocimiento en sí de lo que es el turismo, de lo que promueve, de lo que vende y de lo que genera, entonces todos estos aspectos transmitidos a las personas van a crear un enfoque de querer involucrarse en este sector, ya que éste es uno de los sectores que más genera riqueza a nivel mundial.</p>	<p>La falta de apoyo por parte del sector público por los gastos operativos que conlleva, más bien sería buena un aporte de los gobiernos de turno, tanto seccionales, parroquiales y nacionales</p>	<p>La falta de visión en la sociedad encaminada al turismo pues hemos estado inmersos en una sociedad que se ha dedicado toda la vida a la extracción de madera, a la construcción, a la agricultura y tal vez nunca nos hemos enfocado en el marco turístico del sector del cantón Yantzaza puesto que tiene muchos atractivos además que se pueden crear, un ejemplo claro es a las riveras del Río Zamora que tiene unas playas muy bonitas, hay chorreras, hay lugares correntosos donde hay muchas piedras que llaman la atención de las personas y además se pueden crear paraderos turísticos. Un ejemplo del sector que les convendría podrían ser la gente de la ciudad de Loja, ellos no tienen ríos y quisieran venirse a pegar un paseo, por una parte, no estamos frente al mar, pero si estamos frente al río Zamora que tiene tanta ventilación, tantas corrientes y tantas más maravillas que podemos encontrar en este río.</p>
<p>3. ¿Existen contribuciones de alguna entidad pública o privada para el fomento del turismo en el sector?</p>			
<p>Dr. Martin Jiménez Aguirre</p>	<p>Ing. Alex Tapia Chamba</p>	<p>Sr. Estuardo Arteaga Morales</p>	<p>Sr. Edier Castillo</p>

<p>Por parte de la municipalidad no ha habido el aporte necesario para la generación de proyectos turísticos, sin embargo, si existiera la posibilidad estaríamos prestos para aportar en ello.</p>	<p>En temas de contribuciones tenemos un presupuesto anual que es muy reducido al cual tenemos que articular algunos proyectos para lo cual tenemos que buscar otras gestiones en otras entidades tanto del estado como particulares que nos ayuden potenciando el sentido turístico que tiene Yantzaza.</p>	<p>Bueno el sector gubernamental tiene sus recursos, pero son mínimos los que son destinados para el turismo.</p>	<p>Bueno hasta donde alcanzo a ver, lo poco que he escuchado pues no, en lo poco que se ha tratado de turismo en el cantón Yantzaza se ha visto estancado. La municipalidad del cantón Yantzaza, a lo mejor no siendo su competencia en diferentes administraciones creo que de alguna manera en algo han apoyado a grupos y a Pequeñas propuestas que se han hablado de turismo y de manera total no es lo suficiente, hace falta una propuesta más contundente.</p>
<p>4. ¿Considera usted que el aporte y el desarrollo de propuestas turísticas ayudan a dinamizar la economía del cantón?</p>			
<p>Dr. Martin Jiménez Aguirre</p>	<p>Ing. Alex Tapia Chamba</p>	<p>Sr. Estuardo Arteaga Morales</p>	<p>Sr. Edier Castillo</p>
<p>Si es muy bueno que se presenten proyectos turísticos y como para nosotros como municipalidad podemos adoptarlos y si hay la necesidad de invertir recursos hacerlo para promocionar el turismo en nuestro medio.</p>	<p>Por supuesto con el turismo se obtiene una gran dinamización económica y brinda nuevas fuentes de trabajo a muchas personas de la localidad.</p>	<p>Si obviamente, en la propuesta cuando hay todo el apoyo del sector público se pueden conseguir grandes beneficios.</p>	<p>Por supuesto que sí, una ruta turística en marca mucho porque no solamente hablaríamos de los algo en específico, sino también tendríamos involucrados a los terminales, a las paradas de los taxis hasta llegar a las riveras de los ríos, incluso para salir a alguna cordillera, a los campos, a las cascadas, también se utilizan rancheras, busetas, restaurante ..., entonces serían bastante buenas las propuestas de rutas turísticas</p>
<p>5. ¿Desde su punto de vista cuales son los atractivos turísticos que más visitan los turistas al momento de llegar al cantón Yantzaza?</p>			
<p>Dr. Martin Jiménez Aguirre</p>	<p>Ing. Alex Tapia Chamba</p>	<p>Sr. Estuardo Arteaga Morales</p>	<p>Sr. Edier Castillo</p>
<p>Yantzaza es un lugar muy bonito de hecho hay que repotenciarlo y bien, unos de los atractivos que</p>	<p>Yantzaza tiene una gran diversidad de atractivos turísticos tanto naturales y culturales de los cuales destacan el balneario de las</p>	<p>Lo que la gente busca es lo rural, la gente lo que busca son las cascadas, los ríos, las quebradas, la naturaleza en sí y aquí tenemos</p>	<p>Lugares que más visitan los turistas en el cantón Yantzaza quizás por falta de conocimiento, entre tantas propuestas porque si hubiera el apoyo al turismo encontraríamos en las dos entradas</p>

tenemos es el río Zamora, otro que tenemos son la variedad de rutas y cascadas ubicadas en distintos puntos como la parroquia Chicaña, aparte de eso tenemos una gran variedad en lo que se refiere a la planta turística, en fin, Yantzaza tiene un gran potencial, pero aun esta por explotarse.	orugas, tenemos el parque fluvial, tenemos el río Zamora, tenemos balnearios, hosterías, así como las parroquias rurales Chicaña y Los Encuentros en las cuales encontramos cuevas, cascadas, entre otros atractivos, así mismo tenemos una gran variedad de actividades a realizar como caminatas, senderismo, deportes extremos en los cuales se debe involucrar mucho y se debe intentar salir adelante en este tema	una naturaleza muy exótica en nuestra provincia.	principales una gran pizarra o valla bien grande y gigante que te marque los atractivos que tiene el cantón Yantzaza para la persona que no conoce la ciudad, ya sea a donde dirigirse o que encontrar según corresponda, entonces comenzando desde ahí no tenemos una guía pero si lo que más se visita por aquí son las orillas del río, los puentes como atractivos, tales encontramos el puente del amor, el puente colgante Playa Rica, el sector de Los Hachos, las moliendas, los atractivos naturales y culturales de Chicaña pero es muy mínimo para lo que se debería de encontrar.
6. ¿Cómo cree usted que una propuesta de creación de una ruta turística fluvial sobre el Río Zamora en el cantón Yantzaza contribuiría al fomento del turismo de dicho cantón?			
Dr. Martín Jiménez Aguirre	Ing. Alex Tapia Chamba	Sr. Estuardo Arteaga Morales	Sr. Edier Castillo
Contribuiría siendo un atractivo más del cantón ya que hay mucho por explotar para poder mostrar a propios y extraños.	Sería un aporte significativo ya que todo fomento turístico tiene que basarse dentro de un proyecto y dentro de un proyecto tener una ruta turística repotenciaría este lugar, obviamente se le debe dar el sentido que corresponde de promoción difusión y todo lo que compone un producto turístico, en este sentido todo el apoyo para todo tipo de proyecto.	De todas las maneras influiría por el aporte que hace al turismo, de igual manera como se dijo anteriormente se dinamizaría la economía y habría más lugares por mostrar del cantón.	Bueno contribuiría de muchas maneras como dije al haber un atractivo se involucran muchos actores desde las personas que están en la terminal terrestre hasta las personas de las tiendas de los barrios ya que son fundamentales para ofrecer y vender algún producto al turista.
7. ¿Qué actividades turísticas conoce usted se realizan cerca al río Zamora?			

Dr. Martin Jiménez Aguirre	Ing. Alex Tapia Chamba	Sr. Estuardo Arteaga Morales	Sr. Edier Castillo
De momento solo cuando son las fiestas de Yantzaza se realizan actividades de recorridos en bote, y a la vez en motos acuáticas, pero hasta ahora no se ha visto actividades que estén generando rentabilidad y mucho menos turismo en nuestro cantón.	Tenemos un parque fluvial el cual consta con un monumento histórico, cuenta con una plaza, con un bar, también tenemos el muelle en el cual también se ha contemplado instalar una segunda etapa y dinamizar el sentido acuático que nos brinda el río Zamora en la cual estamos predispuestos a apoyar los proyectos que se implementen	Como cámara de turismo se hizo una propuesta al consejo provincial para que se construya un Puerto fluvial con el fin de poderle dar fluidez al río Zamora, se hizo la primera etapa con el fin de darle un distributivo de algunas rutas fluviales para poder visitar algunos sectores como la hostería tierra dorada, otro sector es donde elaboran chocolates, cafés, melcochas, hay varios sectores que se pueden incluir, pero han quedado paradas por las nuevas administraciones por el tema de inversión	Bueno se hacen actividades cerca del río pero es temporal, siempre había la feria deportiva que se le llamaba las interjorgas que prácticamente hace unos 16 años comenzamos con estas actividades recreativas pero con el tiempo todo cambió, la parte turística ya fue quedando un poco abandonada, hace unos 3 años a la alcaldía se le hizo una propuesta para que en ese medio acuático se interesaran y se pudieran incluir en el río Zamora actividades en balsa, corridas con motos acuáticas, lanchas con botes a motor y tuvo una gran acogida en los dos años que se hizo, tuvimos una gran afluencia de gente pero este año no se lo pudo hacer por lo que ya la pandemia azotó a todo el mundo.
8. ¿Cuál sería su aporte al desarrollo de nuevas propuestas turísticas?			
Dr. Martin Jiménez Aguirre	Ing. Alex Tapia Chamba	Sr. Estuardo Arteaga Morales	Sr. Edier Castillo

<p>Como institución estamos en la predisposición de acoger todas las nuevas ideas y plasmarlas como proyectos para poder destinar recursos para que se puedan realizar en nuestro cantón, es así que si hubiera un estudio de algún corredor turístico o algo que se pueda realizar sobre el río Zamora como institución estaríamos dispuestos en aportar y apoyar económicamente para que estos proyectos tengan viabilidad</p>	<p>Un aporte sería en viabilizar su proyecto, en tratar de darle un sentido y un objetivo. También estamos puestos para buscar alguna ayuda de entidades tanto públicas como entidades privadas u organizaciones que puedan invertir en su proyecto, además en el sentido de promoción y difusión para que la zona Sur del país sea un destino turístico.</p>	<p>Como cámara de turismo siempre hemos estado luchando, enfocando a las autoridades en el tema turístico. Hay ocasiones que entre los socios hacemos contribuciones y algo mismo conseguimos para hacer una gestión y poder luchar porque a veces los gobiernos accionales no tienen la voluntad de hacerlo y debemos estar permanentemente gestionando para poder darle seguridad al turista y buscar día a día mayores lugares, más atractivos turísticos que puedan servir para las personas que nos visitan, aún nos falta mucho por recorrer y mucho por conseguir para ir buscando más senderos, más rutas donde el turista pueda disfrutar de nuestro cantón.</p>	<p>Bueno en la base de contribuir con mi aporte a la propuesta sería presentarles ideas, conocimientos, muestras, tomas de fotos, videos de lo que se hace en algunos lugares de las costas colombianas en el Pacífico, de lo que puede mencionar por ahora es que a los botes se le se le amarran cachos o platillos y se puede esquiar sobre el agua en una canoa o en una lancha a motor, se puede hacer deportes de cables, cuatro motos en línea, tres canoas en línea, acrobacias en el recorrido, otro tema que también se puede hacer en temporada de fiesta allá en Colombia es en los pregones de La Pinta la Niña y la Santa María en la noche y esto sí es muy hermoso porque se apagan las luces de las Riberas del Río y las 3 balsas vienen super iluminadas y bien diseñada, vienen con bailarinas, vienen con bombo, marimba y cuando llega la orilla del río están otras etnias de la era antigua que te están reviviendo, entonces en la etapa moderna se podía retroceder el tiempo y rescatar esos atractivos porque tenemos muchas culturas como el mestizo, el negro, el colono, entonces sería bueno el poder rescatar porque nos estamos yendo solamente por lo más fácil y el turismo es algo que se puede sembrar de aquí a 1 hasta 5 años plazo pero cuando comience a fortalecer se va a dar muchos frutos</p>
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Fuente: Datos de campo

Elaboración: Bryan Gonzalo Herrera Flores

- **Análisis de la entrevista a involucrados**

Según los aportes dados por parte de las cuatro personas entrevistadas concluyen que Yantzaza es un lugar con un gran potencial turístico, sin embargo, no se lo ha venido desarrollando por la falta de apoyo por parte de las autoridades competentes y por falta de propuestas que involucren al turismo, sin embargo, manifestaron que tienen toda la predisposición para dar una ayuda y apoyar en proyectos en beneficio al turismo y al cantón en general.

Además, están conscientes que mediante el desarrollo turístico el cantón traerá un notable desarrollo positivo ya que al existir se produciría una dinamización económica.

6.1.8. Tabulación de la encuesta aplicada a los posibles consumidores del producto a ofrecer

Para conocer la aceptación de la ruta turística fluvial sobre el río Zamora en el cantón Yantzaza se aplicó una encuesta a 383 personas dando como resultado los siguientes datos:

Le gustaría ser partícipe de un proyecto turístico enfocado a una ruta turística fluvial sobre el río Zamora en el cantón Yantzaza. Si su respuesta es no avance hasta el final de la encuesta.

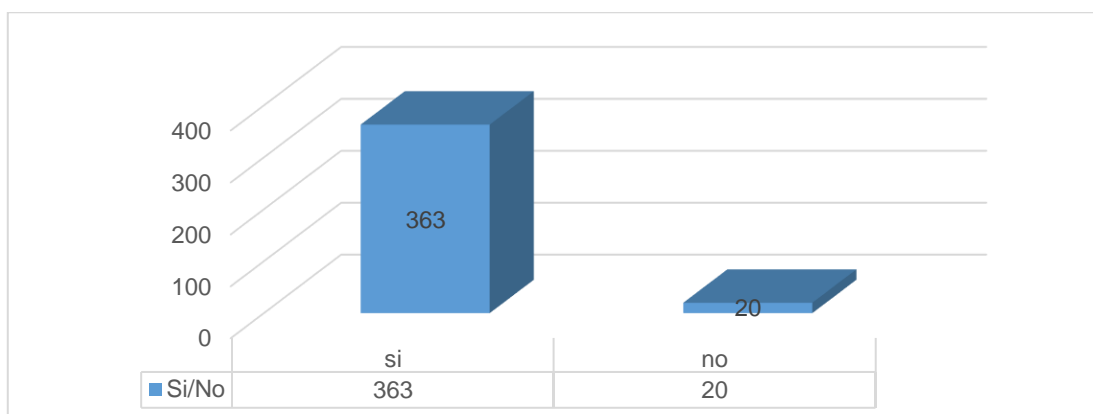
Cuadro 16. Interés para participar en el proyecto turístico

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	363	95%
No	20	5%
Total	383	100%

Fuente: Datos de campo

Elaboración: Bryan Gonzalo Herrera Flores

Figura 8. Interés para participar en el proyecto turístico



Fuente: Datos de campo
Elaboración: Bryan Gonzalo Herrera Flores

Interpretación cuantitativa

De las 383 personas encuestadas, el 95% que corresponden a 363 encuestas, consideran estar dispuestos a participar en dicho proyecto. Mientras que el 5% que correspondiente a las 20 personas restantes no estarían dispuestos a ser partícipe del proyecto.

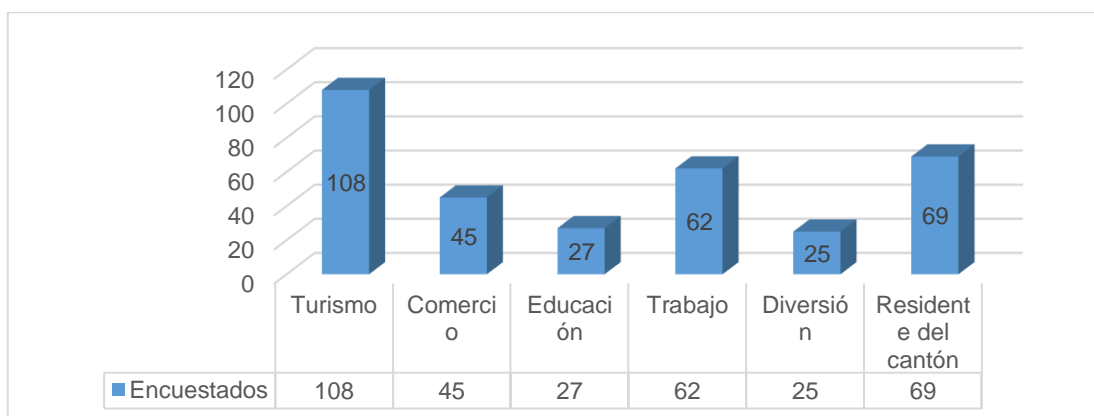
¿Qué actividades desarrolla usted en Yantzaza?

Cuadro 17. Actividades desarrolladas por los encuestados

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Turismo	108	32%
Comercio	45	13%
Educación	27	8%
Trabajo	62	18%
Diversión	25	7%
Residente del cantón	69	21%
Total	336	100%

Fuente: Datos de campo
Elaboración: Bryan Gonzalo Herrera Flores

Figura 9. Actividades desarrolladas por los encuestados



Fuente: Datos de campo
Elaboración: Bryan Gonzalo Herrera Flores

Interpretación cuantitativa

En la encuesta realizada de las 336 personas, un 32% correspondiente a 108 personas señalan que cuando visitan el cantón lo hacen por turismo, a diferencia del 7% que equivalen a 25 personas lo hacen por diversión, cabe destacar que también existe un 21% de encuestados que son residentes de dicho cantón mencionado, así mismo se evidencia un 18% de personas que se desplazan hasta Yantzaza lo hacen por trabajo.

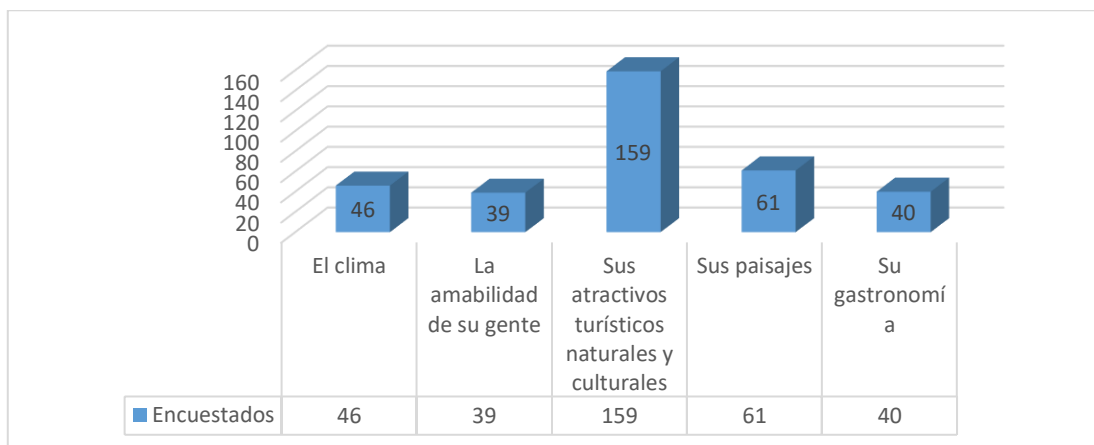
¿Qué es lo que más le gusta de Yantzaza? Responda en caso de conocer el cantón, caso contrario avance a la siguiente pregunta.

Cuadro 18. Interés de los encuestados por el cantón Yantzaza

Variable	Frecuencia	Porcentaje
El clima	46	13%
La amabilidad de su gente	39	11%
Sus atractivos turísticos naturales y culturales	159	46%
Sus paisajes	61	18%
Su gastronomía	40	12%
Total	345	100%

Fuente: Datos de campo
Elaboración: Bryan Gonzalo Herrera Flores

Figura 10. Interés de los encuestados por el cantón Yantzaza



Fuente: Datos de campo

Elaboración: Bryan Gonzalo Herrera Flores

Interpretación cuantitativa

De las 345 personas encuestadas, un 46% que pertenece a 159 personas lo que más destacan son sus atractivos turísticos naturales y culturales, un 18% correspondiente a 61 personas les llama la atención sus paisajes, a 46 personas con un 13% lo más atractivo es su clima, a un 12% que corresponde a 40 personas les encanta su gastronomía, mientras que a 39 personas que reflejan un 11% le gusta la amabilidad de la gente de dicha ciudad.

¿Con quién le gustaría visitar este lugar?

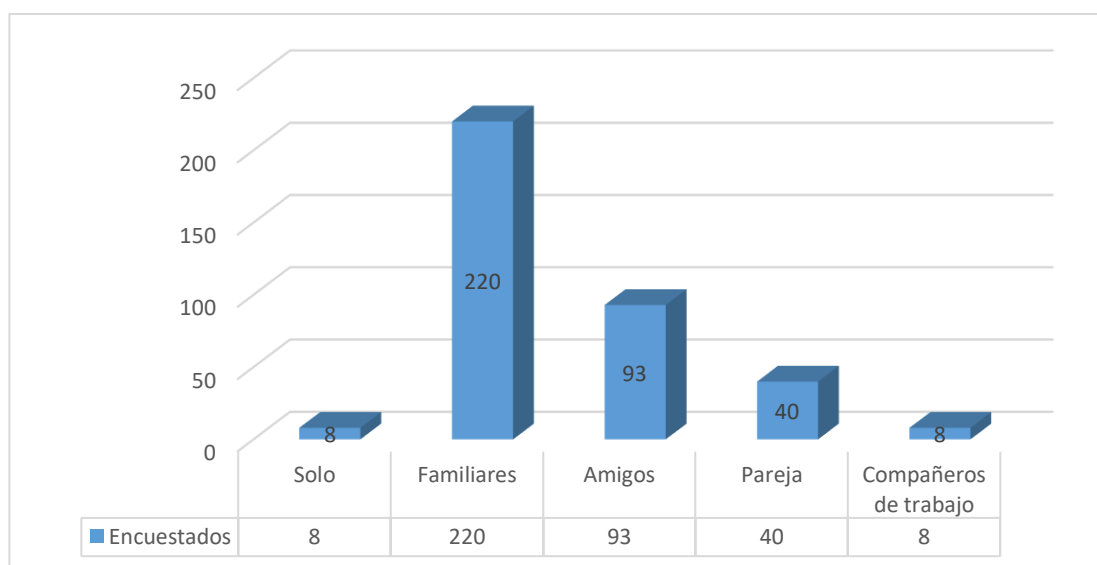
Cuadro 19. Compañía de viaje de los encuestados

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Solo	8	2%
Familiares	220	60%
Amigos	93	25%
Pareja	40	11%
Compañeros de trabajo	8	2%
Total	369	100%

Fuente: Datos de campo

Elaboración: Bryan Gonzalo Herrera Flores

Figura 11. Compañía de viaje de los encuestados



Fuente: Datos de campo

Elaboración: Bryan Gonzalo Herrera Flores

Interpretación cuantitativa

En la encuesta elaborada tenemos un total de 371 personas encuestadas, en tales resultados encontramos con un 60% que pertenece a 220 personas les gustaría visitar con su familia ha dicho cantón, mientras que a 93 personas correspondiente a un 25% les gustaría ir con sus amigos, mientras que a 8 personas que corresponde a un 2% preferirían ir solos a visitar al cantón Yantzaza.

¿Qué días preferiría usted visitar la zona?

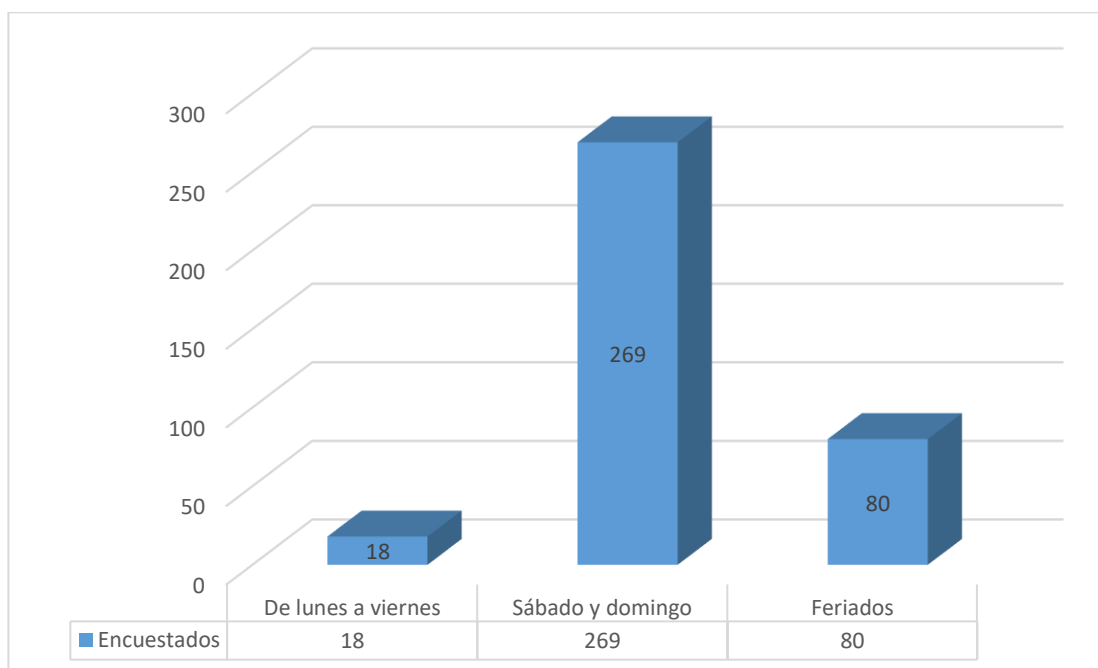
Cuadro 20. Preferencia de días de visita de los encuestados

Variable	Frecuencia	Porcentaje
De lunes a viernes	18	5%
Sábado y domingo	269	73%
Feridos	80	22%
Total	367	100%

Fuente: Datos de campo

Elaboración: Bryan Gonzalo Herrera Flores

Figura 12. Preferencia de días de visita de los encuestados



Fuente: Datos de campo

Elaboración: Bryan Gonzalo Herrera Flores

Interpretación cuantitativa

De las 367 personas encuestadas encontramos con un 73% que equivale a 269 personas nos hacen conocer que preferirían visitar la zona los días sábados y domingo, un 22% perteneciente a 80 personas optan por los feriados y las 18 personas restantes que corresponden al 5% se inclinarían por visitar el lugar los días de lunes y viernes.

¿Cómo se trasladaría a esta zona?

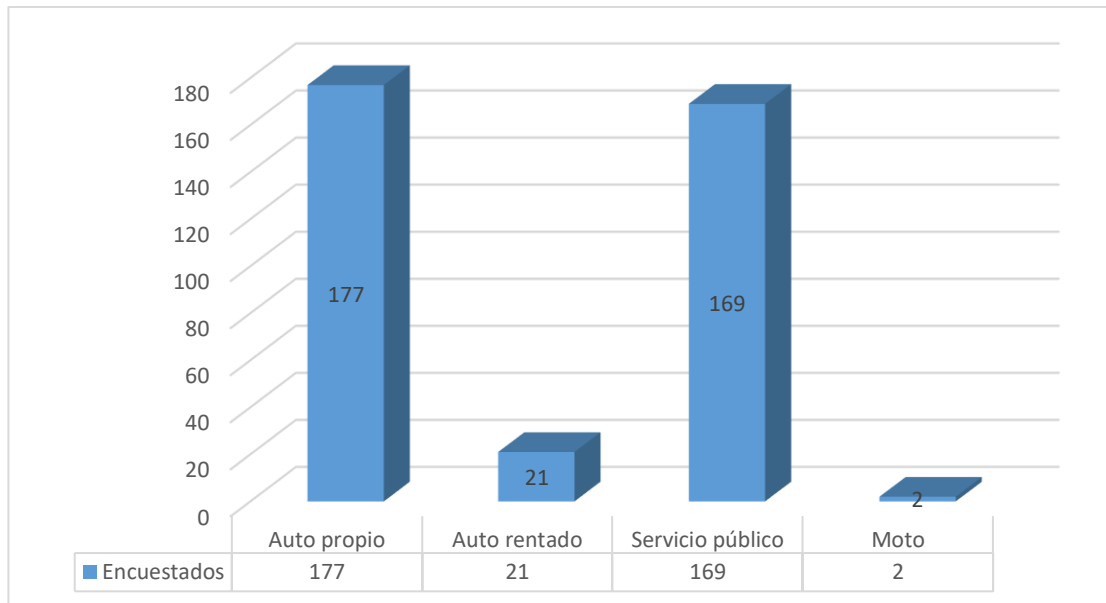
Cuadro 21. Forma de traslado a la zona por los encuestados

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Auto propio	177	48%
Auto rentado	21	6%
Servicio público	169	46%
Moto	2	1%
Total	369	100%

Fuente: Datos de campo

Elaboración: Bryan Gonzalo Herrera Flores

Figura 13. Forma de traslado a la zona por los encuestados



Fuente: Datos de campo

Elaboración: Bryan Gonzalo Herrera Flores

Interpretación cuantitativa

De las 369 personas encuestadas encontramos a un 48% que corresponden a 177 personas nos hacen conocer que se trasladarían en auto propio, a un 46% perteneciente a 169 personas lo harían en servicio público, el 6% optaría por auto rentado, mientras que un 1% equivalente a 2 personas prefieren llegar al lugar en moto.

¿Qué servicios turísticos valora más a la hora de visitar un lugar?

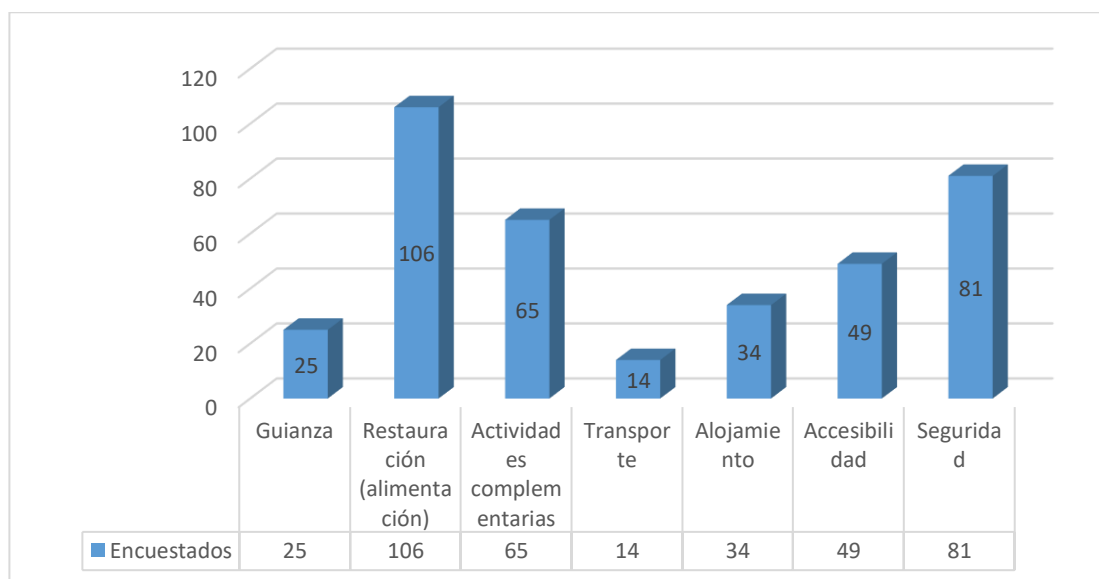
Cuadro 22. Valoración de los servicios turísticos por los encuestados

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Guianza	25	7%
Restauración (alimentación)	106	28%
Actividades complementarias	65	17%
Transporte	14	4%
Alojamiento	34	9%
Accesibilidad	49	13%
Seguridad	81	22%
Total	374	100%

Fuente: Datos de campo

Elaboración: Bryan Gonzalo Herrera Flores

Figura 14. Valoración de los servicios turísticos por los encuestados



Fuente: Datos de campo

Elaboración: Bryan Gonzalo Herrera Flores

Interpretación cuantitativa

Según en la encuesta realizada con 374 personas, un 28% que equivale a 106 personas decide que valora más la alimentación, 81 personas que corresponde a un 22% estima más la seguridad, mientras que el 4% que corresponden a 14 personas le dan más importancia al transporte.

De acuerdo a la gastronomía típica del lugar, ¿Qué platos le gustaría consumir? Seleccione 3

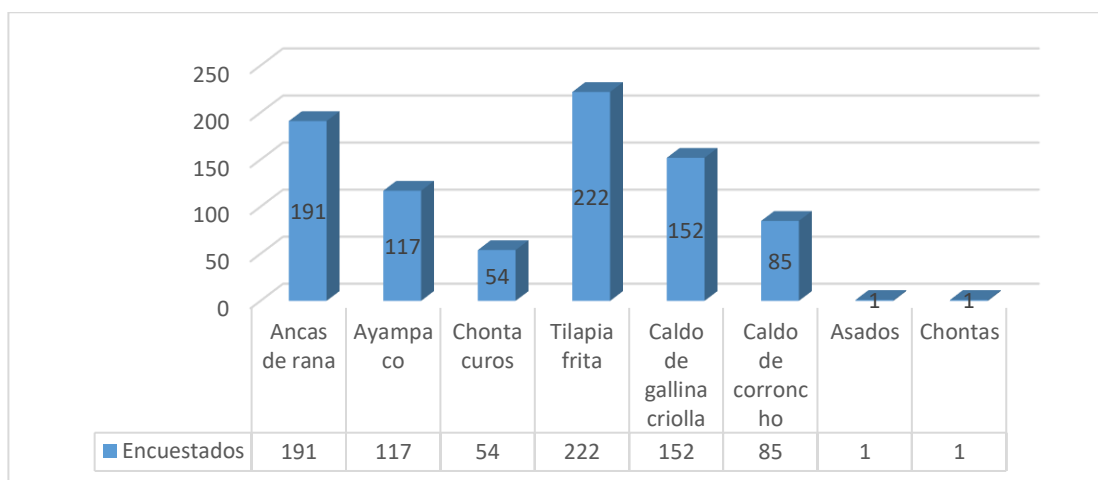
Cuadro 23. Preferencia de platos típicos

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Ancas de rana	191	23%
Ayampaco	117	14%
Chontacuros	54	7%
Tilapia frita	222	27%
Caldo de gallina criolla	152	18%
Caldo de corroncho	85	10%
Asados	1	0%
Chontas	1	0%
Total	823	100%

Fuente: Datos de campo

Elaboración: Bryan Gonzalo Herrera Flores

Figura 15. Preferencia de platos típicos



Fuente: Datos de campo

Elaboración: Bryan Gonzalo Herrera Flores

Interpretación cuantitativa

De las 373 personas encuestadas, encontramos que a 222 que corresponden al 27% del total de encuestados les gustaría degustar de la tilapia frita, al 23% que equivale a 191 personas prefieren probar las ancas de rana y mientras que el 18 % prefieren probar el caldo de gallina criolla, mientras que lo que menos quisieran encontrar son asados y chontas.

¿Por qué medios le gustaría informarse del producto turístico propuesto? Seleccione 4 respuestas.

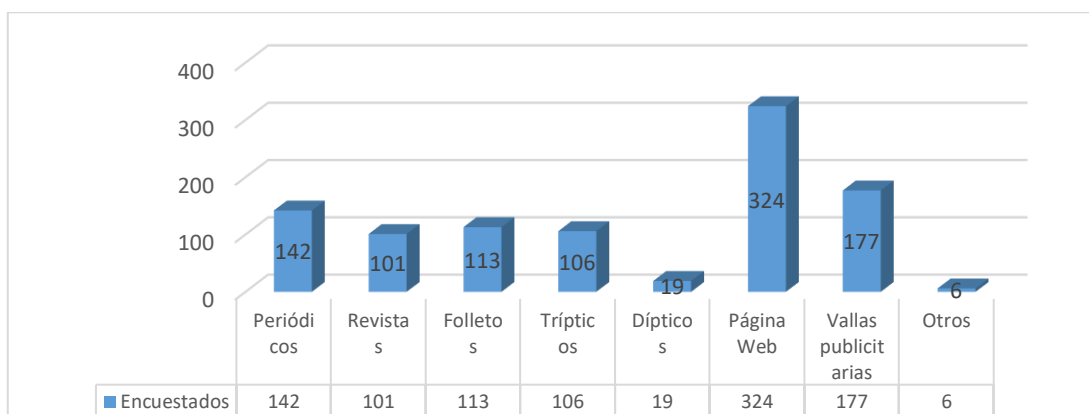
Cuadro 24. Preferencia de medios de comunicación

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Periódicos	142	14%
Revistas	101	10%
Folletos	113	11%
Trípticos	106	11%
Dípticos	19	2%
Página web	324	33%
Vallas publicitarias	177	18%
Otros	6	1%
Total	988	100%

Fuente: Datos de campo

Elaboración: Bryan Gonzalo Herrera Flores

Figura 16. Preferencia de medios de comunicación



Fuente: Datos de campo

Elaboración: Bryan Gonzalo Herrera Flores

Interpretación cuantitativa

De las 372 personas encuestadas, el 33% que equivalen a 324 encuestados preferirían informarse a través de una página web, seguido el 18% que semejan 177 personas les gustaría informarse mediante vallas publicitarias, el 14% que corresponden a 142 personas quisieran por periódicos, el 11% que pertenecen a 113 personas quisieran por folletos, el 11% que son 106 personas quisieran mediante trípticos y el 10% restante les gustaría mediante revistas.

**¿Cuáles son las redes sociales de mayor interés para usted?
Seleccione 2.**

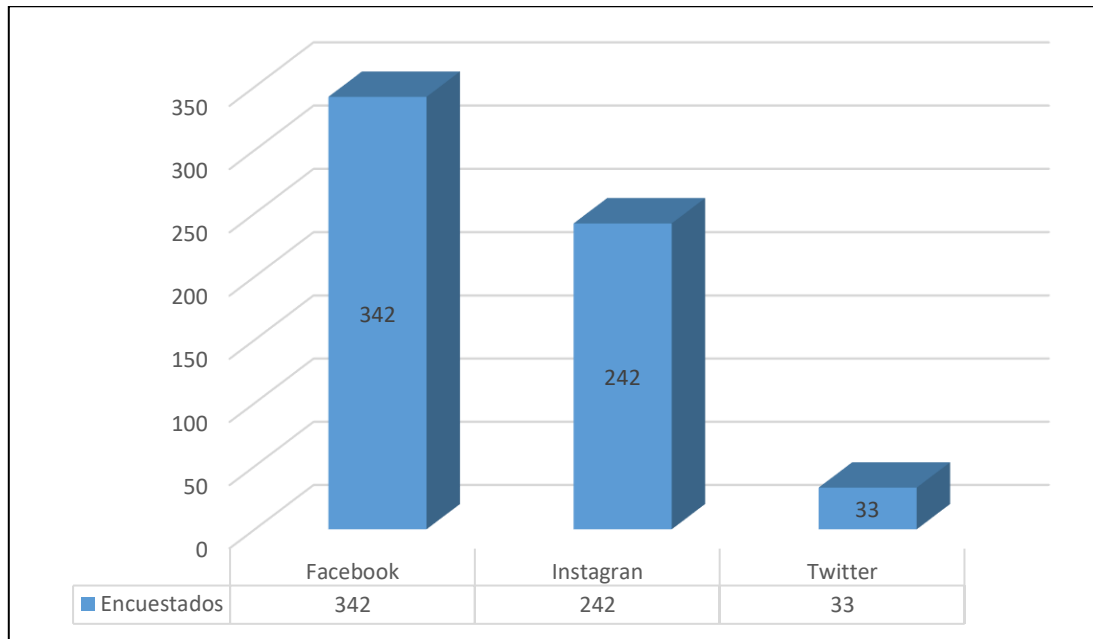
Cuadro 25. Redes sociales de mayor interés

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Facebook	342	55%
Instagram	242	39%
Twitter	33	5%
Total	617	100%

Fuente: Datos de campo

Elaboración: Bryan Gonzalo Herrera Flores

Figura 17. Redes sociales de mayor interés



Fuente: Datos de campo
 Elaboración: Bryan Gonzalo Herrera Flores

Interpretación cuantitativa

En la encuesta elaborada a 374 personas, un 55% reflejado en 342 personas están más interesadas en la red social Facebook, el 39% correspondiente a 242 personas muestran su interés por la red social Instagram y el 5% restante que equivale a 33 personas muestran su inclinación por Twitter.

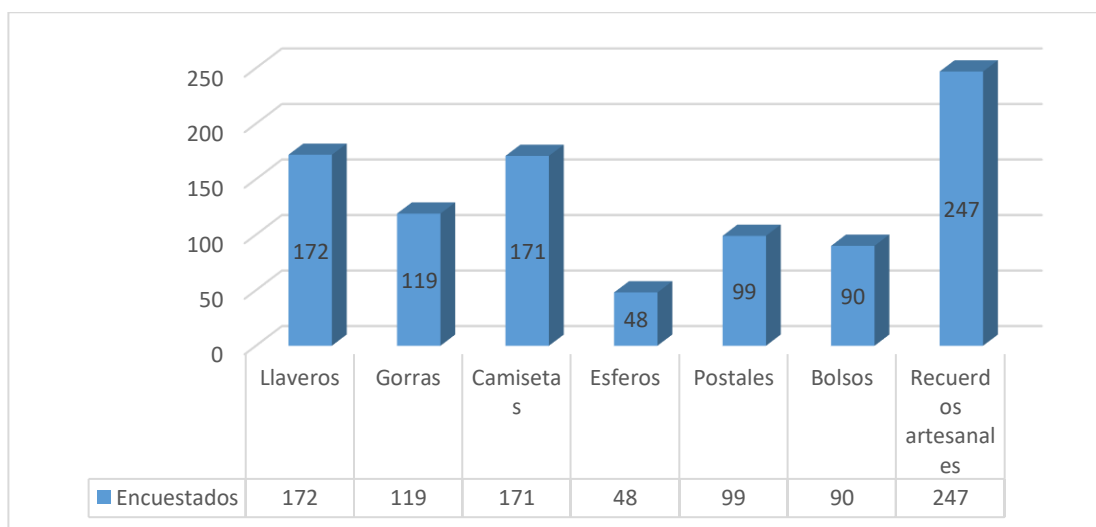
¿Qué tipo de souvenirs (recuerdos) le gustaría adquirir? Seleccione 3

Cuadro 26. Preferencia de souvenirs para adquirir

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Llaveros	172	18%
Gorras	119	13%
Camisetas	171	18%
Esferos	48	5%
Postales	99	10%
Bolsos	90	10%
Recuerdos artesanales	247	26%
Total	946	100%

Fuente: Datos de campo
 Elaboración: Bryan Gonzalo Herrera Flores

Figura 18. Preferencia de souvenirs para adquirir



Fuente: Datos de campo

Elaboración: Bryan Gonzalo Herrera Flores

Interpretación cuantitativa

De las 375 respuestas se obtuvo que el 26% que equivalen a 247 personas les gustaría adquirir recuerdos artesanales, al 18% que son 172 personas quisieran obtener llaveros, al 18% que corresponden a 171 personas están interesados en encontrar camisetas como recuerdo, mientras que el 13% que corresponde a 119 personas les gustaría recibir gorras.

¿Qué actividades adicionales le gustaría realizar? Seleccione 2

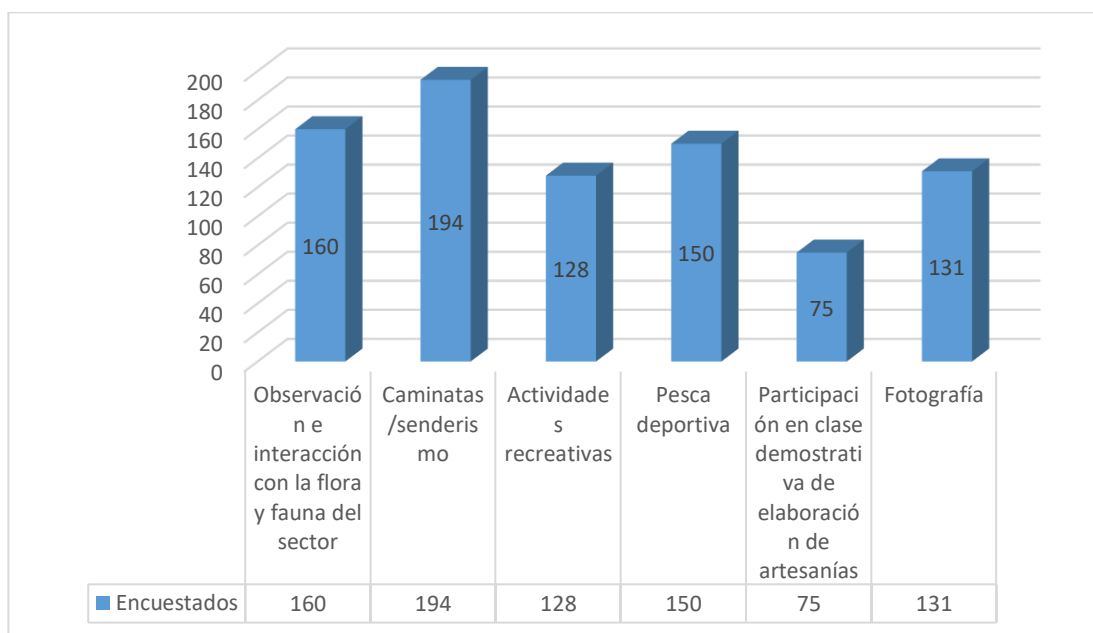
Cuadro 27. Actividades adicionales de interés a realizar

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Observación e interacción con la flora y fauna del sector	160	19%
Caminatas/senderismo	194	23%
Actividades recreativas	128	15%
Pesca deportiva	150	18%
Participación en clase demostrativa de elaboración de artesanías	75	9%
Fotografía	131	16%
Total	838	100%

Fuente: Datos de campo

Elaboración: Bryan Gonzalo Herrera Flores

Figura 19. Actividades adicionales de interés a realizar



Fuente: Datos de campo

Elaboración: Bryan Gonzalo Herrera Flores

Interpretación cuantitativa

De las 373 respuestas obtenidas encontramos que la mayor parte de personas con un 23% correspondiente a 194 encuestados preferirían practicar caminatas y senderismo en el sector, seguido con un 19% equivalente a 160 personas les gustaría realizar observaciones e interacciones con la flora y fauna del lugar.

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio de alimentación?

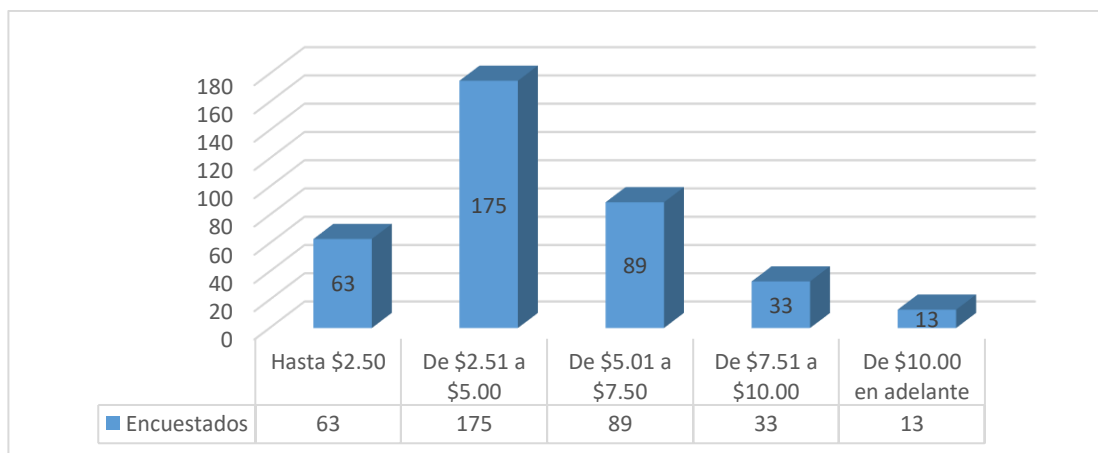
Cuadro 28. Precios por el servicio de alimentación

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Hasta \$2,50	63	17%
De \$2,51 a \$5,00	175	47%
De \$5,01 a \$7,50	89	24%
De \$7,01 a \$10,00	33	9%
De \$10,00 en adelante	13	3%
Total	373	100%

Fuente: Datos de campo

Elaboración: Bryan Gonzalo Herrera Flores

Figura 20. Precios por el servicio de alimentación



Fuente: Datos de campo

Elaboración: Bryan Gonzalo Herrera Flores

Interpretación cuantitativa

Con las 373 personas encuestadas, un 47% equivalente a 175 personas están dispuestas a pagar de \$2.51 a \$5.00, un 24% perteneciente a 89 personas están puestas a cancelar de \$5.01 a \$7.50, un 17% correspondiente a 63 personas están cómodas a cancelar hasta \$2.50, encontramos que 33 personas con un 9% prefieren cancelar de \$7.51 a \$10.00, mientras que un 3% restante reflejado en 13 personas están optas en cancelar \$10.00 en adelante.

Cuando usted realiza sus viajes, ¿Cuál es el promedio de gasto diario para hospedaje, alimentación y recreación?

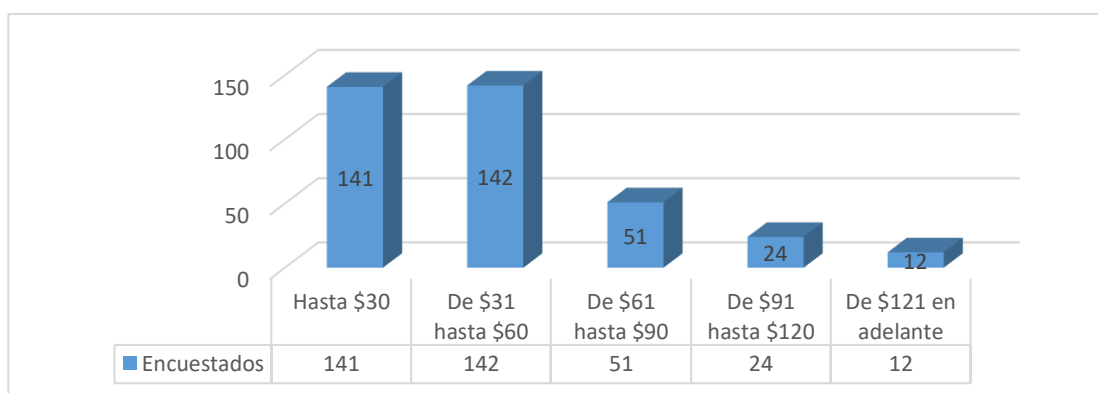
Cuadro 29. Gasto diario por servicios de alimentación, hospedaje y recreación

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Hasta \$30,00	141	38%
De \$31 hasta \$60	142	38%
De \$61 hasta \$90	51	14%
De \$91 hasta \$120	24	6%
De \$121 en adelante	12	3%
Total	370	100%

Fuente: Datos de campo

Elaboración: Bryan Gonzalo Herrera Flores

Figura 21. Gasto diario por servicios de alimentación, hospedaje y recreación



Fuente: Datos de campo

Elaboración: Bryan Gonzalo Herrera Flores

Interpretación cuantitativa

Con las 370 personas encuestadas, un 38% equivalente a 142 personas gastan de \$31.00 hasta \$60.00, así mismo otro 38% perteneciente a 141 personas hasta \$30.00, , mientras que un 3% reflejado en 12 personas gastan de \$121.00 en adelante.

Acerca de Usted

Lugar de residencia (cantón)

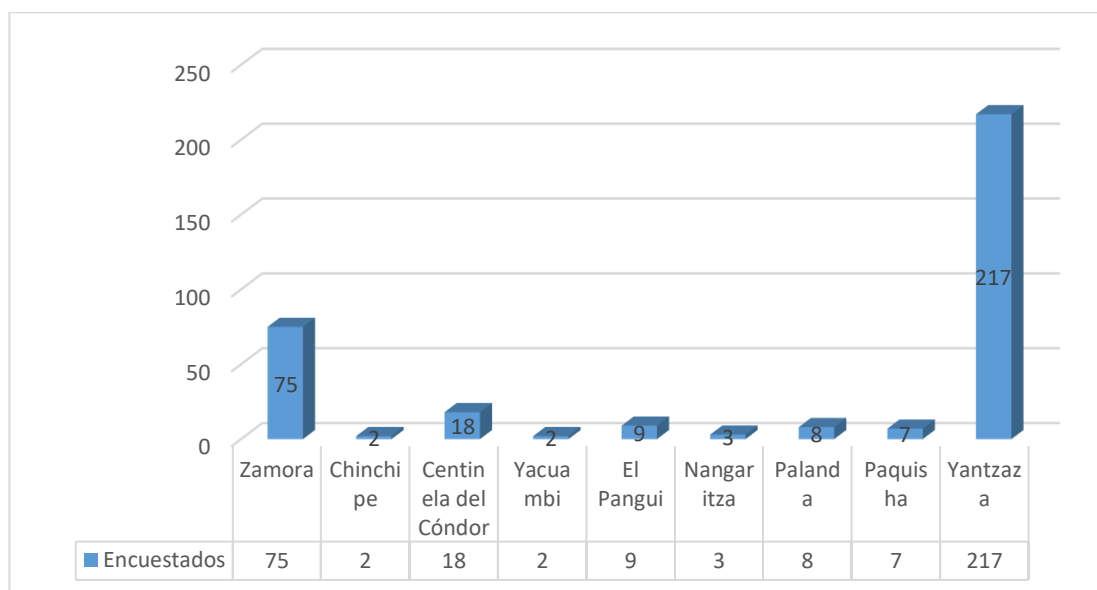
Cuadro 30. Lugar de residencia cantonal

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Zamora	75	22%
Chinchipec	2	1%
Centinela del Cóndor	18	5%
Yacuambi	2	1%
El Pangui	9	3%
Nangaritzza	3	1%
Palanda	8	2%
Paquisha	7	2%
Yantzaza	217	64%
Total	341	100%

Fuente: Datos de campo

Elaboración: Bryan Gonzalo Herrera Flores

Figura 22. Lugar de residencia cantonal



Fuente: Datos de campo

Elaboración: Bryan Gonzalo Herrera Flores

Interpretación cuantitativa

De los 341 encuestados encontramos a la mayor parte que son del cantón Yantzaza con un 64% que corresponden a 217 personas, seguido podemos observar que un 22% que pertenece a 75 personas son del cantón de Zamora, mientras que el porcentaje más bajo corresponde a Chinchipe con un 1% que equivalen a 2 personas encuestadas

Edad

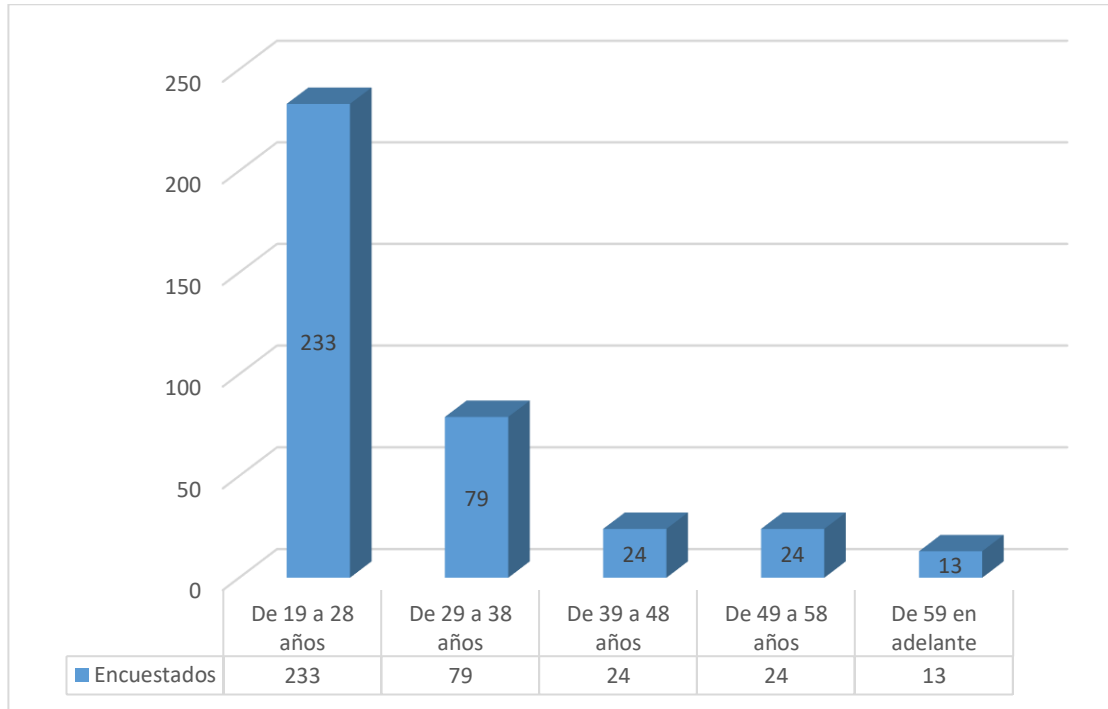
Cuadro 31. Edad

Variable	Frecuencia	Porcentaje
De 19 a 28 años	233	62%
De 29 a 38 años	79	21%
De 39 a 48 años	24	6%
De 49 a 58 años	24	6%
De 59 en adelante	13	3%
Total	373	100%

Fuente: Datos de campo

Elaboración: Bryan Gonzalo Herrera Flores

Figura 23. Edad



Fuente: Datos de campo

Elaboración: Bryan Gonzalo Herrera Flores

Interpretación cuantitativa

De las 373 respuestas obtenidas encontramos que el 62% que corresponden a 233 personas se encuentran en el rango de 19 a 28 años, seguido podemos observar que el 21% que equivalen a 79 personas se encuentran en un rango de 2 a 38 años, caso contrario con menor porcentaje encontramos a las personas de 59 años en adelante con un porcentaje del 3% semejantes a 13 personas

Género

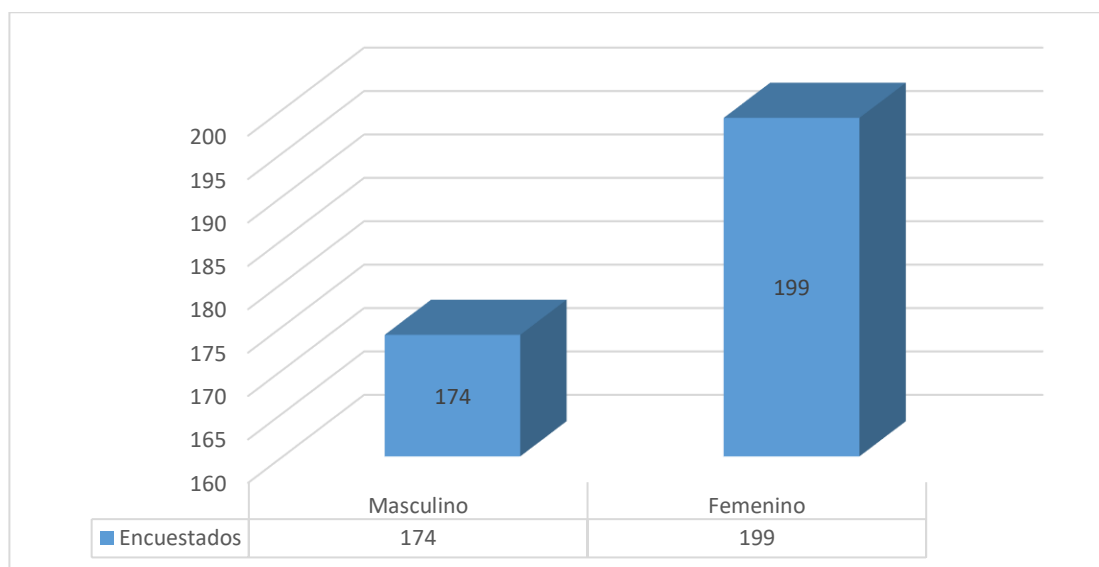
Cuadro 32. Género

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	174	47%
Femenino	199	53%
Total	373	100%

Fuente: Datos de campo

Elaboración: Bryan Gonzalo Herrera Flores

Figura 24. Género



Fuente: Datos de campo

Elaboración: Bryan Gonzalo Herrera Flores

Interpretación cuantitativa

De las 373 respuestas encontramos que un 53% correspondientes a 199 personas son del género femenino, mientras que el 47% restantes equivalen a 174 personas del género masculino

Estado civil

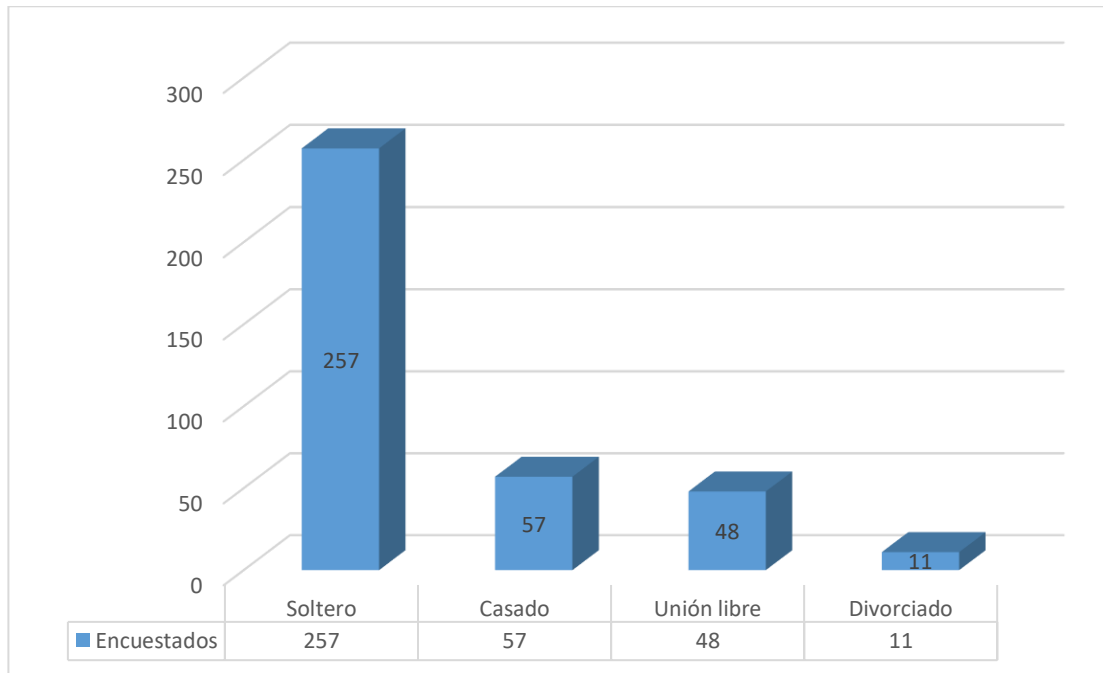
Cuadro 33. Estado civil

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Soltero	257	69%
Casado	57	15%
Unión libre	48	13%
Divorciado	11	3%
Total	373	100%

Fuente: Datos de campo

Elaboración: Bryan Gonzalo Herrera Flores

Figura 25. Estado civil



Fuente: Datos de campo

Elaboración: Bryan Gonzalo Herrera Flores

Interpretación cuantitativa

De las 373 respuestas obtenidas encontramos que el 69% que corresponden a 257 personas son solteros, seguido vemos que el 15% que equivalen a 57 personas son casadas, mientras que como porcentaje menor descubrimos que el 3% correspondientes a 11 personas son viudas.

Grado escolar

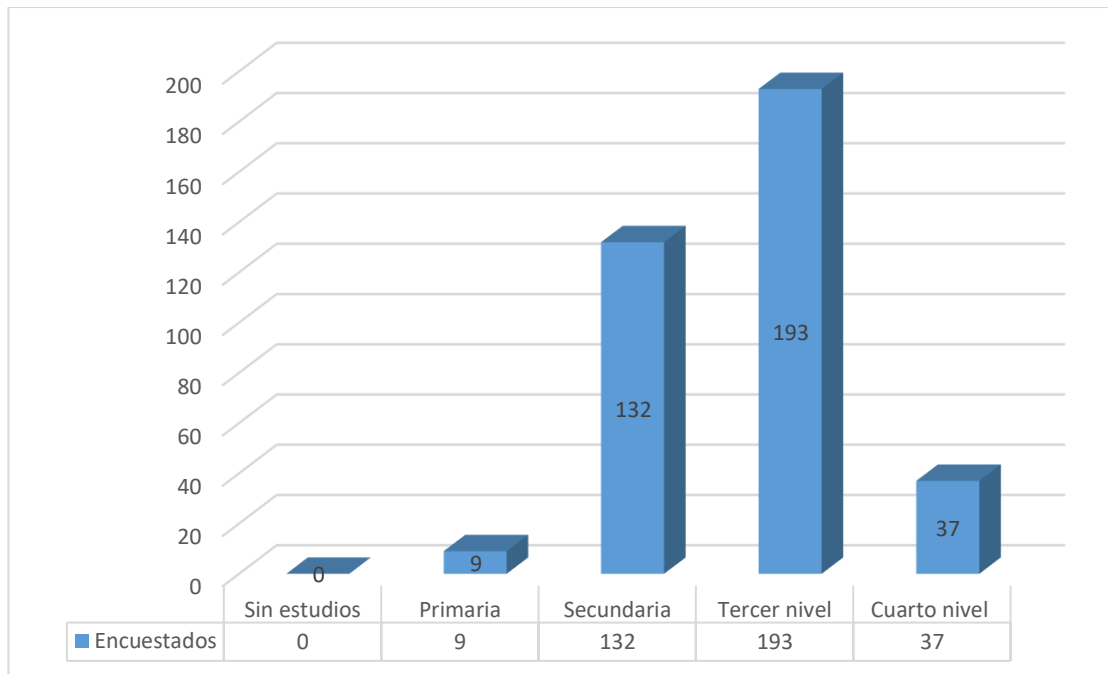
Cuadro 34. Grado escolar

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Primaria	9	2%
Secundaria	132	36%
Tercer nivel	193	52%
Cuarto nivel	37	10%
Total	371	100%

Fuente: Datos de campo

Elaboración: Bryan Gonzalo Herrera Flores

Figura 26. Grado escolar



Fuente: Datos de campo

Elaboración: Bryan Gonzalo Herrera Flores

Interpretación cuantitativa

De las 371 respuestas obtenidas vemos que el 52% que corresponden a 193 personas son de tercer nivel, seguido encontramos que el 36% que equivalen a 132 son personas que tienen sus estudios hasta la secundaria y como menor rango descubrimos que el 2% equivalente a 9 personas han realizado sus estudios hasta la primaria.

Ocupación

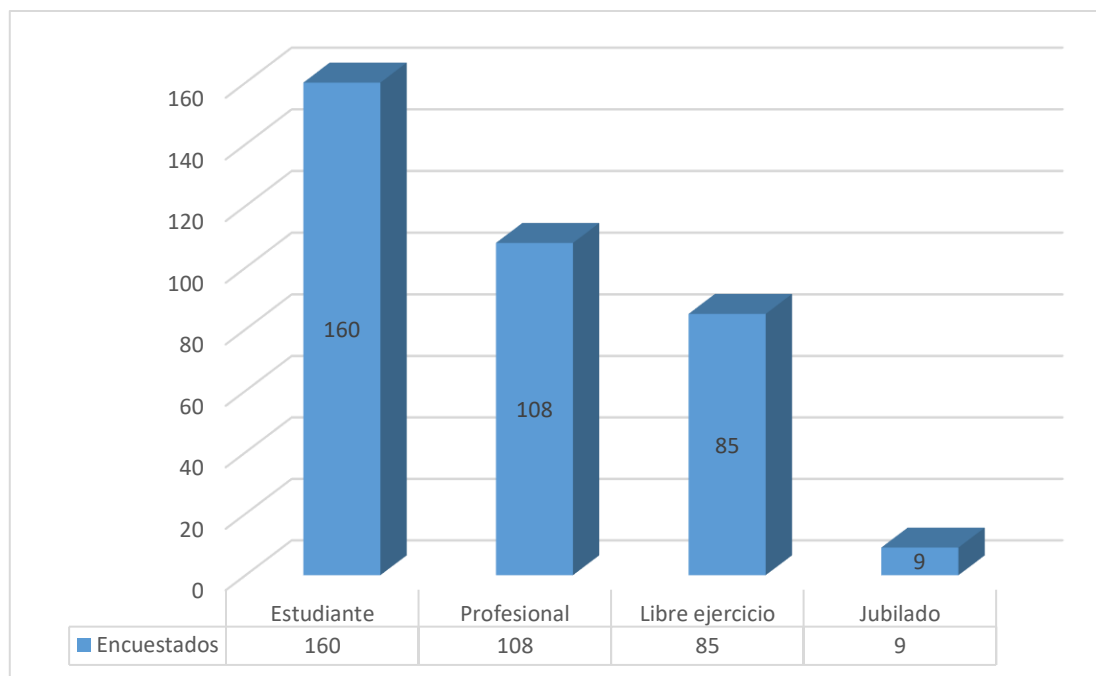
Cuadro 35. Ocupación

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Estudiante	160	44%
Profesional	108	30%
Libre ejercicio	85	23%
Jubilados	9	2%
Total	362	100%

Fuente: Datos de campo

Elaboración: Bryan Gonzalo Herrera Flores

Figura 27. Ocupación



Fuente: Datos de campo

Elaboración: Bryan Gonzalo Herrera Flores

Interpretación cuantitativa

De las 362 respuestas obtenidas se pudo observar que el 44% correspondiente a 160 personas son estudiantes, seguido encontramos a un 30% equivalentes a 108 personas son profesionales, mientras que un 23% que son 85 personas se dedican a diversas funciones de libre ejercicio y el 2% restante corresponde a personas jubiladas.

Ingresos mensuales

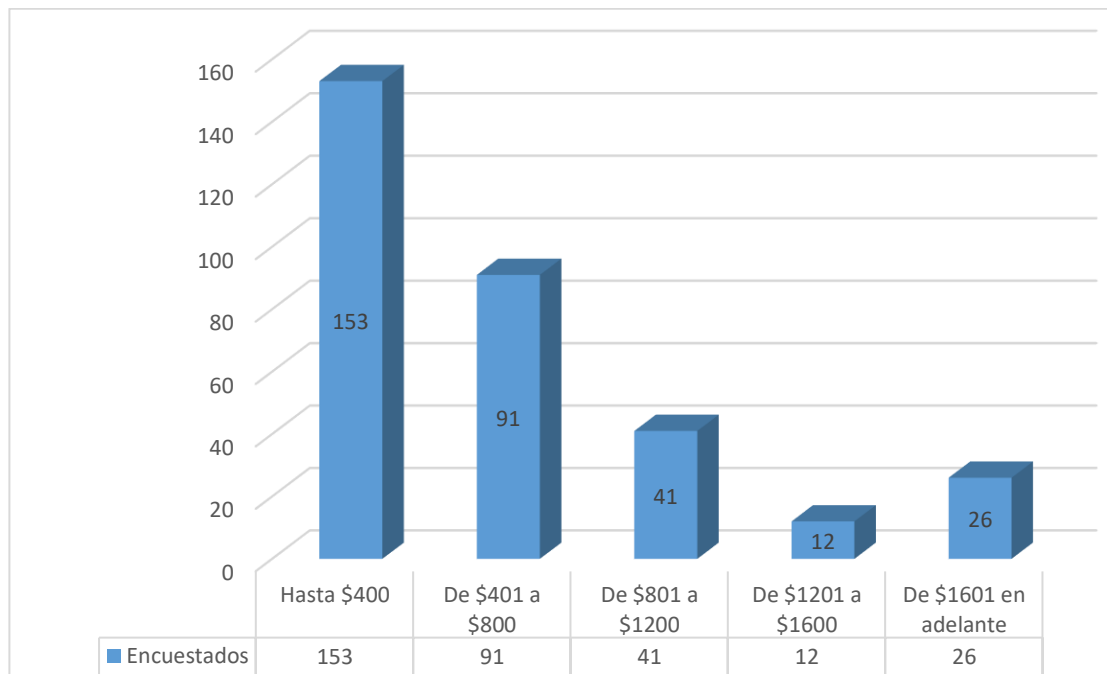
Cuadro 36. Ingresos mensuales

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Hasta \$400	153	47%
De \$401 a \$800	91	28%
De \$801 a \$1200	41	13%
De \$1201 a \$1600	12	4%
De \$1601 en adelante	26	8%
Total	323	100%

Fuente: Datos de campo

Elaboración: Bryan Gonzalo Herrera Flores

Figura 28. Ingresos mensuales



Fuente: Datos de campo

Elaboración: Bryan Gonzalo Herrera Flores

Interpretación cuantitativa

De las 323 respuestas el 47% que corresponden a 153 personas tienen un sueldo de hasta \$400, seguido encontramos con un 28% que equivalen a 91 personas que tienen ingresos en el rango desde los \$401 a \$800, mientras que como rango más pequeño vemos que el 4% que son 12 personas tienen ingresos desde los \$1201 hasta los \$1600.

6.1.9. Análisis FODA

Cuadro 37. Análisis FODA

	POSITIVOS	NEGATIVOS
	FORTALEZAS	DEBILIDADES
INTERNOS	<p>F1 Gran variedad de atractivos culturales y naturales</p> <p>F2 Diversidad étnica</p> <p>F3 Existencia de grupos étnicos Saraguro y shuar que conservan sus tradiciones y costumbres</p> <p>F4 Convivencia pacífica entre grupos étnicos</p> <p>F5 Flora y Fauna propia de la zona</p> <p>F6 Población dispuesta a trabajar en turismo</p> <p>F7 Interés de las comunidades en el desarrollo turístico.</p> <p>F8 Potencial gastronómico</p> <p>F9 Cuenta con una unidad de turismo</p> <p>F10 Apoyo de la cámara cantonal de turismo</p> <p>F11 Clima agradable y confortable</p> <p>F12 Gran infraestructura por parte de los servidores turísticos</p> <p>F13 Gran caudal del río (Río Zamora)</p> <p>F14 El turismo avanza en popularidad a nivel mundial</p> <p>F15 Zonas aprovechables para el turismo</p> <p>F16 Accesibilidad a los atractivos</p> <p>F17 Yantzaza es popular por la economía que maneja</p> <p>F18 Buen grado en educación</p>	<p>D1 Falta de estrategias de difusión y publicidad turística por parte de la Unidad de Turismo.</p> <p>D2 Desconocimientos del desarrollo turístico por parte de la población</p> <p>D3 Deficiente señalización turística y vial en el cantón Yantzaza</p> <p>D4 Carencia de desarrollo de proyectos turísticos fluviales en el cantón Yantzaza.</p> <p>D5 Ausencia de apoyo por parte de la administración del GAD Yantzaza para desarrollar el turismo.</p> <p>D6 Falta de mantenimiento de vías y caminos que conlleven hasta los atractivos.</p> <p>D7 Falta de operadoras turísticas del cantón Yantzaza</p> <p>D8 Inexistencia de cooperativas de transporte fluvial para movilizarnos entre las parroquias</p>
	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
EXTERNOS	<p>O1 Incremento de ingresos por parte de la actividad turística</p> <p>O2 Iniciativas para emprendimientos turísticos</p> <p>O3 Motivación e interés por parte de autoridades a brindar ayudas para el fortalecimiento turístico</p> <p>O4 Motivación a cuidar entornos naturales y culturales por parte de autoridades y personas del sector</p> <p>O5 Aparecimiento de nuevos tipos de turismo</p> <p>O6 Nuevas Fuentes de empleo a través del turismo</p>	<p>A1 Desastres naturales</p> <p>A2 Contaminación y destrucción del patrimonio natural, cultural y su entorno</p> <p>A3 Existencia de nuevas rutas turísticas terrestres</p> <p>A4 Deterioro de las áreas naturales por crecimiento de la población</p> <p>A5 Deterioro continuo de carreteras por las condiciones climáticas</p> <p>A6 Migración de pobladores por diversos temas</p> <p>A7 nuevas fuentes de ingresos no relacionadas al turismo</p>

	<p>O7 Mayores ingresos económicos tanto a entidades públicas como privadas</p> <p>O8 Creación de una nueva fuente de información sobre el turismo fluvial</p> <p>O9 Existencia de herramientas tecnológicas para la promoción de atractivos turísticos</p> <p>O10 Interés de visitantes por conocer nuevas experiencias turísticas</p>	
--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

Fuente: Datos de campo

Elaboración: Bryan Gonzalo Herrera Flores

6.1.10. Matriz de estrategias FODA

Cuadro 38. Matriz de estrategias FODA

	Fortalezas	Debilidades
Factores internos	F1 Gran variedad de atractivos culturales y naturales F2 Diversidad étnica F3 Existencia de grupos étnicos Saraguro y shuar que conservan sus tradiciones y costumbres F4 Convivencia pacífica entre grupos étnicos F5 Flora y Fauna propia de la zona F6 Población dispuesta a trabajar en turismo	D1 Falta de estrategias de difusión y publicidad turística por parte de la Unidad de Turismo. D2 Desconocimientos del desarrollo turístico por parte de la población D3 Deficiente señalización turística y vial en el cantón Yantzaza
Factores externos	F7 Interés de las comunidades en el desarrollo turístico F8 Potencial gastronómico F9 Cuenta con una unidad de turismo F10 Apoyo de la cámara cantonal de turismo F11 Clima agradable y confortable F12 Gran infraestructura por parte de los servidores turísticos F13 Gran caudal del río (Río Zamora) F14 El turismo avanza en popularidad a nivel mundial F15 Zonas aprovechables para el turismo F16 Accesibilidad a los atractivos F17 Yantzaza es popular por la economía que maneja F18 Buen grado en educación	D4 Carencia de desarrollo de proyectos turísticos fluviales en el cantón Yantzaza. D5 Ausencia de apoyo por parte de la administración del GAD Yantzaza para desarrollar el turismo. D6 Falta de mantenimiento de vías y caminos que conlleven hasta los atractivos. D7 Falta de operadoras turísticas del cantón Yantzaza D8 Inexistencia de cooperativas de transporte fluvial para movilizarnos entre las parroquias
Oportunidades	Estrategias FO	Estrategias DO
O1 Incremento de ingresos por parte de la actividad turística O2 Iniciativas para emprendimientos turísticos O3 Motivación e interés por parte de autoridades a brindar ayudas para el fortalecimiento turístico	F1, F2, F3, F5, F8, F11, F12, F13, F14, F16, O2, O3, O4, O5, O10 Desarrollar una ruta turística fluvial de manera que ayude al desarrollo turístico del cantón F6, F9, F10, O2, O3 Determinar un plan de capacitaciones turísticas a prestadores de servicios turísticos y población allegada a los atractivos.	D1, D4, O3, O5, O9 Elaborar estrategias de promoción de los atractivos culturales y naturales de la zona mediante herramientas tecnológicas D3, D6, O3, O10 Implementar señalética en las estaciones a visitar

<p>O4 Motivación a cuidar entornos naturales y culturales por parte de autoridades y personas del sector</p> <p>O5 Aparecimiento de nuevos tipos de turismo</p> <p>O6 Nuevas Fuentes de empleo a través del turismo</p> <p>O7 Mayores ingresos económicos tanto a entidades públicas como privadas</p> <p>O8 Creación de una nueva fuente de información sobre el turismo fluvial</p> <p>O9 Existencia de herramientas tecnológicas para la promoción de atractivos turísticos</p> <p>O10 Interés de visitantes por conocer nuevas experiencias turísticas</p>	<p>F1, F2, F3, F4, F5, F7, F8, F12, F13, F14, F15, F16, O1, O3, O4, O5, O6, O7, O9 Fomentar el turismo sostenible mediante la creación de una ruta turística fluvial</p> <p>F1, F2, F9, F10, F12, F14, O3, O5, O8, O9, O10 Realizar un inventario de atractivos turísticos el cual potencie el turismo del cantón</p>	
<p>Amenazas</p>	<p>Estrategias FA</p>	<p>Estrategias DA</p>
<p>A1 Desastres naturales</p> <p>A2 Contaminación y destrucción del patrimonio natural, cultural y su entorno</p> <p>A3 Existencia de nuevas rutas turísticas terrestres</p> <p>A4 Deterioro de las áreas naturales por crecimiento de la población</p> <p>A5 Deterioro continuo de carreteras por las condiciones climáticas</p> <p>A6 Migración de pobladores por diversos temas</p> <p>A7 nuevas fuentes de ingresos no relacionadas al turismo</p>	<p>F1, F2, F5, F8, F9, F10, F13, A2, A4 A7 Generar campañas de concientización del potencial turístico que posee el cantón</p>	<p>D5, D7, D8, A1, A2, A4, A5 Proponer estrategias que permitan mitigar los impactos ambientales</p>

Fuente: Datos de campo

Elaboración: Bryan Gonzalo Herrera Flores

6.2. Diseño de una ruta turística fluvial sobre el Río Zamora en el cantón Yantzaza, provincia de Zamora Chinchipe

6.2.1. Ruta turística fluvial Yantzaza

En la presente propuesta se analizaron los atractivos que se encuentran cercanos al río Zamora del cantón Yantzaza y posteriormente se determinó que los más óptimos a implementar en el proyecto realizado son los atractivos: Productora de Chocolates Quezada Vanegas, El Masharito, Industria Textil FS6, Sedas ISMI, Comunidad de Nankais y Flo-Playa. Así mismo se determinaron los puertos de embarque y desembarque para llegar a cada atractivo turístico que se mencionó anteriormente.

6.2.1.1. Nombre de la Ruta

El nombre de “Ruta Turística fluvial Yantzaza” surge como resultado en función del tipo de recorrido que se va a desarrollar y en base al cantón en el que nos encontramos de tal manera que se designó dicho nombre.

6.2.1.2. Medios de transporte

Para acceder al recorrido se lo realizará mediante una canoa motorizada partiendo desde el muelle principal de la ciudad de Yantzaza, además existen pequeños tramos en los cuales se realiza una pequeña caminata al momento de desembarcar y embarcar en la canoa motorizada para llegar a cada atractivo turístico.

6.2.1.3. Imagen corporativa

Para la imagen corporativa se diseñó un logotipo en el cual se refleja al río y a personas navegando sobre él, las letras de la ciudad en la que se desarrolla la ruta, los sombreros de las etnias más representativas del cantón, y la respectiva luciérnaga que caracteriza a Yantzaza como “El Valle de las Luciérnagas”.

Figura 29. Imagen corporativa



Fuente: Datos de campo

Elaboración: Bryan Gonzalo Herrera Flores

6.2.1.4. Descripción de la marca

El logo está representado por las letras de Yantzaza las cuales están rellenas con los colores de la bandera del cantón, encima de ellas se muestran tres sombreros de las principales etnias que habitan en el cantón aparte de la mestiza como son el shuar, la saraguro y la etnia afro ecuatoriana. En la parte derecha tenemos la luciérnaga que la añadimos por ser el animal que caracteriza a Yantzaza como El Valle de las luciérnagas así mismo con los colores que representan al cantón.

En la parte inferior de azul tenemos al río Zamora y dentro de él encontramos el slogan que caracteriza a la ruta turística fluvial. Encima del río colocamos una canoa en la cual están dos personas dando la apariencia que están navegando sobre él.

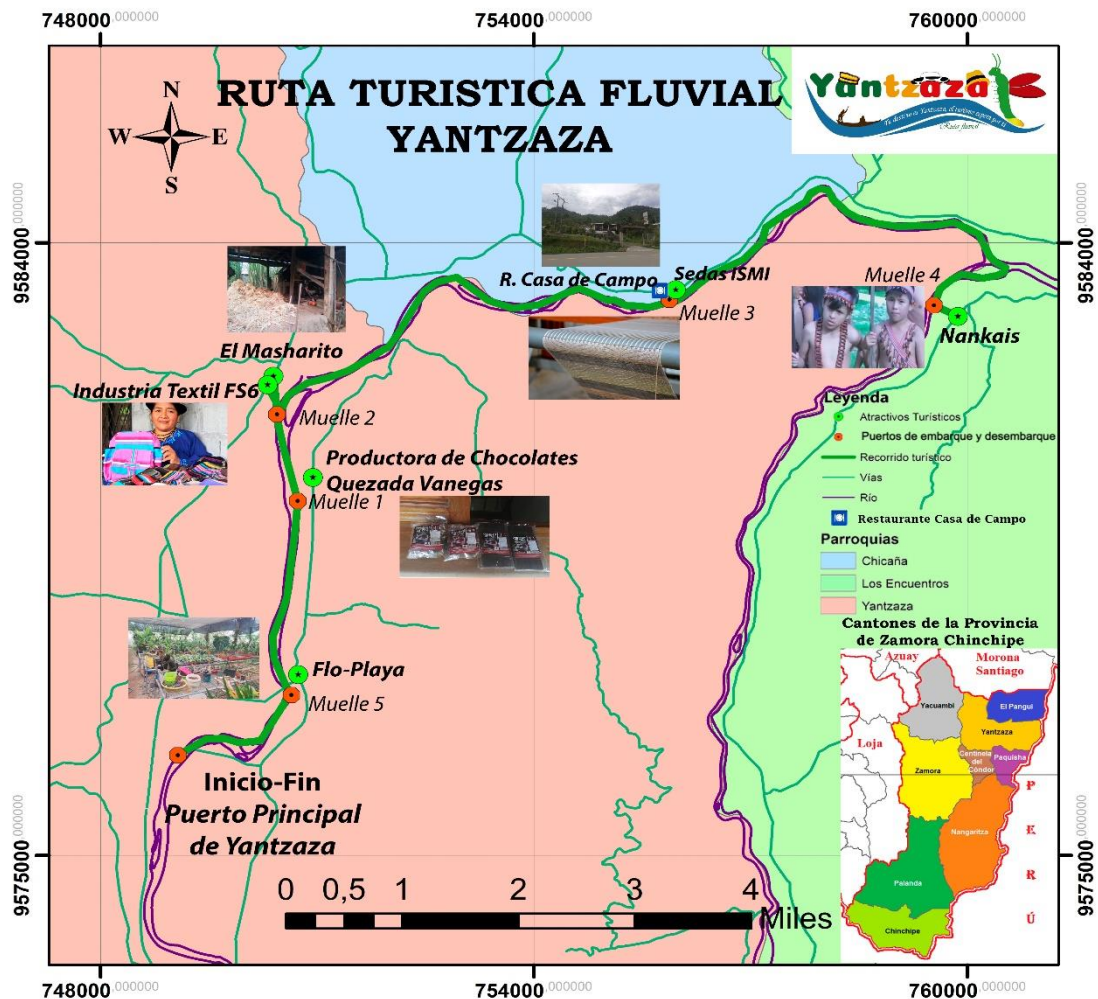
6.2.1.5. Slogan

El slogan "Tu destino es Yantzaza, el turismo espera por ti" se lo designó en base a que Yantzaza es un lugar con un amplio abanico de atractivos turísticos naturales y culturales, por lo tanto, se podría decir que el turismo espera a propios y extraños para que se deleiten con los encantos que poseemos en el cantón.

6.2.1.6. Promesa de venta

Yantzaza, un lugar donde podrás disfrutar de todos los encantos naturales y culturales propios de la amazonia ecuatoriana, ven y disfruta de este hermoso valle a través de un recorrido único sobre el río Zamora.

Figura 30. Mapa de la ruta



Fuente: ArcGIS, 2021

Elaboración: Bryan Gonzalo Herrera Flores

6.2.1.7. Modalidad de turismo

Tenemos una variedad de atractivos en la propuesta a ejecutar lo cual realizan la ruta para ofrecerla a diferentes segmentos de mercado, entre ellos encontramos atractivos naturales y culturales como son principalmente el río

Zamora, la Productora de Chocolates Quezada Vanegas, El Masharito, Industrias Textiles FS6, Sedas ISMI, Comunidad Shuar de Nankais y el Orquideario Flo-Playa.

6.2.1.8. Perfil del visitante

La ruta está enfocada principalmente según las encuestas y resultados que se obtuvieron en el primer objetivo para personas jóvenes que comprenden entre las edades de 19 a 38 años, sin embargo, esto no es una limitante para que personas de otras edades participen en el producto ofertado.

6.2.1.9. Seguridad turística

El cantón Yantzaza consta con unidades policiales y el servicio de Emergencias ECU911, además de centros de salud, en caso de que los turistas o visitantes posean enfermedades o se presente alguna urgencia médica serán atendidos por una persona calificada en el área o a su vez el guía tendrá que aportar con sus conocimientos en casos de emergencias, dependiendo del acontecimiento que se presente se los trasladaría al Hospital Básico de Yantzaza o a su vez a los subcentros más cercanos de las diferentes parroquias.

Otro punto a considerar es que el recorrido se lo realizará de acuerdo a la condición climática, por lo tanto, en días soleados o en días en los que no se presente lluvia será favorable la navegación, mientras que en días lluviosos no es recomendable realizar este tipo de actividades ya que se vuelve peligroso y se atentaría contra la vida del turista.

Así mismo para preservar la seguridad del turista y del personal operativo durante el traslado de un puerto a otro se debe contar con chalecos salvavidas, implemento que está diseñado para mantener a la persona a flote en el agua, colocándolo automáticamente boca arriba, manteniendo su boca y su nariz fuera del agua para evitar el riesgo de ahogamiento, en caso de que estuviese inconsciente al momento de caer al agua o por cualquier incidente que ocurra durante el recorrido, por ende es importante contar con esta herramienta de seguridad para la propuesta establecida, el diseño se muestra a continuación:

Figura 31. Chaleco salvavidas



Fuente: Datos de campo

Elaboración: Bryan Gonzalo Herrera Flores

6.2.1.10. Necesidades turísticas

De acuerdo con las visitas de observación que se realizó en las diferentes estaciones a implementar en la propuesta, en las entrevistas y el análisis FODA permitió determinar que en el cantón Yantzaza existen necesidades que requieren ser trabajadas, entre ellos están el mantenimiento de los atractivos turísticos y mejorar las condiciones de accesibilidad en los puertos de embarque, de la misma manera se determinó que los visitantes buscan actividades nuevas, de esta forma establecimos en la investigación que el producto de la propuesta de la ruta turística fluvial podría tener una buena acogida como producto nuevo e innovador.

6.2.1.11. Guión turístico

Buenos días señores turistas, mi nombre es Bryan Herrera y voy a ser el guía que los acompañará durante todo el recorrido que haremos en esta emocionante aventura a través del río Zamora.

El día de hoy realizaremos un recorrido por el Río Zamora, donde disfrutaremos del contacto directo con el entorno natural y con los diferentes emprendimientos turísticos que se ofrecen en nuestra región.

Durante nuestra visita encontraremos productos derivados del cacao y del café, también degustaremos bebidas extraídas a partir del jugo de la caña, recorreremos una de las industrias en la cual producen artesanías, tejidos, entre otros productos de una familia perteneciente a la etnia Saraguro, así mismo conoceremos otra productora en la cual se elaboran telares a partir gusano de seda, por otra parte nos adentraremos hasta un orquideario en el cual se exhiben varias especies de plantas y de orquídeas, además, visitaremos una comunidad shuar, los cuales nos representarán sus costumbres e historia.

El recorrido tendrá una duración aproximada de diez horas, en cada parada que hagamos podéis comprar, probar y disfrutar algunos de los productos que se ofrecen en cada estación. Pueden registrar con sus cámaras, celulares o videograbadoras el tema de su interés. Por favor no descuiden sus objetos personales y recuerden que estaré atento a responder sus inquietudes.

Les comento que, nos encontramos al sur de nuestro hermoso Ecuador, en la provincia de Zamora Chinchipe, cantón Yantzaza, el mismo que goza de un privilegiado clima, un grandioso ecosistema el cual nos permite apreciar una gran variedad de flora y fauna propias de nuestra región amazónica, además, gozamos de un territorio pluricultural donde conviven las etnias saraguro, shuar, afros y mestizos convirtiendo a Yantzaza un lugar importante por descubrir.

Como primera estación visitaremos la productora de chocolates Quezada Vanegas, siendo la misma propietaria, la señora Anita Vanegas quien nos guie y nos muestre el proceso de producción y elaboración de chocolates (intervención de los propietarios).

Al culminar la exposición continuaremos hasta nuestra segunda estación donde encontraremos Industrias textiles FS6, de la misma manera su propietario, el señor Francis Sarango junto a su esposa nos explicarán parte del proceso de la elaboración de sus productos textiles (intervención de los propietarios).

Como siguiente punto caminaremos hasta el atractivo EL Masharito, su propietario don Carlos Cajamarca nos explicará el proceso de productos derivados de la caña (intervención de los propietarios).

Como tercera parada visitaremos el emprendimiento de la señora Zoila Iñiguez, propietaria del atractivo Sedas ISMI donde nos dará a conocer parte de la elaboración de prendas a partir de la tela que desprenden los gusanos de seda (intervención de los propietarios).

A continuación, iremos hasta el restaurante Casa de Campo donde dispondremos de 30 minutos para almorzar de una deliciosa tilapia, unas ancas de rana o un caldo de gallina según sus preferencias para poder continuar con el recorrido.

Ahora nos conduciremos en nuestra canoa motorizada hasta la comunidad de Nankais donde seremos partícipes de exposiciones de la etnia shuar del sector (intervención de la comunidad).

Como último punto y no menos importante nos transportaremos hasta el atractivo Flo Playa donde la señora Leonor Alvarado, quien nos expondrá varias de las especies de plantas y orquídeas de las que consta en este invernadero (intervención de los propietarios).

Para finalizar el recorrido iremos al puerto de partida al muelle principal de la ciudad de Yantzaza donde culminaremos nuestra aventura.

En nombre de todos los actores que hemos estado a sus disposiciones os damos las gracias por haber sido partícipes de este recorrido por el río Zamora, sin más que decir os esperamos en una próxima aventura.

6.2.1.12. Estructura de ruta

Tipo de la ruta: Recorrido Circular

Inicio de la Ruta: 08:00am en el muelle Principal de la ciudad de Yantzaza

Fin de la ruta: 18:00pm en el muelle Principal de la ciudad de Yantzaza

Itinerario

8:00 a 8:15 Salida desde el muelle principal de Yantzaza hasta la estación 1.

8:15 Llegada al puerto de desembarque de la Productora de chocolates Quezada

8.15 a 8.25 Caminata hasta el atractivo Productora de Chocolates Quezada Vanegas

8.25 a 9.50 Explicación sobre la producción de chocolates y sus derivados

9.50 a 10.00 Caminata hasta el puerto de embarque de la estación 1

10:00 a 10.05 Traslado desde el puerto de embarque de la productora de chocolates Quezada hasta la estación 2

10:05 Llegada al puerto de desembarque de la estación 2

10:05 a 10:20 Caminata hasta el atractivo El Masharito

10:20 a 10.50 Explicación y degustación del guarapo en el atractivo El Masharito

10:50 a 10:55 Caminata hasta el atractivo Industrial Textil FS6

11:00 a 11.25 Explicación en Industria Textil FS6 sobre la elaboración de artesanías

11.25 a 11.35 Caminata hasta el puerto de embarque de la estación 2

11.35 a 11.55 Llegada al puerto de desembarque de la parada 3

11.55 a 12.05 Caminata hasta el atractivo Sedas ISMI

12.05 a 13.00 Explicación en Sedas ISMI sobre la elaboración de Tejidos del gusano de seda

De 13.00 a 13.05 Traslado hacia el restaurante Casa de Campo para el almuerzo

13.05 a 13.40 Almuerzo

13.40 a 13.45 Caminata hasta el puerto de embarque de la estación 3

13.45 a 14.05 Llegada al puerto de desembarque de la estación 4

14.05 a 14.15 Caminata hasta el atractivo Nankais

14.15 a 15.45 Explicación sobre la cultura shuar por parte de la comunidad de Nankais

15.45 a 15.55 Caminata hasta el puerto de embarque de la estación 4

15.55 a 16.40 Traslado hasta la estación 5

16.40 a 16.50 Caminata hasta el atractivo FLO PLAYA

16.50 a 17.40 Explicación sobre el cuidado y manejo de las orquídeas

17.40 a 17.50 Caminata hasta el puerto de embarque de la estación 5

17.50 a 18.00 Llegada al muelle principal

18.00 Fin del recorrido

El tipo de recorrido es un circuito circular el cual tiene como punto de partida desde el muelle principal de la ciudad de Yantzaza y tiene su culminación en el mismo, la ruta está conformada por 6 atractivos turísticos que engloba una distancia de 40km aproximadamente, lo que equivale a 10.42 NM, con un tiempo de duración que oscilan entre las 10 horas, iniciando desde las 08:00am hasta las 18:00pm.

El medio de transporte que nos desplazará a cada atractivo será una canoa motorizada y existirán pequeñas caminatas que nos llevarán hasta cada atractivo.

Para llegar a nuestra primera estación Productora de Chocolates Quezada Vanegas, nos embarcaremos en el bote recorriendo una distancia de 4.93km, con un tiempo aproximado de 15 minutos, seguido del desembarque caminaremos por un sendero de unos 10 minutos hasta llegar al atractivo, donde se podrá ser partícipe de una clase demostrativa de los productos que se ofrecen en el lugar, habiendo la posibilidad de adquirirlos mediante su compra, así mismo se dispondrá de unos minutos para realizar fotografías y preguntas, el tiempo total en este atractivo será de 1 hora con 25 minutos.

Para llegar a la segunda estación Industrias Textiles FS6 y El Masharito, navegaremos por el río una distancia de 1.30 km con un tiempo de 5 minutos aproximadamente hasta el puerto de desembarque, así mismo caminaremos a través de un sendero, unos 10 minutos aproximadamente hasta llegar al atractivo Industrias Textiles FS6 donde se podrá ser partícipe de una clase demostrativa de los productos artesanales que se ofrecen el lugar, además que pueden comprar los productos expuestos, de la misma manera se

dispondrá de unos minutos para realizar preguntas y fotografías en las instalaciones del atractivo, el tiempo total en este atractivo será de 25 minutos. En el atractivo El Masharito se expondrá parte del proceso de la extracción del jugo de caña y la elaboración del aguardiente, así mismo se puede hacer la compra de los productos expuestos, de igual manera se dispondrá de unos minutos para realizar preguntas y fotografías en las instalaciones del atractivo, el tiempo total de visita será de 20 minutos.

Como consecuente nos trasladaremos hasta el Barrio Quiringue a través del río en la canoa motorizada, este recorrido tendrá una distancia de 6.96 km con un tiempo de 20 minutos aproximadamente para desembarcar en el puerto que nos conducirá hasta el atractivo Sedas ISMI, seguido del desembarque caminaremos un sendero de unos 10 minutos aproximadamente hasta llegar al atractivo donde se podrá ser partícipe de una clase demostrativa de los productos elaborados que se ofrecen el lugar, además se observará el cuidado de los gusanos de seda, de la misma manera se puede hacer la compra de los productos expuestos, se dispondrá de unos minutos para realizar fotografías y preguntas, el tiempo total de visita será de 55 minutos.

La hora aproximada del almuerzo está contemplada a las 13.05pm aproximadamente, el lugar donde nuestros turistas podrán alimentarse será en el restaurante Casa de Campo, como opciones a elegir de comida se ofrecerán platos a la carta, entre ellos consideramos la tilapia, las deliciosas ancas de rana y el tradicional caldo de gallina criolla. Este restaurante se encuentra a un costado del atractivo Sedas ISMI lo que facilita su traslado, el tiempo en llegar será de unos 5 minutos aproximadamente desde el atractivo hasta el restaurante, el tiempo que dispondrán nuestros turistas para almorzar y descansar será de unos 35 minutos.

Para llegar a nuestra siguiente estación nos trasladaremos en el bote motorizado una distancia de 6.96 km con un tiempo aproximado de 21 minutos a través del río hasta la estación para el desembarque que nos llevará hasta la comunidad de Nankais, seguido del desembarque iremos a través de un

camino unos 10 minutos aproximadamente hasta llegar al atractivo donde se recibirá a los turistas con una danza típica de la etnia shuar y un vaso de la tradicional chicha, además se podrá ser participe en una clase demostrativa de los productos que se ofrecen en el lugar, así mismo se puede hacer la compra de los productos expuestos y se dispondrá de unos minutos para realizar fotografías y preguntas, el tiempo total de visita será de 1 hora con 30 minutos.

Para llegar a nuestra quinta estación nos trasladaremos en el bote motorizado una distancia de 17.82 km con un tiempo aproximado de 45 minutos a través del río hasta la estación para el desembarque, seguido del desembarque iremos a través de un camino unos 10 minutos aproximadamente hasta llegar al atractivo, los turistas serán participes de una clase demostrativa sobre el tema de las orquídeas, el tiempo total de visita será de 50 minutos aproximadamente.

Para culminar la ruta nos trasladaremos desde el puerto de desembarque de FLO PLAYA hasta el punto de partida que fue en el muelle principal de Yantzaza. El recorrido tendrá una duración de 10 horas aproximadamente.

6.2.1.13. Recomendaciones para el desarrollo de la Ruta Turística Fluvial

- Puntualidad para cumplir con el itinerario planteado
- Llevar repelente para evitar picaduras de mosquitos.
- Si padece de alguna enfermedad es necesario que lleve consigo la medicina que debe administrarse durante todo el viaje.
- Usar protector solar.
- Llevar consigo documentos de identidad.
- Llevar dinero para la compra de productos de su interés.
- Llevar ropa cómoda e impermeable.
- Respetar el lugar y arrojar la basura en los lugares indicados.
- Llevar una cámara fotográfica.
- Llevar agua o alguna bebida energizante.

Figura 32. Guía de la Ruta turística Fluvial Yantzaza

RUTA TURISTICA FLUVIAL YANTZAZA

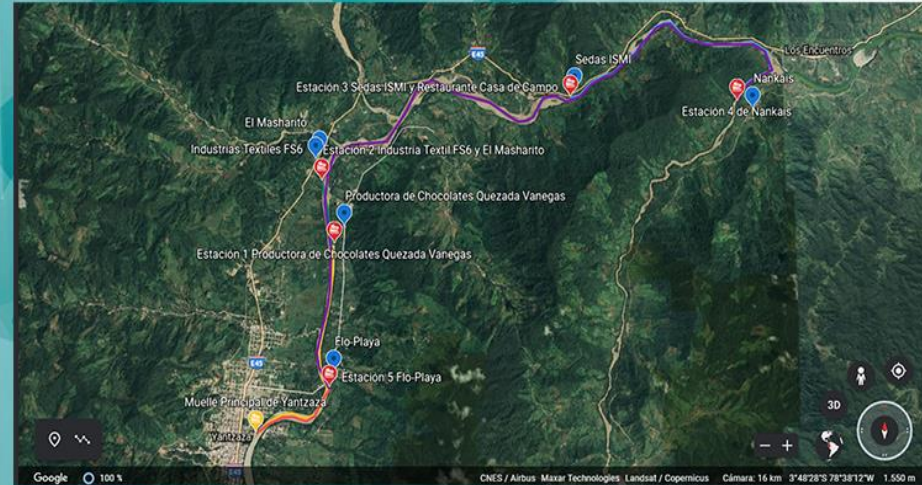


 Duración 1 Día	 Punto más alto 2450 msnm	 Dificultad Baja Media	 Actividad 	 Servicios 
 Tiempo de ruta 10 Horas	 Temperatura 15°C a 34°C			
 Distancia de ruta 40KM				

Yantzaza, un lugar donde podrás disfrutar de todos los encantos naturales y culturales propios de la amazonia ecuatoriana, ven y disfruta de este hermoso valle a través de un recorrido único sobre el río Zamora.

Itinerario

8:00 a 8:15 Salida desde el muelle principal de Yantzaza hasta la estación 1.
8:15 Llegada al punto de desembarque de la Productora de chocolates Quezada
8:15 a 8:25 Caminata hasta el atractivo Productora de Chocolates Quezada Vanegas
8:25 a 9:50 Explicación sobre la producción de chocolates y sus derivados
9:50 a 10:00 Caminata hasta el punto de embarque de la estación 1
10:00 a 10:05 Traslado desde el punto de embarque de la productora de chocolates Quezada hasta la estación 2
10:05 Llegada al punto de desembarque de la estación 2
10:05 a 10:20 Caminata hasta el atractivo El Masharito
10:20 a 10:50 Explicación y degustación del guarapo en el atractivo El Masharito
10:50 a 10:55 Caminata hasta el atractivo Industrial Textil F56
11:00 a 11:25 Explicación en Industria Textil F56 sobre la elaboración de artesanías
11:25 a 11:35 Caminata hasta el punto de embarque de la estación 2
11:35 a 11:55 Llegada al punto de desembarque de la parada 3
11:55 a 12:05 Caminata hasta el atractivo Sedas ISMI
12:05 a 13:00 Explicación en Sedas ISMI sobre la elaboración de Tejidos del gusano de seda
De 13:00 a 13:05 Traslado hacia el restaurante Casa de Campo para el almuerzo
13:05 a 13:40 Almuerzo
13:40 a 13:45 Caminata hasta el punto de embarque de la estación 3
13:45 a 14:05 Llegada al punto de desembarque de la estación 4
14:05 a 14:15 Caminata hasta el atractivo Nankais
14:15 a 15:45 Explicación sobre la cultura shuar por parte de la comunidad de Nankais
15:45 a 15:55 Caminata hasta el punto de embarque de la estación 4
15:55 a 16:40 Traslado hasta la estación 5
16:40 a 16:50 Caminata hasta el atractivo FLO PLAYA
16:50 a 17:40 Explicación sobre el cuidado y manejo de las orquídeas
17:40 a 17:50 Caminata hasta el punto de embarque de la estación 5
17:50 a 18:00 Llegada al muelle principal
18:00 Fin del recorrido



Recomendaciones

Puntualidad para cumplir con el itinerario planteado
Llevar repelente para evitar picaduras de mosquitos.
Si padece de alguna enfermedad es necesario que lleve consigo la medicina que debe administrarse durante todo el viaje.
Usar protector solar.
Llevar consigo documentos de identidad.
Llevar dinero para la compra de productos de su interés.

Recorrido

- 1º Productora de chocolates Quezada Vanegas
- 2º El Masharito
- 3º Industrias Textiles F56
- 4º Sedas ISMI
- 5º Comunidad de Nankais
- 6º Orquidiadero Flo-Playa

Fuente: Datos de campo

Elaboración: Bryan Gonzalo Flores Herrera

6.2.1.14. Comercialización del producto turístico

Para la comercialización del producto propuesto se han considerado varios detalles para obtener el costo, dicho producto se lo podrá comercializar a través del GADM de Yantzaza o a su vez con empresas turísticas privadas según el interés de cada quien por recurrir a los servicios planteados

Cuadro 39. Costo del producto turístico

Detalle	Cantidad	P. unitario	P. Total
Almuerzo	12	\$6,00	\$72,00
Combustible	8 galones	\$1,87	\$14,96
Canoero	1	\$30,00	\$30,00
Entrada a cada atractivo	72	\$5,00	\$360,00
Guía	1	\$30,00	\$30,00
Implementos para el turista (chalecos)	12	\$5,00	\$60,00
Subtotal			\$566,96
Imprevistos (10%)			\$623,66
Ganancia (30%)			\$187,10
Presupuesto Total			\$810,75
Precio por pax (12)			\$67,56
Precio por pax final			\$70,00

Fuente: Datos de campo

Elaboración: Bryan Gonzalo Flores Herrera

6.2.2. Propuesta de señalética turística

A continuación, se describe la propuesta de señalética a usar en los atractivos turísticos de la ruta turística fluvial dicha señalética se basa en el Manual de Señalización Turística del Ecuador (2010) elaborado por el MINTUR.

Propuesta de diseño de pictograma en el Muelle principal de Yantzaza

Cuadro 40. Propuesta de señalética para el Muelle principal de Yantzaza

Sistema de señalética turística	
Tipo de señal: Pictograma con poste	Coordenadas Latitud: -3.82878 Longitud: -78.75780
Función: Servirá como guía para que el turista recorra el lugar	Ubicación: El pictograma se lo colocara en la parroquia Yantzaza, justo a las proximidades del muelle principal de Yantzaza

MATERIALES

SUSTRATO: El elemento sobre el que se adherirá el material retrorreflectivo, está constituido por láminas de aluminio liso anodizado de 2 mm. Medida: 600 mm. x 600 mm. o 750 mm. x 750 mm.

Para el caso de pictogramas que presentan placa complementaria, se ha establecido las siguientes dimensiones: Medida de la placa: 600 mm. x 200 mm. o 750 mm. x 200 mm.

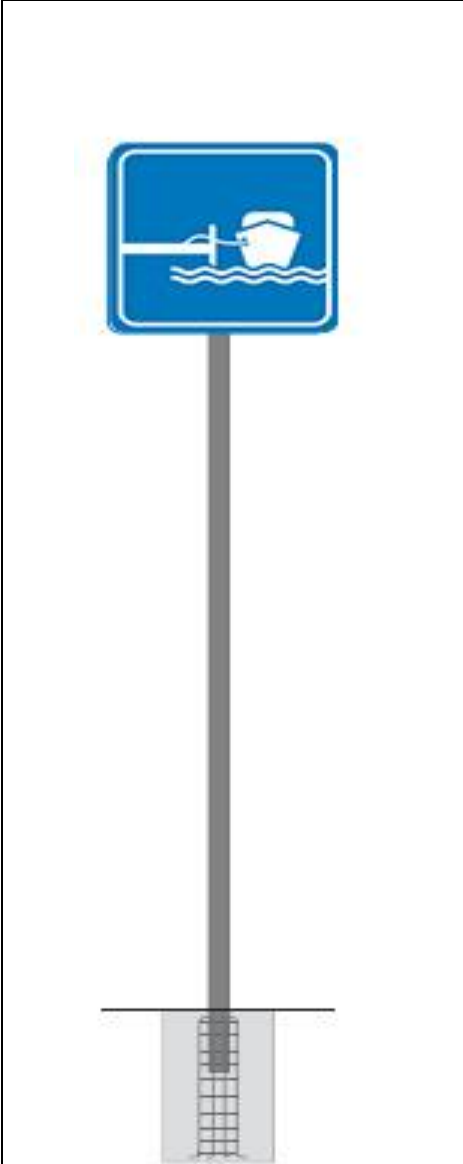
PLINTOS: Serán cubos de dimensiones geométricas definidas, de hormigón de 180 kg/cm² fundidos en sitio, los que servirán además de soportar la estructura, para nivelar la señal y tendrán las siguientes dimensiones: largo 300 mm., ancho 300 mm. y profundidad 500 mm.

POSTES O PARANTES: Para el pictograma se usa un solo tubo galvanizado de 50,8 mm. x 50,8 mm. (2" x 2") x 2 mm. de espesor y 3300 mm. de largo.

Deberán dejar una altura libre entre el suelo con la parte baja de la señal de 2000 mm. en pictogramas con placa complementaria. La parte superior del parante deberá ser cubierta por una placa de acero galvanizado soldada y esmerilada, para evitar el ingreso de agua al interior del tubo galvanizado.

PANTALLAS: Tendrá 2 componentes: La estructura, fabricada en tubos de acero de 1" x 1,5 mm. de espesor, sus uniones serán soldadas mediante suelda eléctrica, electrodos 6011, totalmente limpias y esmeriladas; la estructura deberá ser tratada mediante anticorrosivo promotor de adherencia, se deberá aplicar 2 manos.

FONDO: El fondo será una composición de material retrorreflectivo prismático, que cumplirá los niveles de retrorreflectividad tipo XI o tipo IV (de acuerdo a la información de zonas pluviosas) con norma ASTM D4956 y vinilos transparentes de electrocorte de color azul o café para textos, logotipos, logos, símbolos de servicios.



Mantenimiento

El mantenimiento se lo deberá realizar una vez al año donde se revisará la pintura, letras e imágenes o regeneración en caso de deterioro o vandalismo.

Costo

\$125,00

Observaciones: Se utiliza la simbología de lenguaje universal basado en el Manual de señalética del Ministerio de Turismo.

Fuente: Datos de campo

Elaboración: Bryan Gonzalo Flores Herrera

Cuadro 41. Propuesta de diseño del pictograma en el Muelle principal de Yantzaza



Fuente: Datos de campo
Elaboración: Bryan Gonzalo Flores Herrera

Propuesta de diseño de pictograma en la estación 1 de embarque y desembarque para llegar a la Productora de Chocolates Quezada Vanegas

Cuadro 42. Propuesta de señalética turística para Productora de Chocolates Quezada Vanegas

Sistema de señalética turística	
Tipo de señal: Pictograma con poste	Coordenadas Latitud: -3.79484 Longitud: -78.74244
Función: Servirá como guía para que el turista recorra el lugar	Ubicación: El pictograma se lo colocara en la parroquia Yantzaza, barrio los Hachos, justo en las coordenadas previstas para el arribo hacia el atractivo.
MATERIALES SUSTRATO: El elemento sobre el que se adherirá el material retrorreflectivo, está constituido por láminas de aluminio liso anodizado de 2 mm. Medida: 600 mm. x 600 mm. o 750 mm. x 750 mm. Para el caso de pictogramas que presentan placa complementaria, se ha establecido las siguientes dimensiones: Medida de la placa: 600 mm. x 200 mm. o 750 mm. x 200 mm. PLINTOS: Serán cubos de dimensiones geométricas definidas, de hormigón de 180 kg/cm ² fundidos en sitio, los que servirán además de soportar la estructura, para nivelar la señal y tendrán las siguientes dimensiones: largo 300 mm., ancho 300 mm. y profundidad 500 mm. POSTES O PARANTES: Para el pictograma se usa un solo tubo galvanizado de 50,8 mm. x 50,8 mm. (2" x 2") x 2 mm. de espesor y 3300 mm. de largo. Deberán dejar una altura libre entre el suelo con la parte baja de la señal de 2000 mm. en pictogramas con placa complementaria. La parte superior del parante deberá ser cubierta por una placa de acero galvanizado soldada y esmerilada, para evitar el ingreso de agua al interior del tubo galvanizado. PANTALLAS: Tendrá 2 componentes: La estructura, fabricada en tubos de acero de 1" x 1,5 mm. de espesor, sus uniones serán soldadas mediante suelda eléctrica, electrodos 6011, totalmente limpias y esmeriladas; la estructura deberá ser tratada mediante anticorrosivo promotor de adherencia, se deberá aplicar 2 manos.	

FONDO: El fondo será una composición de material retrorreflectivo prismático, que cumplirá los niveles de retrorreflectividad tipo XI o tipo IV (de acuerdo a la información de zonas pluviosas) con norma ASTM D4956 y vinilos transparentes de electrocorte de color azul o café para textos, logotipos, logos, símbolos de servicios.	
Mantenimiento	Costo
El mantenimiento se lo deberá realizar una vez al año donde se revisará la pintura, letras e imágenes o regeneración en casco de deterioro o vandalismo.	\$125,00
Observaciones: Se utiliza la simbología de lenguaje universal basado en el Manual de señalética del Ministerio de Turismo.	

Fuente: Datos de campo

Elaboración: Bryan Gonzalo Flores Herrera

Propuesta de diseño del pictograma en la estación 1 de embarque y desembarque para llegar a la Productora de Chocolates Quezada Vanegas

Cuadro 43. Propuesta de diseño del pictograma para Productora de Chocolates Quezada Vanegas

Situación actual

Propuesta de la señalética



Fuente: Datos de campo

Elaboración: Bryan Gonzalo Flores Herrera

Propuesta de diseño de señalética de direccionamiento Productora de Chocolates Quezada Vanegas

Cuadro 44. Propuesta de diseño de señalética para Productora de Chocolates Quezada Vanegas

Sistema de señalética turística	
Tipo de señal: Señal de aproximación y direccionamiento	Coordenadas Latitud -3.79436 Longitud: -78.74057
Función: Se las usa para colocar información de atractivos e indicar el direccionamiento de los mismos.	Ubicación: El pictograma se lo colocara en la parroquia Yantzaza, barrio los Hachos, justo en las coordenadas previstas para el direccionamiento hacia el atractivo.
MATERIALES: SUSTRATO: El elemento sobre el que se adherirá el material retrorreflectivo, está constituido por láminas de aluminio liso anodizado de 2mm. de espesor. La medida de las Señales Turísticas de Aproximación es 2400 mm. x 600 mm. con o sin troquel. PLINTOS: Serán cubos de dimensiones geométricas definidas, de hormigón de 180 kg/cm ² fundidos en sitio, los que servirán además de soportar la estructura de la señal para nivelar la misma. Tendrán las siguientes dimensiones: largo = 300 mm., ancho = 300 mm. y profundidad = 1000 mm.; estas	

especificaciones dependerán de la capacidad portante del suelo.

POSTES: Para la señal turística de aproximación se usa dos tubos galvanizados de 50,8 mm. x 50,8 mm. (2" x 2") x 2 mm., de espesor de 3800 mm. de longitud. Deberán dejar una altura libre bajo la señal de 2200 mm. (No se usan placas complementarias). Para soporte de la señal turística de aproximación al suelo, se soldarán seis crucetas de 200 mm. de largo, perpendiculares al tubo de acero galvanizado; las crucetas serán fabricadas de varilla corrugada de acero de ½" de diámetro.

PANTALLAS: Tendrá 2 componentes: La estructura, fabricada en tubo cuadrado de 50,8 mm. (2") x 1,5 mm., sus uniones serán soldadas mediante suelda eléctrica, electrodos 6011, totalmente limpias y esmeriladas; esta estructura estará conformada por un marco y diagonales de refuerzo del mismo tubo y la estructura será tratada mediante anticorrosivo promotor de adherencia, se deberá aplicar 2 manos.

FONDO: El fondo será una composición de material retrorreflectivo prismático, que cumplirá los niveles de retrorreflectividad tipo XI o tipo IV (de acuerdo a la información de zonas pluviosas) con norma ASTM D4956 y vinilos transparentes de electrocorte de color verde, café o azul para textos, logotipos, logos, símbolos de servicios.



Mantenimiento	Costo
El mantenimiento se lo deberá realizar una vez al año donde se revisará la pintura, letras e imágenes o regeneración en casco de deterioro o vandalismo	\$125,00
OBSERVACIONES: Se utiliza la simbología de lenguaje universal basado en el Manual de señalética del Ministerio de Turismo.	

Fuente: Datos de campo

Elaboración: Bryan Gonzalo Flores Herrera

Propuesta de diseño del pictograma de aproximación en la Productora de Chocolates Quezada Vanegas

Cuadro 45. Propuesta de señalética en la Productora de Chocolates Quezada Vanegas



Fuente: Datos de campo
Elaboración: Bryan Gonzalo Flores Herrera

Propuesta de diseño de pictograma Productora de Chocolates Quezada Vanegas

Cuadro 46. Propuesta de señalética para la Productora de Chocolates Quezada Vanegas

Sistema de señalética turística	
Tipo de señal: Pictograma con poste	Coordenadas Latitud: -3.79174 Longitud: -78.74049
Función: Servirá como guía para que el turista recorra el lugar	Ubicación: El pictograma se lo colocará en la parroquia Yantzaza, justo en la entrada hacia al atractivo turístico
MATERIALES SUSTRATO: El elemento sobre el que se adherirá el material retrorreflectivo, está constituido por láminas de aluminio liso anodizado de 2 mm. Medida: 600 mm. x 600 mm. o 750 mm. x 750 mm. Para el caso de pictogramas que presentan placa complementaria, se ha establecido las siguientes dimensiones: Medida de la placa: 600 mm. x 200 mm. o 750 mm. x 200 mm. PLINTOS: Serán cubos de dimensiones geométricas definidas, de hormigón de 180 kg/cm ² fundidos en sitio, los que servirán además de soportar la estructura, para nivelar la señal y tendrán las siguientes dimensiones: largo 300 mm., ancho 300 mm. y profundidad 500 mm. POSTES O PARANTES: Para el pictograma se usa un solo tubo galvanizado de 50,8 mm. x 50,8 mm. (2" x 2") x 2 mm. de espesor y 3300 mm. de largo. Deberán dejar una altura libre entre el suelo con la parte baja de la señal de 2000 mm. en pictogramas con placa complementaria. La parte superior del parante deberá ser cubierta por una placa de acero galvanizado soldada y esmerilada, para evitar el ingreso de agua al interior del tubo galvanizado. PANTALLAS: Tendrá 2 componentes: La estructura, fabricada en tubos de acero de 1" x 1,5 mm. de espesor, sus uniones serán soldadas mediante suelda eléctrica, electrodos 6011, totalmente limpias y esmeriladas; la estructura deberá ser tratada mediante anticorrosivo promotor de adherencia, se deberá aplicar 2 manos. FONDO: El fondo será una composición de material retrorreflectivo prismático, que cumplirá los niveles de retrorreflectividad tipo XI o tipo IV (de acuerdo a la información de zonas pluviosas) con norma ASTM D4956 y vinilos transparentes de electrocorte de color azul o café para textos, logotipos, logos, símbolos de servicios.	
Mantenimiento	Costo

El mantenimiento se lo deberá realizar una vez al año donde se revisará la pintura, letras e imágenes o regeneración en casco de deterioro o vandalismo.	\$125,00
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------

Observaciones: Se utiliza la simbología de lenguaje universal basado en el Manual de señalética del Ministerio de Turismo.

Fuente: Datos de campo

Elaboración: Bryan Gonzalo Flores Herrera

Propuesta de diseño de pictograma Productora de Chocolates Quezada Vanegas

Cuadro 47. Propuesta de señalética para la Productora de Chocolates Quezada Vanegas





Fuente: Datos de campo

Elaboración: Bryan Gonzalo Flores Herrera

Propuesta de diseño de pictograma en la estación 2 Industria Textil FS6-El Masharito

Cuadro 48. Propuesta de señalética para Industria Textil FS6-El Masharito

Sistema de señalética turística	
Tipo de señal: Pictograma con poste	Coordenadas Latitud: -3.78338 Longitud: -78.74501
Función: Servirá como guía para que el turista recorra el lugar	Ubicación: El pictograma se lo colocará en la parroquia Yantzaza, justo a las proximidades de la segunda estación de embarque y desembarque
MATERIALES SUSTRATO: El elemento sobre el que se adherirá el material retrorreflectivo, está constituido por láminas de aluminio liso anodizado de 2 mm. Medida: 600 mm. x 600 mm. o 750 mm. x 750 mm. Para el caso de pictogramas que presentan placa complementaria, se ha establecido las siguientes dimensiones: Medida de la placa: 600 mm. x 200 mm. o 750 mm. x 200 mm. PLINTOS: Serán cubos de dimensiones geométricas definidas, de hormigón de 180 kg/cm ² fundidos en sitio, los que servirán además de soportar la estructura, para nivelar la señal y tendrán las siguientes dimensiones: largo 300 mm., ancho 300 mm. y profundidad 500 mm. POSTES O PARANTES: Para el pictograma se usa un solo tubo galvanizado de 50,8 mm. x 50,8 mm. (2" x 2") x 2 mm. de espesor y 3300 mm. de largo. Deberán dejar una altura libre entre el suelo con la parte baja de la señal de 2000 mm. en pictogramas con placa complementaria. La parte superior del parante deberá ser cubierta por una placa de acero galvanizado soldada y esmerilada, para evitar el ingreso de agua al interior del tubo galvanizado. PANTALLAS: Tendrá 2 componentes: La estructura, fabricada en tubos de acero de 1" x 1,5 mm. de espesor, sus uniones serán soldadas mediante suelda eléctrica, electrodos 6011, totalmente limpias y esmeriladas; la estructura deberá ser tratada mediante anticorrosivo promotor de adherencia, se deberá aplicar 2 manos. FONDO: El fondo será una composición de material retrorreflectivo prismático, que cumplirá los niveles de retrorreflectividad tipo XI o tipo IV (de acuerdo a la información de zonas pluviosas) con norma ASTM D4956 y vinilos transparentes de electrocorte de color azul o café para textos, logotipos, logos, símbolos de servicios.	
Mantenimiento	Costo

El mantenimiento se lo deberá realizar una vez al año donde se revisará la pintura, letras e imágenes o regeneración en casco de deterioro o vandalismo.	\$125,00
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------

Observaciones: Se utiliza la simbología de lenguaje universal basado en el Manual de señalética del Ministerio de Turismo.

Fuente: Datos de campo

Elaboración: Bryan Gonzalo Flores Herrera

Propuesta de diseño de pictograma en la estación 2 Industria Textil FS6-El Masharito

Cuadro 49. Propuesta de señalética para Industria Textil FS6-El Masharito





Fuente: Datos de campo

Elaboración: Bryan Gonzalo Flores Herrera

Propuesta de diseño de señalética de aproximación hacia los atractivos El Masharito e Industrias Textiles FS6

Cuadro 50. Propuesta de señalética para los atractivos El Masharito e Industrias Textiles FS6

Sistema de señalética turística	
Tipo de señal: Señal de aproximación y direccionamiento	Coordenadas Latitud: -3.78208 Longitud: -78.74738
Función: Se las usa para colocar información de atractivos e indicar el direccionamiento de los mismos.	Ubicación: El pictograma se lo colocara en la parroquia Yantzaza, barrio Chibutza, justo en las coordenadas previstas para el direccionamiento hacia el atractivo.

MATERIALES:

SUSTRATO: El elemento sobre el que se adherirá el material retrorreflectivo, está constituido por láminas de aluminio liso anodizado de 2mm. de espesor. La medida de las Señales Turísticas de Aproximación es 2400 mm. x 600 mm. con o sin troquel.

PLINTOS: Serán cubos de dimensiones geométricas definidas, de hormigón de 180 kg/cm² fundidos en sitio, los que servirán además de soportar la estructura de la señal para nivelar la misma. Tendrán las siguientes dimensiones: largo = 300 mm., ancho = 300 mm. y profundidad = 1000 mm.; estas especificaciones dependerán de la capacidad portante del suelo.

POSTES: Para la señal turística de aproximación se usa dos tubos galvanizados de 50,8 mm. x 50,8 mm. (2" x 2") x 2 mm., de espesor de 3800 mm. de longitud. Deberán dejar una altura libre bajo la señal de 2200 mm. (No se usan placas complementarias). Para soporte de la señal turística de aproximación al suelo, se soldarán seis crucetas de 200 mm. de largo, perpendiculares al tubo de acero galvanizado; las crucetas serán fabricadas de varilla corrugada de acero de ½" de diámetro.

PANTALLAS: Tendrá 2 componentes: La estructura, fabricada en tubo cuadrado de 50,8 mm. (2") x 1,5 mm., sus uniones serán soldadas mediante suelda eléctrica, electrodos 6011, totalmente limpias y esmeriladas; esta estructura estará conformada por un marco y diagonales de refuerzo del mismo tubo y la estructura será tratada mediante anticorrosivo promotor de adherencia, se deberá aplicar 2 manos.

FONDO: El fondo será una composición de material retrorreflectivo prismático, que cumplirá los niveles de retrorreflectividad tipo XI o tipo IV (de acuerdo a la información de zonas pluviosas) con norma ASTM D4956 y vinilos transparentes de electrocorte de color verde, café o azul para textos, logotipos, logos, símbolos de servicios.



Mantenimiento	Costo
El mantenimiento se lo deberá realizar una vez al año donde se revisará la pintura, letras e imágenes o regeneración en casco de deterioro o vandalismo	\$125,00
OBSERVACIONES: Se utiliza la simbología de lenguaje universal basado en el Manual de señalética del Ministerio de Turismo.	

Fuente: Datos de campo

Elaboración: Bryan Gonzalo Flores Herrera

Propuesta de diseño de señalética de aproximación hacia los atractivos El Masharito e Industrias Textiles FS6

Cuadro 51. Propuesta de señalética para los atractivos El Masharito e Industrias Textiles FS6



Fuente: Datos de campo

Elaboración: Bryan Gonzalo Flores Herrera

Propuesta de diseño de pictograma en la estación 3 Sedas ISMI

Cuadro 52. Propuesta de señalética para la estación 3 Sedas ISMI

Sistema de señalética turística	
Tipo de señal: Pictograma con poste	Coordenadas Latitud: -3.76795 Longitud: -78.69647
Función: Servirá como guía para que el turista recorra el lugar	Ubicación: El pictograma se lo colocara en la parroquia Chicaña, barrio Quiringue, justo a las proximidades de la tercera estación del muelle de embarque y desembarque.
MATERIALES SUSTRATO: El elemento sobre el que se adherirá el material retrorreflectivo, está constituido por láminas de aluminio liso anodizado de 2 mm. Medida: 600 mm. x 600 mm. o 750 mm. x 750 mm. Para el caso de pictogramas que presentan placa complementaria, se ha establecido las siguientes dimensiones: Medida de la placa: 600 mm. x 200 mm. o 750 mm. x 200 mm. PLINTOS: Serán cubos de dimensiones geométricas definidas, de hormigón de 180 kg/cm ² fundidos en sitio, los que servirán además de soportar la estructura, para nivelar la señal y tendrán las siguientes dimensiones: largo 300 mm., ancho 300 mm. y profundidad 500 mm. POSTES O PARANTES: Para el pictograma se usa un solo tubo galvanizado de 50,8 mm. x 50,8 mm. (2" x 2") x 2 mm. de espesor y 3300 mm. de largo. Deberán dejar una altura libre entre el suelo con la parte baja de la señal de 2000 mm. en pictogramas con placa complementaria. La parte superior del parante deberá ser cubierta por una placa de acero galvanizado soldada y esmerilada, para evitar el ingreso de agua al interior del tubo galvanizado. PANTALLAS: Tendrá 2 componentes: La estructura, fabricada en tubos de acero de 1" x 1,5 mm. de espesor, sus uniones serán soldadas mediante suelda eléctrica, electrodos 6011, totalmente limpias y esmeriladas; la estructura deberá ser tratada mediante anticorrosivo promotor de adherencia, se deberá aplicar 2 manos. FONDO: El fondo será una composición de material retrorreflectivo prismático, que cumplirá los niveles de retrorreflectividad tipo XI o tipo IV (de acuerdo a la información de zonas pluviosas) con norma ASTM D4956 y vinilos transparentes de electrocorte de color azul o café para textos, logotipos, logos, símbolos de servicios.	
Mantenimiento	Costo

El mantenimiento se lo deberá realizar una vez al año donde se revisará la pintura, letras e imágenes o regeneración en caso de deterioro o vandalismo.	\$125,00
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------

Observaciones: Se utiliza la simbología de lenguaje universal basado en el Manual de señalética del Ministerio de Turismo.

Fuente: Datos de campo

Elaboración: Bryan Gonzalo Flores Herrera

Propuesta de diseño de pictograma en la estación 3 Sedas ISMI

Cuadro 53. Propuesta de señalética para la estación 3 Sedas ISMI





Fuente: Datos de campo
 Elaboración: Bryan Gonzalo Flores Herrera

Propuesta de diseño de pictograma en la estación 4 Nankais

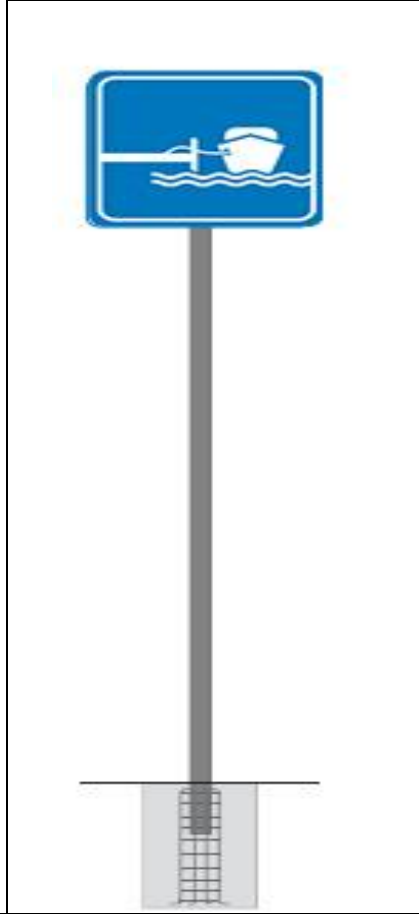
Cuadro 54. Propuesta de diseño de pictograma en la estación 4 Nankais

Sistema de señalética turística	
Tipo de señal: Pictograma con poste	Coordenadas Latitud: -3.76857 Longitud: -78.66316
Función: Servirá como guía para que el turista recorra el lugar	Ubicación: El pictograma se lo colocara en la parroquia Los Encuentros, justo a las proximidades de la orilla del río en la comunidad de Nankais.
MATERIALES SUSTRATO: El elemento sobre el que se adherirá el material retrorreflectivo, está constituido por láminas de aluminio liso anodizado de 2 mm. Medida: 600 mm. x 600 mm. o 750 mm. x 750 mm. Para el caso de pictogramas que presentan placa complementaria, se ha establecido las siguientes dimensiones: Medida de la placa: 600 mm. x 200 mm. o 750 mm. x 200 mm. PLINTOS: Serán cubos de dimensiones geométricas definidas, de hormigón de 180 kg/cm ² fundidos en sitio, los que servirán además de soportar la estructura, para nivelar la señal y tendrán las siguientes dimensiones: largo 300 mm., ancho 300 mm. y profundidad 500 mm.	

POSTES O PARANTES: Para el pictograma se usa un solo tubo galvanizado de 50,8 mm. x 50,8 mm. (2" x 2") x 2 mm. de espesor y 3300 mm. de largo. Deberán dejar una altura libre entre el suelo con la parte baja de la señal de 2000 mm. en pictogramas con placa complementaria. La parte superior del parante deberá ser cubierta por una placa de acero galvanizado soldada y esmerilada, para evitar el ingreso de agua al interior del tubo galvanizado.

PANTALLAS: Tendrá 2 componentes: La estructura, fabricada en tubos de acero de 1" x 1,5 mm. de espesor, sus uniones serán soldadas mediante suelda eléctrica, electrodos 6011, totalmente limpias y esmeriladas; la estructura deberá ser tratada mediante anticorrosivo promotor de adherencia, se deberá aplicar 2 manos.

FONDO: El fondo será una composición de material retrorreflectivo prismático, que cumplirá los niveles de retrorreflectividad tipo XI o tipo IV (de acuerdo a la información de zonas pluviosas) con norma ASTM D4956 y vinilos transparentes de electrocorte de color azul o café para textos, logotipos, logos, símbolos de servicios.



Mantenimiento	Costo
El mantenimiento se lo deberá realizar una vez al año donde se revisará la pintura, letras e imágenes o regeneración en caso de deterioro o vandalismo.	\$125,00
Observaciones: Se utiliza la simbología de lenguaje universal basado en el Manual de señalética del Ministerio de Turismo.	

Fuente: Datos de campo

Elaboración: Bryan Gonzalo Flores Herrera

Propuesta de diseño de pictograma en la estación 4 Nankais

Cuadro 55. Propuesta de señalética en la estación 4 Nankais



Fuente: Datos de campo

Elaboración: Bryan Gonzalo Flores Herrera

Propuesta de diseño de pictograma Nankais

Cuadro 56. Propuesta de señalética para Nankais

Sistema de señalética turística	
Tipo de señal: Pictograma con poste	Coordenadas Latitud: -3.77029 Longitud: -78.66036
Función: Servirá como guía para que el turista recorra el lugar	Ubicación: El pictograma se lo colocara en la parroquia Los Encuentros, justo en el atractivo cultural Comunidad de Nankais.
MATERIALES SUSTRATO: El elemento sobre el que se adherirá el material retrorreflectivo, está constituido por láminas de aluminio liso anodizado de 2 mm. Medida: 600 mm. x 600 mm. o 750 mm. x 750 mm. Para el caso de pictogramas que presentan placa complementaria, se ha establecido las siguientes dimensiones: Medida de la placa: 600 mm. x 200 mm. o 750 mm. x 200 mm. PLINTOS: Serán cubos de dimensiones geométricas definidas, de hormigón de 180 kg/cm ² fundidos in situ, los que servirán además de soportar la estructura, para nivelar la señal y tendrán las siguientes dimensiones: largo 300 mm., ancho 300 mm. y profundidad 500 mm. POSTES O PARANTES: Para el pictograma se usa un solo tubo galvanizado de 50,8 mm. x 50,8 mm. (2" x 2") x 2 mm. de espesor y 3300 mm. de largo. Deberán dejar una altura libre entre el suelo con la parte baja de la señal de 2000 mm. en pictogramas con placa complementaria. La parte superior del parante deberá ser cubierta por una placa de acero galvanizado soldada y esmerilada, para evitar el ingreso de agua al interior del tubo galvanizado. PANTALLAS: Tendrá 2 componentes: La estructura, fabricada en tubos de acero de 1" x 1,5 mm. de espesor, sus uniones serán soldadas mediante suelda eléctrica, electrodos 6011, totalmente limpias y esmeriladas; la estructura deberá ser tratada mediante anticorrosivo promotor de adherencia, se deberá aplicar 2 manos. FONDO: El fondo será una composición de material retrorreflectivo prismático, que cumplirá los niveles de retrorreflectividad tipo XI o tipo IV (de acuerdo a la información de zonas pluviosas) con norma ASTM D4956 y vinilos transparentes de electrocorte de color azul o café para textos, logotipos, logos, símbolos de servicios.	

Mantenimiento	Costo
El mantenimiento se lo deberá realizar una vez al año donde se revisará la pintura, letras e imágenes o regeneración en caso de deterioro o vandalismo.	\$125,00
Observaciones: Se utiliza la simbología de lenguaje universal basado en el Manual de señalética del Ministerio de Turismo.	

Fuente: Datos de campo

Elaboración: Bryan Gonzalo Flores Herrera

Propuesta de diseño de pictograma Nankais

Cuadro 57. Propuesta de señalética para Nankais

Situación actual

Propuesta de la señalética


Fuente: Datos de campo

Elaboración: Bryan Gonzalo Flores Herrera

Propuesta de diseño de pictograma FLO-PLAYA

Cuadro 58. Propuesta de señalética para FLO-PLAYA

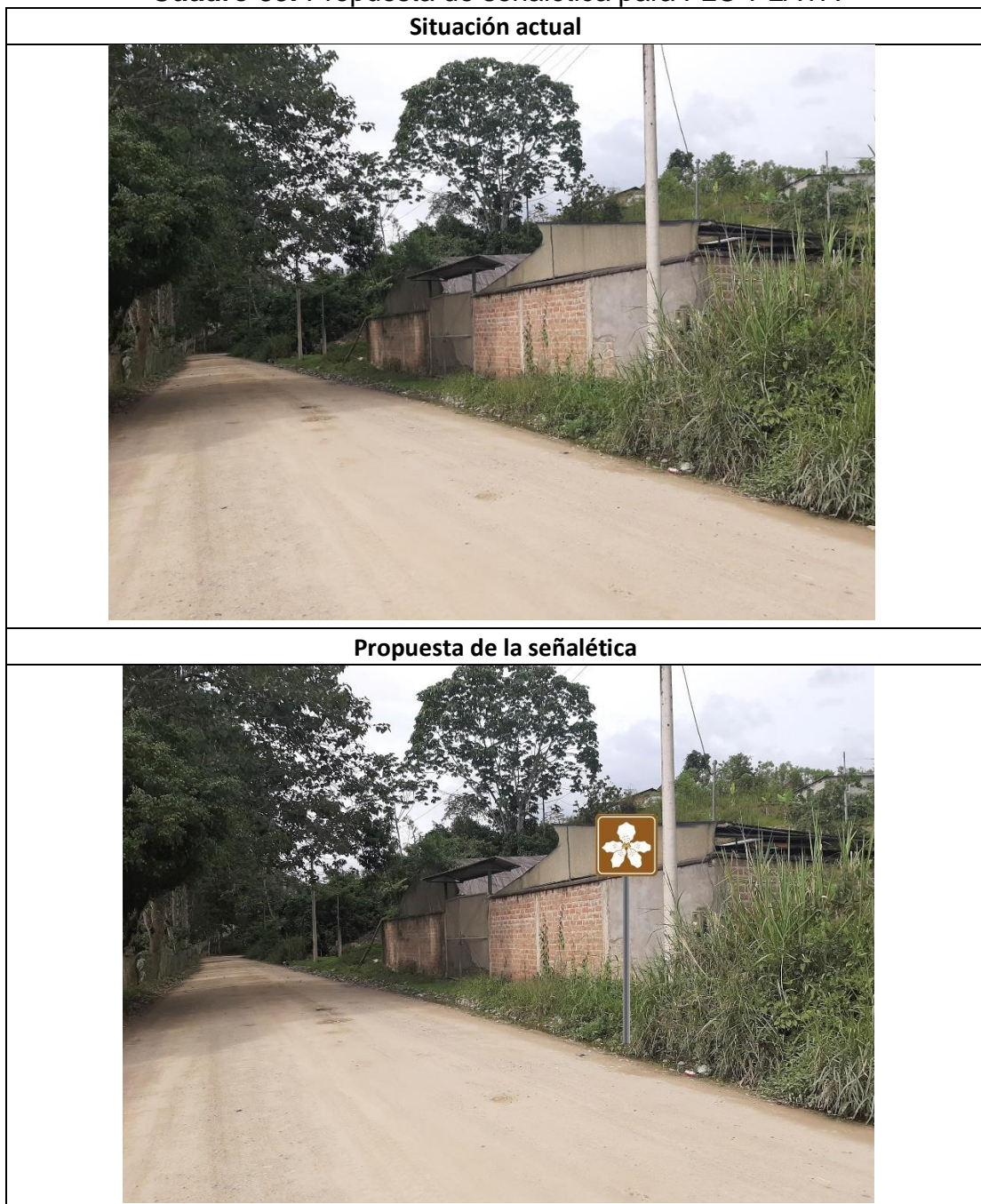
Sistema de señalética turística	
Tipo de señal: Pictograma con poste	Coordenadas Latitud: -3.81816 Longitud: -78.74217
Función: Servirá como guía para que el turista recorra el lugar	Ubicación:
<p>MATERIALES</p> <p>SUSTRATO: El elemento sobre el que se adherirá el material retrorreflectivo, está constituido por láminas de aluminio liso anodizado de 2 mm. Medida: 600 mm. x 600 mm. o 750 mm. x 750 mm.</p> <p>Para el caso de pictogramas que presentan placa complementaria, se ha establecido las siguientes dimensiones: Medida de la placa: 600 mm. x 200 mm. o 750 mm. x 200 mm.</p> <p>PLINTOS: Serán cubos de dimensiones geométricas definidas, de hormigón de 180 kg/cm² fundidos en sitio, los que servirán además de soportar la estructura, para nivelar la señal y tendrán las siguientes dimensiones: largo 300 mm., ancho 300 mm. y profundidad 500 mm.</p> <p>POSTES O PARANTES: Para el pictograma se usa un solo tubo galvanizado de 50,8 mm. x 50,8 mm. (2" x 2") x 2 mm. de espesor y 3300 mm. de largo.</p> <p>Deberán dejar una altura libre entre el suelo con la parte baja de la señal de 2000 mm. en pictogramas con placa complementaria. La parte superior del parante deberá ser cubierta por una placa de acero galvanizado soldada y esmerilada, para evitar el ingreso de agua al interior del tubo galvanizado.</p> <p>PANTALLAS: Tendrá 2 componentes: La estructura, fabricada en tubos de acero de 1" x 1,5 mm. de espesor, sus uniones serán soldadas mediante suelda eléctrica, electrodos 6011, totalmente limpias y esmeriladas; la estructura deberá ser tratada mediante anticorrosivo promotor de adherencia, se deberá aplicar 2 manos.</p> <p>FONDO: El fondo será una composición de material retrorreflectivo prismático, que cumplirá los niveles de retrorreflectividad tipo XI o tipo IV (de acuerdo a la información de zonas pluviosas) con norma ASTM D4956 y vinilos transparentes de electrocorte de color azul o café para textos, logotipos, logos, símbolos de servicios.</p>	
Mantenimiento	Costo
El mantenimiento se lo deberá realizar una vez al año donde se revisará la pintura, letras e imágenes o regeneración en casco de deterioro o vandalismo.	\$125,00
Observaciones: Se utiliza la simbología de lenguaje universal basado en el Manual de señalética del Ministerio de Turismo.	

Fuente: Datos de campo

Elaboración: Bryan Gonzalo Flores Herrera

Propuesta de diseño del pictograma en el atractivo turístico FLO-PLAYA

Cuadro 59. Propuesta de señalética para FLO-PLAYA



Fuente: Datos de campo

Elaboración: Bryan Gonzalo Flores Herrera

Pictograma de proximidad hacia los atractivos Flo-Playa y Productora de Chocolates Quezada Vanegas

Cuadro 60. Propuesta de diseño para los atractivos Flo-Playa y Productora de Chocolates Quezada Vanegas

Sistema de señalética turística	
Tipo de señal: Señal de aproximación y direccionamiento	Coordenadas Latitud: -3.81931 Longitud: -78.74177
Función: Se las usa para colocar información de atractivos e indicar el direccionamiento de los mismos.	Ubicación: El pictograma se lo colocara en la parroquia Yantzaza, barrio los Hachos, justo en las coordenadas previstas para el direccionamiento hacia el atractivo.
<p>MATERIALES:</p> <p>SUSTRATO: El elemento sobre el que se adherirá el material retrorreflectivo, está constituido por láminas de aluminio liso anodizado de 2mm. de espesor. La medida de las Señales Turísticas de Aproximación es 2400 mm. x 600 mm. con o sin troquel.</p> <p>PLINTOS: Serán cubos de dimensiones geométricas definidas, de hormigón de 180 kg/cm2 fundidos en sitio, los que servirán además de soportar la estructura de la señal para nivelar la misma. Tendrán las siguientes dimensiones: largo = 300 mm., ancho = 300 mm. y profundidad = 1000 mm.; estas especificaciones dependerán de la capacidad portante del suelo.</p> <p>POSTES: Para la señal turística de aproximación se usa dos tubos galvanizados de 50,8 mm. x 50,8 mm. (2" x 2") x 2 mm., de espesor de 3800 mm. de longitud. Deberán dejar una altura libre bajo la señal de 2200 mm. (No se usan placas complementarias). Para soporte de la señal turística de aproximación al suelo, se soldarán seis crucetas de 200 mm. de largo, perpendiculares al tubo de acero galvanizado; las crucetas serán fabricadas de varilla corrugada de acero de ½" de diámetro.</p> <p>PANTALLAS: Tendrá 2 componentes: La estructura, fabricada en tubo cuadrado de 50,8 mm. (2") x 1,5 mm., sus uniones serán soldadas mediante suelda eléctrica, electrodos 6011, totalmente limpias y esmeriladas; esta estructura estará conformada por un marco y diagonales de refuerzo del mismo tubo y la estructura será tratada mediante anticorrosivo promotor de adherencia, se deberá aplicar 2 manos.</p> <p>FONDO: El fondo será una composición de material retrorreflectivo prismático, que cumplirá los niveles de retrorreflectividad tipo XI o tipo IV (de acuerdo a la información de zonas pluviosas) con norma ASTM D4956 y vinilos transparentes de electrocorte de color</p>	

verde, café o azul para textos, logotipos, logos, símbolos de servicios.	
Mantenimiento	Costo
El mantenimiento se lo deberá realizar una vez al año donde se revisará la pintura, letras e imágenes o regeneración en caso de deterioro o vandalismo	\$125,00
OBSERVACIONES: Se utiliza la simbología de lenguaje universal basado en el Manual de señalética del Ministerio de Turismo.	

Fuente: Datos de campo

Elaboración: Bryan Gonzalo Flores Herrera

Pictograma de proximidad hacia los atractivos Flo-Playa y Productora de Chocolates Quezada Vanegas

Cuadro 61. Propuesta de diseño para los atractivos Flo-Playa y Productora de Chocolates Quezada Vanegas





Fuente: Datos de campo

Elaboración: Bryan Gonzalo Flores Herrera

Propuesta del diseño del pictograma en la estación 5 FLO-PLAYA

Cuadro 62. Propuesta de señalética para la estación 5 FLO-PLAYA

Sistema de señalética turística	
Tipo de señal: Pictograma con poste	Coordenadas Latitud: -3.82063 Longitud: -78.74309
Función:	Ubicación:
MATERIALES SUSTRATO: El elemento sobre el que se adherirá el material retrorreflectivo, está constituido por láminas de aluminio liso anodizado de 2 mm. Medida: 600 mm. x 600 mm. o 750 mm. x 750 mm. Para el caso de pictogramas que presentan placa complementaria, se ha establecido las siguientes dimensiones: Medida de la placa: 600 mm. x 200 mm. o 750 mm. x 200 mm. PLINTOS: Serán cubos de dimensiones geométricas definidas, de hormigón de 180 kg/cm ² fundidos in situ, los que servirán además de soportar la estructura, para nivelar la señal y tendrán las siguientes dimensiones: largo 300 mm., ancho 300 mm. y profundidad 500 mm. POSTES O PARANTES: Para el pictograma se usa un solo tubo galvanizado de 50,8 mm. x 50,8 mm. (2" x 2") x 2 mm. de espesor y 3300 mm. de largo. Deberán dejar una altura libre entre el suelo con la parte baja de la señal de 2000 mm. en pictogramas con placa complementaria. La parte superior del parante deberá ser	

<p>cubierta por una placa de acero galvanizado soldada y esmerilada, para evitar el ingreso de agua al interior del tubo galvanizado.</p> <p>PANTALLAS: Tendrá 2 componentes: La estructura, fabricada en tubos de acero de 1" x 1,5 mm. de espesor, sus uniones serán soldadas mediante suelda eléctrica, electrodos 6011, totalmente limpias y esmeriladas; la estructura deberá ser tratada mediante anticorrosivo promotor de adherencia, se deberá aplicar 2 manos.</p> <p>FONDO: El fondo será una composición de material retrorreflectivo prismático, que cumplirá los niveles de retrorreflectividad tipo XI o tipo IV (de acuerdo a la información de zonas pluviosas) con norma ASTM D4956 y vinilos transparentes de electrocorte de color azul o café para textos, logotipos, logos, símbolos de servicios.</p>	
Mantenimiento	Costo
El mantenimiento se lo deberá realizar una vez al año donde se revisará la pintura, letras e imágenes o regeneración en casco de deterioro o vandalismo.	\$125,00
Observaciones: Se utiliza la simbología de lenguaje universal basado en el Manual de señalética del Ministerio de Turismo.	

Fuente: Datos de campo

Elaboración: Bryan Gonzalo Flores Herrera

Propuesta del diseño del pictograma en la estación 5 FLO-PLAYA

Cuadro 63. Propuesta de señalética para la estación 5 FLO-PLAYA





Fuente: Datos de campo

Elaboración: Bryan Gonzalo Flores Herrera

Propuesta de diseño de valla publicitaria

Cuadro 64. Propuesta de señalética

Sistema de señalética turística	
Tipo de señalética: Valla turística	Coordenadas Latitud: -3.85770 Longitud: -78.76045
Función: Se usa para dar la Bienvenida a los diferentes Cantones ya que permite orientar de mejor manera al turista con lo que se va a encontrar.	Ubicación: Se lo colocará al inicio del barrio Piedra Lisa, que es la entrada a la ciudad de Yantzaza

MATERIALES

PANTALLAS: Vallas turísticas cantonales 4,00m*8,00 m

PLINTOS CON ARMADURA DE HIERRO: Es un cubo de hormigón de 1,20 x 1,20 x 2,00 m (210 kg/cm²) con una armadura de hierro constituida por 12 varillas de 2,00 mm de longitud x 24 mm de diámetro de hierro corrugado fy= 4200 kg/cm² (NORMA INEN).

Cada una de las varillas será roscada galvanizada en su parte superior en una longitud de 50 mm de forma que pueda recibir una tuerca de 22,23mm (7/8”), arandelas planas y de presión.

Las varillas se unirán mediante estribos circulares con un diámetro de 700 mm dispuestos a 15 cm cada uno, en consecuencia, existirán 13 estribos. En la parte superior existirá un disco de 980 mm de diámetro en plancha de 6 mm de espesor con 12 perforaciones que alojarán las varillas corrugadas. Todo el elemento constituirá una sola pieza

POSTES: La estructura tubular de 780 mm de diámetro y 12,00 m de longitud, se conseguirá mediante la superposición de tramos de tubo de 1,22 m de altura resultado de barolar planchas de hierro negro de 1,22 x 2,44 metros.

Los espesores de las planchas serán así: 3 primeros en plancha de 5 mm de espesor, los 3 siguientes en plancha de 4 mm de espesor y los 4 restantes en planchas de 3 mm de espesor. Todas las uniones de planchas se realizarán mediante cordones corridos de soldadura MIG de forma que se asegure que no queden grietas por donde pudiera ingresar agua. La estructura en su conjunto será tratada con un fondo anticorrosivo, promotor de adherencia y dos manos de esmalte automotriz brillante en el color que se establecerá oportunamente.

Los discos superiores e inferiores como elemento estructural de ensamble se soldarán a la estructura tubular mediante cartelas, 12 superiores de forma trapezoidal de 400 x 100 x 25 mm y 6 mm de espesor y 8 cartelas superiores de 200 x 75 x 25 mm y 6 mm de espesor.



Mantenimiento	Costo
El mantenimiento se lo deberá realizar una vez al año donde se revisará la pintura, letras e imágenes o regeneración en casco de deterioro o vandalismo.	\$2500
Observaciones: Se utiliza la simbología de lenguaje universal basado en el Manual de señalética del Ministerio de Turismo.	

Fuente: Datos de campo

Elaboración: Bryan Gonzalo Flores Herrera

Propuesta de diseño de valla publicitaria

Cuadro 65. Diseño de valla publicitaria



Fuente: Datos de campo

Elaboración: Bryan Gonzalo Flores Herrera

6.2.3. Presupuesto referencial de la señalética turística

Cuadro 66. Presupuesto para implementación de señalética turística

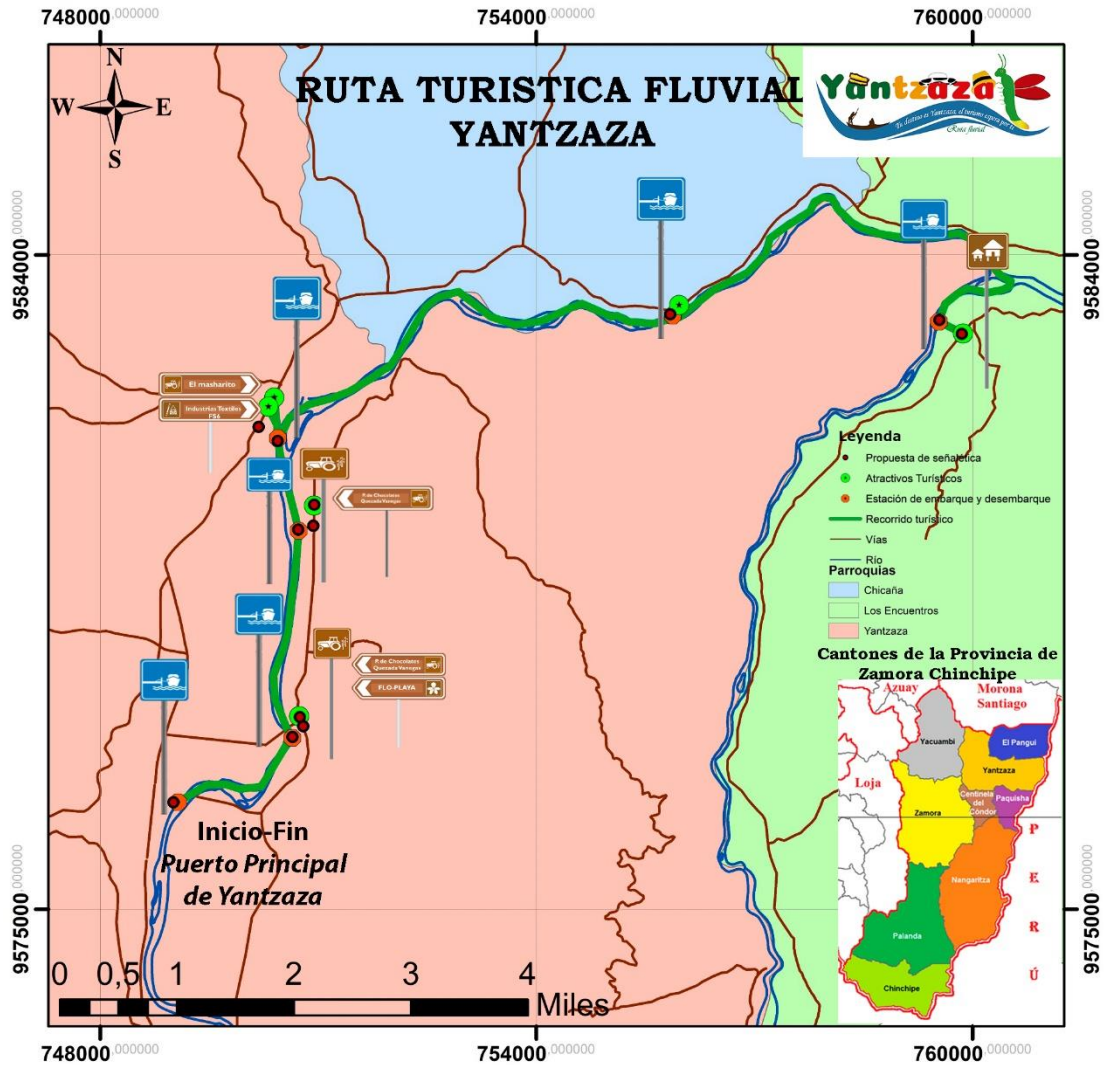
Detalle	Cantidad	V. Unitario	V. Total
Personal			
Técnico	1	\$ 35,00	\$ 175,00
Obrero	1	\$ 30,00	\$ 150,00
Señalética			
Señalética de Direccionamiento y aproximación	1	\$ 100,00	\$ 100,00
Señalética de Direccionamiento y aproximación (doble señal)	2	\$ 125,00	\$ 250,00
Pictogramas con poste	9	\$ 125,00	\$ 1.125,00
Valla publicitaria	1	\$ 2500,00	\$ 2.500,00
Total			\$ 4.300,00

Fuente: Datos de campo

Elaboración: Bryan Gonzalo Flores Herrera

En la propuesta de señalética turística se ha contemplado el personal operativo por 5 días laborables y el material que en este caso es la señalética para sacar un presupuesto aproximado, el precio oscila entre los 4300 dolares americanos.

Figura 33. Mapa con propuesta de señalética



Fuente: ArcGIS, 2021
 Elaboración: Bryan Gonzalo Flores Herrera

En el presente mapa presentado se muestran los puntos en los cuales se ha visto conveniente crear la señalética correspondiente para acceder a cada atractivo, además en la leyenda se detalla a que corresponde cada punto como se muestran atractivos turísticos, zonas de embarque y desembarque, las vías, el río, y las parroquias.

6.3. Elaboración de estrategias de promoción para dar a conocer la ruta turística fluvial en el Río Zamora del cantón Yantzaza, provincia de Zamora Chinchipe

Para el cumplimiento del tercer objetivo se detallan a continuación las estrategias de promoción turística para la propuesta de la ruta turística fluvial.

6.3.1. Diseño de estrategias

6.3.1.1. Estrategia 1: Creación de perfiles corporativos en redes sociales: Facebook e Instagram.

- Objetivo

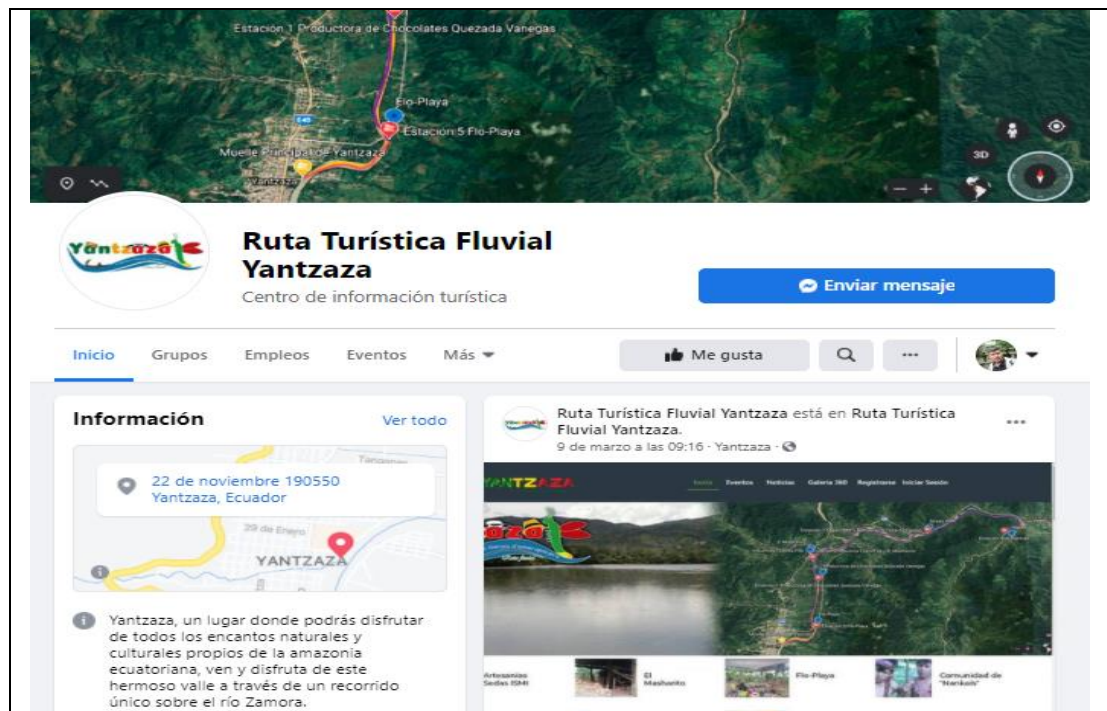
Crear un espacio en la red social Facebook e Instagram que permita publicar contenido audiovisual del cantón de tal manera que capten el interés de los turistas.

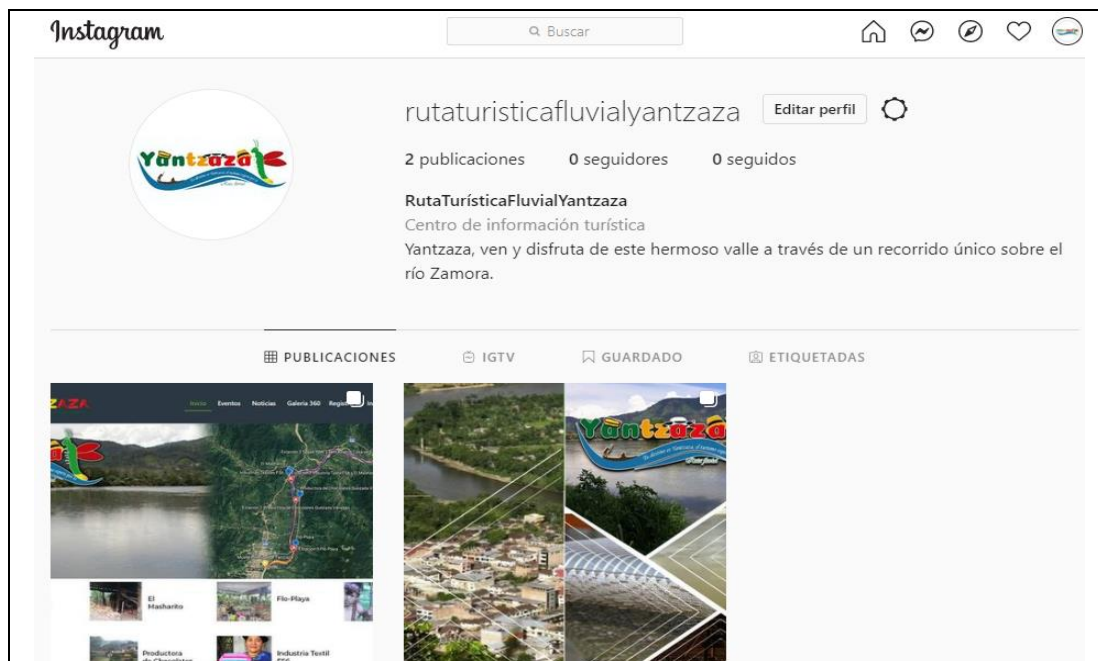
- Meta

El contenido compartido en estas redes sociales es para el público en general que esté interesado en realizar todas las actividades turísticas en el cantón.

- Diseño

Cuadro 67. Perfiles de redes sociales en Facebook e Instagram





Fuente: Usuario de Facebook e Instagram
Elaboración: Bryan Gonzalo Flores Herrera

6.3.1.2. Estrategia 2: Elaboración de souvenirs: Camisetas y llaveros

- Objetivos

Diseñar souvenirs empleando la marca turística en productos de uso personal como camisetas y llaveros para el turista.

- Meta

Ofertar los souvenirs diseñados a todos los turistas que visiten el cantón Yantzaza y hagan uso del producto turístico establecido.

- Diseño

Cuadro 68. Diseño de souvenirs



Fuente: Adobe Photoshop

Elaboración: Bryan Gonzalo Flores Herrera

6.3.1.3. Estrategia 3: Folleto de información turística

- **Objetivo**

Elaboración de folletos turísticos con información relevante de la ruta turística fluvial necesaria para el turista.

- **Meta**

Los folletos turísticos estarán a disposición del público en general con información específica del producto que el turista requiera para su visita.

- Diseño

Cuadro 69. Diseño de folleto turístico





Atractivos



Productora de Chocolates Quezada Vanegas

La planta procesadora de chocolate tiene como iniciativa y propósito principal darle un valor agregado al cacao a través del proceso de transformación de materia prima, esto se viene realizando desde el 2013 y podemos encontrar en el sitio pasta de cacao, vino de cacao, helados y chocolates usando la materia ya procesada.

Artesanías Sedas ISMI

ISMI, este emprendimiento nace a raíz de una tesis de grado de Técnico Agropecuario en el año 1998 para lo cual el instituto Italo Latinoamerica no introducía la cericultura a America Latina lo cual fue el impulso perfecto para el desarrollo de emprendimientos a base de gusanos de seda. Realizan bufandas, chalinas, chalecos, chaquetas.

El costo de las artesanías va desde los 5 hasta los 800 dolares

El Masharito

Masharito es un emprendimiento que destila el aguardiente de la caña. Esta iniciativa inicia con la finalidad de aprovechar la materia prima que hay en el sector, cuenta con infraestructura necesaria para recibir a los allegados para que observen el proceso de la elaboración del aguardiente. Al interior de la destilación que se realiza no puede ingresar mujeres porque menciona el propietario que al ingresar se daña todo la fermentación de la caña con ello la pérdida de toda el proceso.



Flo-Playa



El nombre Flo-Playa significa compañía de Flores y Plantas Yantzaza, principalmente se dedican al cuidado, reproducción y venta de orquídeas nativas de la provincia de Zamora Chinchipe, este lugar se encuentra laborando desde el año 2012.



Comunidad de "Nankais"

Nankais es una comunidad shuar en la cual realizan turismo comunitario para que de esta manera se recupere y se siga conservando las costumbres y tradiciones de los ancestros shuars, entre sus prácticas sobresalen la agricultura, caza y pesca y la elaboración de artesanías. También se puede ser participe en los diferentes talleres artísticos que ofrecen, en la medicina ancestral, en la degustación de la gastronomía ancestral, entre otras actividades.



Industria Textil FS6

Industria Textil FS6 se encuentra en el barrio Chimbutza a 10 minutos de la cabecera cantonal de Yantzaza, en este emprendimiento las telas son elaboradas en telares a mano para su posterior elaboración de bolsos, mochilas, monederos, blusas, entre otros productos. La esencia aún se mantiene de la utilización de los telares artesanales, el precio de las artesanías van desde los 2 dólares hasta los 50 dólares, dependiendo del pedido.



La esencia aún se mantiene de la utilización de los telares artesanales, el precio de las artesanías van desde los 2 dólares hasta los 50 dólares, dependiendo del pedido.

Fuente: Datos de campo
Elaboración: Bryan Gonzalo Flores Herrera

6.3.1.4. Estrategia 4: Información digital del producto turístico para la plataforma web y aplicación móvil del GAD Municipal de Yantzaza

- Objetivo

Incorporar información digital del producto turístico creado en la Aplicación oficial de la Unidad de Turismo del GAD Municipal de Yantzaza y en la página web oficial del GADM de Yantzaza para la promoción de los lugares a visitar en la Ruta Turística Fluvial.

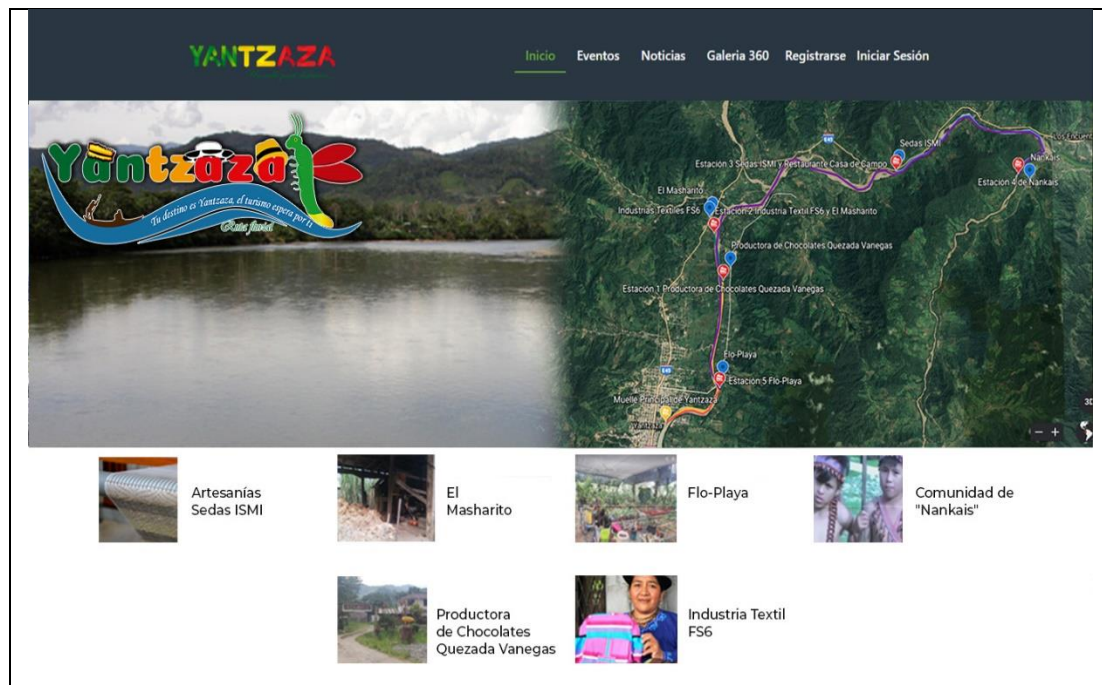
Enlace para la aplicación: <https://turismoyantzaza.com/>

- Meta

Promocionar los atractivos turísticos de la Ruta a todos los usuarios que utilizan la Aplicación oficial de la Unidad de Turismo del GAD Municipal de Yantzaza y en la web del GAD Municipal de Yantzaza.



- Diseño

Cuadro 70. Información del producto turístico para sitios web



YANTZAZA

[Inicio](#)
[Eventos](#)
[Noticias](#)
[Galería 360](#)
[Registrarse](#)
[Iniciar Sesión](#)





[Inicio / Sitios por visitar / Artesanías Sedas ISMI](#)

Artesanías Sedas ISMI



★★★★★

ISMI, este emprendimiento nace a raíz de una tesis de grado de Tecnico Agropecuario en el año 1998 para lo cual el instituto Italo Latinoamericano introducía la cericultura a Americalatina lo cual fue el impulso perfecto para el desarrollo de emprendimientos a base de gusanos de seda. Realizan bufandas, chalin, chalecos, chaquetas. El costo de las artesanías va desde los 5 hasta los 800 dolares. Se ha habilitado la compatibilidad con lectores de pantalla.



YANTZAZA

[Inicio](#)
[Eventos](#)
[Noticias](#)
[Galería 360](#)
[Registrarse](#)
[Iniciar Sesión](#)





[Inicio / Sitios por visitar / El Masharito](#)

El Masharito

★★★★★

Masharito es un emprendimiento que destila el aguardiente de la caña. Esta iniciativa inicia con la finalidad de aprovechar la materia prima que hay en el sector, cuenta con infraestructura necesaria para recibir a los allegados para que observen el proceso de la elaboración del aguardiente. Al interior de la destilación que se realiza no puede ingresar mujeres porque menciona el propietario que al ingresar se daña todo la fermentación de la caña con ello la pérdida de toda el proceso.

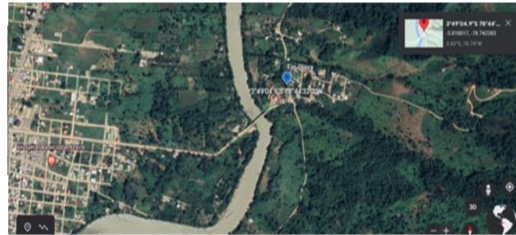




[Inicio](#) / [Sitios por visitar](#) / Flo-Playa

Flo-Playa

El nombre Flo-Playa significa compañía de Flores y Plantas Yantzaza, principalmente se dedican al cuidado, reproducción y venta de orquídeas nativas de la provincia de Zamora Chinchipe, este lugar se encuentra laborando desde el año 2012.



... ..



[Inicio](#) / [Sitios por visitar](#) / Comunidad Nankis



Comunidad "Nankis"

Nankais es una comunidad shuar en la cual realizan turismo comunitario para que de esta manera se recupere y se siga conservando las costumbres y tradiciones de los ancestros shuars, entre sus prácticas sobresalen la agricultura, caza y pesca y la elaboración de artesanías. También se puede ser participe en los diferentes talleres artísticos que ofrecen, en la medicina ancestral, en la degustación de la gastronomía ancestral, entre otras actividades.



YANTZAZA

[Inicio](#)
[Eventos](#)
[Noticias](#)
[Galería 360](#)
[Registrarse](#)
[Iniciar Sesión](#)

Inicio / Sitios por visitar / Productora de Chocolates Quezada Vanegas

Productora de Chocolates Quezada Vanegas

La planta procesadora de chocolate tiene como iniciativa y propósito principal darle un valor agregado al cacao a través del proceso de transformación de materia prima, esto se viene realizando desde el 2013 y podemos encontrar en el sitio pasta de cacao, vino de cacao, helados y chocolates usando la materia ya procesada.

1

2

3

4

5

6


7

8

9



10

☆☆☆☆☆



YANTZAZA

[Inicio](#)
[Eventos](#)
[Noticias](#)
[Galería 360](#)
[Registrarse](#)
[Iniciar Sesión](#)

Inicio / Sitios por visitar / Industria Textil FS6

Industria Textil FS6

Industria Textil FS6 se encuentra en el barrio Chimbutza a 10 minutos de la cabecera cantonal de Yantzaza, en este emprendimiento las telas son elaboradas en telares a mano para su posterior elaboración de bolsos, mochilas, monederos, blusas, entre otros productos. La esencia aún se mantiene de la utilización de los telares artesanales, el precio de las artesanías van desde los 2 dolares hasta los 50 dolares, dependiendo del pedido.

1

2

3

4

5

6


7

8

9

10

☆☆☆☆☆



Fuente: Datos de campo
Elaboración: Bryan Gonzalo Flores Herrera

6.3.2. Presupuesto de las estrategias de promoción

A continuación, se detalla el costo de cada una de las estrategias de promoción para la ruta fluvial:

Cuadro 71. Presupuesto de las estrategias de promoción

Detalle	Cantidad	V. Unitario	V. Total
Promoción pagada de redes sociales: Facebook e Instagram	7	\$ 4,00	\$ 28,00
Elaboración de souvenirs: Camisetas	100	\$ 7,00	\$ 700,00
Elaboración de souvenirs: Llaveros	100	\$ 0,50	\$ 50,00
Folleto de información turística	100	\$ 2,00	\$ 200,00
Total	314		\$ 978,00

Fuente: Datos de campo

Elaboración: Bryan Gonzalo Flores Herrera

6.3.3. Presupuesto general de la propuesta para la implementación de la Ruta Turística Fluvial

El presupuesto del presente producto turístico tiene un costo aproximado de \$16.175,00, el cual se aspira que con el apoyo del GADM de Yantzaza o con la empresa privada se pueda llevar a cabo su ejecución, caso contrario, existen otras entidades internacionales que brindan apoyo económico no reembolsable a proyectos turísticos que beneficien a la comunidad, tal es el caso del Banco Interamericano de Desarrollo (BID).

Como alternativa adicional se podría solicitar un crédito para microempresas al BanEcuador, de \$17.000,00 cifra redondeada a requerir con una tasa del 11% anual, con un plazo de 2 años (24 meses), mediante este recurso se podrá ejecutar la presente propuesta.

Cuadro 72. Presupuesto de las estrategias de señalética y canoas motorizadas

Detalle	Cantidad	V. Unitario	V. Total
Canoas motorizadas	1	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00
Chalecos salvavidas	30	\$ 30,00	\$ 900,00
Propuesta de señalética	1	\$ 4.300,00	\$ 4.300,00
Propuesta de estrategias de promoción	1	\$ 978,00	\$ 978,00
Total			\$ 16.175,00

Fuente: Datos de campo

Elaboración: Bryan Gonzalo Flores Herrera

7. Discusión

La investigación generó los siguientes resultados, con respecto al diagnóstico turístico el Manual para la Generación de Rutas e Itinerarios Turísticos del Ecuador (MINTUR, 2018), resalta la importancia de realizar un análisis de la oferta y demanda turística del sitio de estudio para la correcta planificación, por lo tanto para la creación de la ruta turística fluvial en el río Zamora en el cantón Yantzaza, se comprobó que si existe una oferta adecuada priorizando seis atractivos turísticos debidamente jerarquizados con las fichas técnicas de inventario turístico, establecido por el MINTUR (2018) alcanzando la jerarquía II los siguientes atractivos “Productora de Chocolates Quezada Vanegas”, “El Masharito”, “Industria Textil FS6”, “Sedas ISMI” y “Comunidad de Nankais” y con jerarquía I el atractivo “Flo-Playa”, de la misma forma se verifica la existencia de servicios de alimentación, alojamiento, bares y discotecas, agencias de viajes y otros servicios complementarios que cubren las necesidades del turista; por otra parte a través de las encuestas se identificó la demanda potencial, segmento de visitantes que oscilan entre los 19 a 38 años, quienes mostraron un alto interés en conocer los atractivos turísticos a través de la ruta fluvial propuesta y por ser una ruta diferente al resto de actividades turísticas ya existentes en el cantón. Por otro lado, las entrevistas permitieron conocer la opinión de diferentes actores públicos y privados que incursionan actualmente en la actividad turística del cantón, quienes expresaron la ausencia de propuestas y el nulo apoyo de las autoridades competentes en la actividad turística como consecuencia de ello el cantón Yantzaza no ha logrado desarrollarse de forma eficiente en el ámbito turístico. Sin embargo, dentro del trabajo investigativo se pudo confirmar que los actores involucrados tienen toda la predisposición para apoyar proyectos de turismo beneficiándose tanto ellos como el cantón en general. Esta información fue sintetizada en la matriz FODA establecida (Ballesteros et al., 2010), determinándose así la situación turística tanto interna como externa del cantón

Yantzaza para establecer las estrategias de diseño y promoción de la ruta turística fluvial.

El diseño de la ruta turística fluvial se desarrolló en base a la combinación de Manual para la Generación de Rutas e Itinerarios Turísticos (MINTUR, 2018) y el Manual del Guía del Guía (Alvaro, 2004), adaptándolo a los requerimientos de la investigación de manera que ha sido enfocado como un producto denominándose “Ruta Turística Fluvial Yantzaza” conformada por los seis atractivos obtenidos en el primer objetivo, con sus respectivos puertos de embarque y desembarque para llegar y visitar cada atractivo turístico plasmándolo en un mapa de ruta con todos sus componentes, así mismo se diseñó la imagen corporativa y otro elemento esencial es el diseño de la señalética turística, por ello se propone pictogramas para atractivos naturales y culturales, pictogramas de servicio, señalética del puerto de embarque y desembarque, señalización informativa como la valla turística y la señalización de aproximación, considerando que el turista debe orientarse e informarse de cada punto que visita durante el recorrido, información técnica tomada del Manual de Señalética Turística (MINTUR, 2010), todos estos elementos permiten comercializar el producto respondiendo así a las necesidades de un determinado segmento de mercado en el cantón Yantzaza.

En la elaboración de las estrategias de promoción para la ruta turística fluvial fueron planteadas en función del análisis FODA, orientadas a fortalecer el producto y captar a nuestro público objetivo, estableciendo cuatro estrategias, la primera estrategia propone emplear las redes sociales principalmente Facebook e Instagram para difundir información del producto o material audiovisual y así captar mayor interés del turista mientras revisa su perfil social. De la misma manera la segunda estrategia propone la elaboración de souvenirs como camisetas y llaveros con la marca del producto creado para ofertarlos a los visitantes en su recorrido. También la tercera estrategia propone la creación de un folleto de información turística que brindará información detallada de los atractivos y recorridos que componen el producto.

Finalmente, en la cuarta estrategia propone incorporar la información de la ruta turística fluvial en la “Aplicación oficial de la Unidad de Turismo del GAD Municipal de Yantzaza” considerando que ya se encuentra disponible en la web y garantiza su promoción, de igual modo esta información estará disponible en la página web oficial del GADM de Yantzaza. De manera que todas las estrategias planteadas permitirán posesionar la ruta fluvial y lograr un mayor alcance en el mercado turístico.

8. Conclusiones

Una vez acabado el trabajo de investigación se ha llegado a las siguientes conclusiones:

- El cantón Yantzaza consta de un gran potencial turístico tanto natural como cultural, al ser un cantón multiétnico capta mayor interés de turistas locales, nacionales y extranjeros que se puede aprovechar en beneficio de la comunidad.
- Los atractivos culturales que conforman la ruta turística fluvial son seis, encontrando con jerarquía II los atractivos “Productora de Chocolates Quezada Vanegas”, “El Masharito”, “Industria Textil FS6”, “Sedas ISMI” y “Comunidad de Nankais” y con jerarquía I el atractivo “Flo-Playa”.
- Existe una amplia oferta turística debidamente registrada en el catastro turístico (2020), la cual satisface las necesidades del turista durante su estadía en el cantón Yantzaza.
- A través de las entrevistas realizadas, se evidencia la falta de apoyo y el desinterés por parte de las autoridades pertenecientes al GAD Municipal de Yantzaza impidiendo el desarrollo turístico del cantón, sin embargo, el encargado de la Unidad de Turismo ha mostrado interés en la propuesta de la ruta turística fluvial y consideró facilitar el apoyo técnico al proyecto en su desarrollo.
- Los resultados obtenidos de la encuesta permitieron constatar que el 95% de los encuestados tienen un gran interés por participar en un proyecto con estas características, así mismo, se obtuvo que el segmento de mercado potencial para la propuesta ronda entre las edades desde los 19 a 38 años, sin embargo, el producto también está destinado para el público en general.
- Según las encuestas y el análisis realizado de la propuesta del producto planteado se lo comercializarían los días sábados y domingos por un precio de \$70 por pax, hay que tener en cuenta que la canoa motorizada consta de un espacio para 12 turistas.

- Las estaciones de visita considerados en la ruta turística fluvial no cuentan con información relevante de cada atractivo, además carecen de señalética turística que permita al turista informarse y direccionarse sobre los atractivos, por ello se propone el diseño de la señalética turística.
- El diseño de la ruta turística fluvial se ha creado con todos los elementos necesarios para proporcionar información concreta y clara de los atractivos turísticos al visitante durante el recorrido.
- Las estrategias propuestas para la promoción del producto creado comprenden plataformas digitales y físicas, siendo las más óptimas para llegar a nuestro público objetivo.
- El presupuesto del presente producto turístico tiene un costo aproximado de \$16.175,00, el mismo que puede ser gestionado y ejecutado por el GADM de Yantzaza o a su vez por alguna empresa privada.

9. Recomendaciones

Se recomienda considerar lo siguiente:

- Al GAD Municipal de Yantzaza considerar el estudio realizado y ejecución del producto “Ruta Turística Fluvial Yantzaza” fomentando así el desarrollo turístico del cantón Yantzaza como un producto innovador.
- A la Unidad de Turismo del GADM de Yantzaza incluir en la plataforma digital la información generada de la ruta turística fluvial para diversificar los productos turísticos ya establecidos en el cantón.
- A la Unidad de Turismo del GADM de Yantzaza fomentar la promoción y difusión de los emprendimientos y recursos turísticos que forman parte de la presente propuesta para mayor conocimiento del visitante local, nacional y extranjero.
- A la Unidad de Turismo del GADM de Yantzaza incentivar a la comunidad local a que sean partícipes de la actividad turística como un medio para generar ingresos económicos.
- Al Ministerio de Turismo se recomienda generar campañas de concientización del potencial turístico que posee el cantón dirigida a las autoridades y a la comunidad.
- Al Ministerio de Turismo capacitar al personal técnico de la Unidad de Turismo en el tema de señalética turística para su implementación en atractivos naturales y culturales.
- Al Ministerio del Ambiente proponer estrategias que permitan mitigar los impactos ambientales que se pueden generar en el Rio Zamora al momento de realizar los diferentes recorridos y de la misma manera al momento de implementar la señalética turística.

10. Referencias bibliográficas

- Alvaro, G. (2004). *La guía del guía*. Loja: CCE Benjamín Carrión.
- Ballesteros, H., Verde, J., Costabel, M., Sangiovanni, R., Dutra, I., Rundie, D., . . . Bazán, L. (2010). Análisis FODA (Fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas). *Revista Uruguaya de Enfermería*.
- Boullon, R. (2006). *Planificación del espacio turístico*. México: Trillas.
- Cooper, C., & Fletcher, J. (2007). *El turismo, teoría y práctica*. Madrid: Editorial Síntesis S.A.
- MINTUR. (2010). *Manual de Señalización turística del Ecuador*. Quito: MINTUR.
- MINTUR. (2018). *Manual de generación de rutas e itinerarios turísticos*
- PDOT Yantzaza. (2015). *Plan de Desarrollo y ordenamiento territorial de Yantzaza*. Obtenido de Plan de Desarrollo y ordenamiento territorial de Yantzaza
- Quesada, R. (2007). *Elementos del turismo*. San Jose, Costa Rica: Editorial Universidad Estatal a Distancia.
- Ricaurte, C. (2009). *Manual para el diagnóstico turístico local*.

Netgrafía

- Amorin, E., Andrade, C., Frederico, N., & Umbelino, J. (2012). *Los cruceros turísticos en el Douro y el segmento de vinos y gastronomía. Un propuesta de sustentabilidad sociocultural*. Obtenido de http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322012000400014
- Durazno, W. (2009). *Paquete turístico: "Tras la huella de nuestra cultura precolombina en Cuenca y en el Parque Nacional Cajas"*. Obtenido de Universidad del Azuay : <http://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/909/1/07453.pdf>
- Galvis, N. (2018). *Turismo fluvial: una alternativa para fomentar la actividad*

- turística en los municipios ribereños al Río Magdalena. el caso del municipio de Suarez (Tolima, Colombia).* Obtenido de <https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/tursoc/article/view/5587>
- García, D. (2017). *El transporte fluvial y su incidencia en el desarrollo de las actividades comerciales de sus habitantes de la isla Puná.* Obtenido de Universidad de Guayaquil: <https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545890011.pdf>
- Manzano, J. (2014). *Diseño de una ruta turística de aventura en el cantón Joya de los Sachas, Provincia de Orellana.* Obtenido de ESPOCH: <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/3515/1/23T0420.pdf>
- MINTUR. (2018). *Guía metodológica para la jerarquización de atractivos y generación de espacios turísticos del Ecuador.* Obtenido de https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/Parte1_GuiaMetodologicaInventarioGeneracionEspacioTuristico2017_2daEd.pdf
- Ocapana, M. (2019). *Inventario y jerarquización de los atractivos turísticos de la parroquia Machachi, normativa MINTUR 2017.* Obtenido de Universidad Central del Ecuador: <http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/19396>
- Ollague, N. (2015). *Plan de promoción turística para la comunidad Punta Diamante de la parroquia Chongon del Cantón Guayaquil.* Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/8291/1/TESIS%20ORIGINAL%20NANCY.pdf>
- Ostaiza, C. (2015). *“Plan estratégico para fortalecer al turismo fluvial, que contribuya al desarrollo local de la Parroquia el Morro, recinto Puerto el Morro.* Obtenido de Universidad de Guayaquil: <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/11012/1/TESIS.pdf>
- Polvillo, A. (2017). *Nuevas tendencias del turismo en Europa.* Obtenido de Universidad de Sevilla: <https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/68054/NUEVAS%20TENDE>

NCIAS%20DEL%20TURISMO%20EN%20EUROPA_Alejandro%20Pol
villo%20Porras.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Servicios corporativos S.A. (2020). *Cruceros turisticos, aventuras Ecuador*.

Obtenido de Tour Operadora:
<https://viajesmil.jimdofree.com/navegables/>

Thompson, I. (2005). *Segmentación del Mercado*. Obtenido de
Promonegocios.net:

[http://accioneduca.org/admin/archivos/clases/material/segmentacionde
lmercado_1563557817.pdf](http://accioneduca.org/admin/archivos/clases/material/segmentacionde
lmercado_1563557817.pdf)

11. Anexos

Anexo 1. Ficha técnica de atractivos del MINTUR, 2018

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																								
Código del atractivo:	#/N/A	#/N/A	#/N/A	#/N/A	#/N/A	#/N/A	0	0	#/N/A	#/N/A	#/N/A	#/N/A	0	0	0	0	1							
	Provincia		Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo									
1. DATOS GENERALES																								
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																								
1.2 Categoría						1.3 Tipo						1.4 Subtipo												
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO																								
2.1 Provincia						2.2 Cantón						2.3 Parroquia												
2.4 Barrio, Sector o Comuna						2.5 Calle Principal						2.6 Número			2.7 Transversal									
2.8 Latitud (grados decimales)						2.9 Longitud (grados decimales) Click						2.10 Altura (msnm)												
2.11 Información del administrador																								
a. Tipo de Administrador: <input type="text"/>						b. Nombre de la Institución: <input type="text"/>																		
c. Nombre del Administrador: <input type="text"/>						d. Cargo que ocupa: <input type="text"/>																		
e. Teléfono / Celular: <input type="text"/>						f. Correo Electrónico: <input type="text"/>																		
Observaciones: <input type="text"/>																								
3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO																								
3.1 Características climatológicas <input type="checkbox"/>																								
a. Clima:						b. Temperatura(°C):						c. Precipitación Pluviométrica (mm):												
3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U) <input type="checkbox"/>																								
a. Cultura <input type="checkbox"/>						b. Naturaleza <input type="checkbox"/>						c. Aventura <input type="checkbox"/>												
3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico <input type="checkbox"/>																								
a. Prístino <input type="checkbox"/>						b. Primitivo <input type="checkbox"/>						c. Rústico Natural <input type="checkbox"/>						d. Rural <input type="checkbox"/>			e. Urbano <input type="checkbox"/>			
3.4 Ingreso al atractivo (U) <input type="checkbox"/>																								
a. Tipo de Ingreso		b. Horario de Atención				c. Atención																		
		Ingreso	Salida			Todos los días		Fines de semana y feriados		Solo días hábiles		Otro		Especificar										
Libre <input type="checkbox"/>	0:00	0:00			<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/> <input type="text"/>											
Restringido <input type="checkbox"/>	0:00	0:00			<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/> <input type="text"/>											
Pagado <input type="checkbox"/>	0:00	0:00			<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/> <input type="text"/>											
d. Maneja un sistema de reservas: <input type="checkbox"/>						f. Forma de Pago:																		
e. Precio: Desde 0,00 Hasta 0,00						Efectivo <input type="checkbox"/>		Dinero Electrónico <input type="checkbox"/>		Depósito Bancario <input type="checkbox"/>		Tarjeta de Débito <input type="checkbox"/>												
						Tarjeta de Crédito <input type="checkbox"/>		Transferencia Bancaria <input type="checkbox"/>				Cheque <input type="checkbox"/>												
g. Meses recomendables de visita:						<input type="text"/>																		
Observaciones: <input type="text"/>																								

4. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO							SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>																																													
a. Nombre de la ciudad o poblado más cercano (Que presente condiciones mínimas de servicios):							texto																																																		
b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano:		0 km	c. Tiempo estimado de desplazamiento en auto:		0:00 h/min	d. Coordenadas (grados decimales):		Lat.: 0	Long.: 0																																																
Observaciones: texto																																																									
4.2 Vías de Acceso (M) <input type="checkbox"/>																																																									
<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">Tipo de vía</th> <th>Coordenada de inicio</th> <th>Coordenada de fin</th> <th>Distancia (km)</th> <th>Tipo de material</th> <th>Estado</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="3">a. Terrestre (M)</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td>a. Primer orden</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>texto</td> <td></td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/></td> <td>b. Segundo orden</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>texto</td> <td></td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/></td> <td>c. Tercer orden</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>texto</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>												Tipo de vía		Coordenada de inicio	Coordenada de fin	Distancia (km)	Tipo de material	Estado	a. Terrestre (M)	<input type="checkbox"/>	a. Primer orden	<input type="checkbox"/>	0	0	0	texto		<input type="checkbox"/>	b. Segundo orden	<input type="checkbox"/>	0	0	0	texto		<input type="checkbox"/>	c. Tercer orden	<input type="checkbox"/>	0	0	0	texto															
Tipo de vía		Coordenada de inicio	Coordenada de fin	Distancia (km)	Tipo de material	Estado																																																			
a. Terrestre (M)	<input type="checkbox"/>	a. Primer orden	<input type="checkbox"/>	0	0	0	texto																																																		
	<input type="checkbox"/>	b. Segundo orden	<input type="checkbox"/>	0	0	0	texto																																																		
	<input type="checkbox"/>	c. Tercer orden	<input type="checkbox"/>	0	0	0	texto																																																		
Observaciones: texto																																																									
<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="3">b. Acuático (U)</th> <th><input type="checkbox"/></th> <th>Marítimo</th> <th><input type="checkbox"/></th> <th>Puerto / Muelle de partida</th> <th>texto</th> <th rowspan="3">Estado</th> <th>Puerto / Muelle de Llegada</th> <th>texto</th> <th rowspan="3">Estado</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td><input type="checkbox"/></td> <td>Lacustre</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td>Puerto / Muelle de partida</td> <td>texto</td> <td>Puerto / Muelle de Llegada</td> <td>texto</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/></td> <td>Fluvial</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td>Puerto / Muelle de partida</td> <td>texto</td> <td>Puerto / Muelle de Llegada</td> <td>texto</td> </tr> </tbody> </table>												b. Acuático (U)	<input type="checkbox"/>	Marítimo	<input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto	Estado	Puerto / Muelle de Llegada	texto	Estado	<input type="checkbox"/>	Lacustre	<input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto	Puerto / Muelle de Llegada	texto	<input type="checkbox"/>	Fluvial	<input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto	Puerto / Muelle de Llegada	texto																						
b. Acuático (U)	<input type="checkbox"/>	Marítimo	<input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto	Estado	Puerto / Muelle de Llegada	texto	Estado																																																
	<input type="checkbox"/>	Lacustre	<input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto		Puerto / Muelle de Llegada	texto																																																	
	<input type="checkbox"/>	Fluvial	<input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto		Puerto / Muelle de Llegada	texto																																																	
Observaciones: texto																																																									
<table border="1"> <thead> <tr> <th>c. Aéreo (U)</th> <th><input type="checkbox"/></th> <th>Nacional:</th> <th><input type="checkbox"/></th> <th>Internacional:</th> <th><input type="checkbox"/></th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td colspan="6">Observaciones: texto</td> </tr> </tbody> </table>												c. Aéreo (U)	<input type="checkbox"/>	Nacional:	<input type="checkbox"/>	Internacional:	<input type="checkbox"/>	Observaciones: texto																																							
c. Aéreo (U)	<input type="checkbox"/>	Nacional:	<input type="checkbox"/>	Internacional:	<input type="checkbox"/>																																																				
Observaciones: texto																																																									
4.3 Servicio de transporte (M) <input type="checkbox"/>																																																									
<table border="1"> <tbody> <tr> <td>a. Bus</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td>b. Buseta</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td>c. Transporte 4x4</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td>d. Taxi</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td>e. Moto taxi</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td>f. Teleférico</td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>g. Lancha</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td>h. Bote</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td>i. Barco</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td>j. Canoa</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td>k. Avión</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td>l. Avioneta</td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>m. Helicóptero</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td>n. Otro</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td colspan="8">Especifique</td> </tr> </tbody> </table>												a. Bus	<input type="checkbox"/>	b. Buseta	<input type="checkbox"/>	c. Transporte 4x4	<input type="checkbox"/>	d. Taxi	<input type="checkbox"/>	e. Moto taxi	<input type="checkbox"/>	f. Teleférico	<input type="checkbox"/>	g. Lancha	<input type="checkbox"/>	h. Bote	<input type="checkbox"/>	i. Barco	<input type="checkbox"/>	j. Canoa	<input type="checkbox"/>	k. Avión	<input type="checkbox"/>	l. Avioneta	<input type="checkbox"/>	m. Helicóptero	<input type="checkbox"/>	n. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique																	
a. Bus	<input type="checkbox"/>	b. Buseta	<input type="checkbox"/>	c. Transporte 4x4	<input type="checkbox"/>	d. Taxi	<input type="checkbox"/>	e. Moto taxi	<input type="checkbox"/>	f. Teleférico	<input type="checkbox"/>																																														
g. Lancha	<input type="checkbox"/>	h. Bote	<input type="checkbox"/>	i. Barco	<input type="checkbox"/>	j. Canoa	<input type="checkbox"/>	k. Avión	<input type="checkbox"/>	l. Avioneta	<input type="checkbox"/>																																														
m. Helicóptero	<input type="checkbox"/>	n. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique																																																					
Observaciones: texto																																																									
4.3.1 Detalle de transporte hacia el atractivo (M) <input type="checkbox"/>																																																									
<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio</th> <th rowspan="2">b. Estación / terminal</th> <th colspan="4">c. Frecuencia</th> <th rowspan="2">d. Detalle (Traslado origen / destino)</th> </tr> <tr> <th>Diana</th> <th>Semanal</th> <th>Mensual</th> <th>Eventual</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>texto</td> <td>texto</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td>texto</td> </tr> <tr> <td>texto</td> <td>texto</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td>texto</td> </tr> <tr> <td>texto</td> <td>texto</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td>texto</td> </tr> <tr> <td>texto</td> <td>texto</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td>texto</td> </tr> <tr> <td>texto</td> <td>texto</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td>texto</td> </tr> </tbody> </table>												a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio	b. Estación / terminal	c. Frecuencia				d. Detalle (Traslado origen / destino)	Diana	Semanal	Mensual	Eventual	texto	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto	texto	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto	texto	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto	texto	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto	texto	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto
a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio	b. Estación / terminal	c. Frecuencia				d. Detalle (Traslado origen / destino)																																																			
		Diana	Semanal	Mensual	Eventual																																																				
texto	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto																																																			
texto	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto																																																			
texto	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto																																																			
texto	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto																																																			
texto	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto																																																			
4.4 Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad (M) <input type="checkbox"/>																																																									
<table border="1"> <tbody> <tr> <td>General</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td>Discapacidad Física</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td>Discapacidad Visual</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td>Discapacidad Auditiva</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td>Discapacidad Intelectual o Psicosocial</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td>d. No es accesible</td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td colspan="12">Observaciones: texto</td> </tr> </tbody> </table>												General	<input type="checkbox"/>	Discapacidad Física	<input type="checkbox"/>	Discapacidad Visual	<input type="checkbox"/>	Discapacidad Auditiva	<input type="checkbox"/>	Discapacidad Intelectual o Psicosocial	<input type="checkbox"/>	d. No es accesible	<input type="checkbox"/>	Observaciones: texto																																	
General	<input type="checkbox"/>	Discapacidad Física	<input type="checkbox"/>	Discapacidad Visual	<input type="checkbox"/>	Discapacidad Auditiva	<input type="checkbox"/>	Discapacidad Intelectual o Psicosocial	<input type="checkbox"/>	d. No es accesible	<input type="checkbox"/>																																														
Observaciones: texto																																																									
4.5 Señalización <input type="checkbox"/>																																																									
<table border="1"> <tbody> <tr> <td>a. Señalización de aproximación al atractivo</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td>Estado (U)</td> <td>Bueno</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td>Regular</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td>Malo</td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td colspan="9">Observaciones: texto</td> </tr> </tbody> </table>												a. Señalización de aproximación al atractivo	<input type="checkbox"/>	Estado (U)	Bueno	<input type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	Malo	<input type="checkbox"/>	Observaciones: texto																																				
a. Señalización de aproximación al atractivo	<input type="checkbox"/>	Estado (U)	Bueno	<input type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	Malo	<input type="checkbox"/>																																																	
Observaciones: texto																																																									

5. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS SI NO SI

5.1 Planta turística (M) <input type="checkbox"/>														
a. En el Atractivo <input type="checkbox"/>					b. En la ciudad o poblado cercano <input type="checkbox"/>									
Alojamiento <input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas		Alojamiento <input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas						
Hotel <input type="checkbox"/>	0	0	0		Hotel <input type="checkbox"/>	0	0	0						
Hostal <input type="checkbox"/>	0	0	0		Hostal <input type="checkbox"/>	0	0	0						
Hostería <input type="checkbox"/>	0	0	0		Hostería <input type="checkbox"/>	0	0	0						
Hacienda Turística <input type="checkbox"/>	0	0	0		Hacienda Turística <input type="checkbox"/>	0	0	0						
Lodge <input type="checkbox"/>	0	0	0		Lodge <input type="checkbox"/>	0	0	0						
Resort <input type="checkbox"/>	0	0	0		Resort <input type="checkbox"/>	0	0	0						
Refugio <input type="checkbox"/>	0	0	0		Refugio <input type="checkbox"/>	0	0	0						
Campamento Turístico <input type="checkbox"/>	0	0	0		Campamento Turístico <input type="checkbox"/>	0	0	0						
Casa de Huéspedes <input type="checkbox"/>	0	0	0		Casa de Huéspedes <input type="checkbox"/>	0	0	0						
Observaciones: texto					Observaciones: texto									
Alimentos y bebidas <input type="checkbox"/>					Alimentos y bebidas <input type="checkbox"/>									
Restaurantes <input type="checkbox"/>	0	0	0		Restaurantes <input type="checkbox"/>	0	0	0						
Cafeterías <input type="checkbox"/>	0	0	0		Cafeterías <input type="checkbox"/>	0	0	0						
Bares <input type="checkbox"/>	0	0	0		Bares <input type="checkbox"/>	0	0	0						
Fuentes de soda <input type="checkbox"/>	0	0	0		Fuentes de soda <input type="checkbox"/>	0	0	0						
Observaciones: texto					Observaciones: texto									
Agencias de Viaje <input type="checkbox"/>		Establecimientos registrados			Agencias de Viaje <input type="checkbox"/>		Establecimientos registrados							
Mayoristas <input type="checkbox"/>		0			Mayoristas <input type="checkbox"/>		0							
Internacionales <input type="checkbox"/>		0			Internacionales <input type="checkbox"/>		0							
Operadoras <input type="checkbox"/>		0			Operadoras <input type="checkbox"/>		0							
Observaciones: texto					Observaciones: texto									
Guía		Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	0	Guía		Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	0	
<input type="checkbox"/>		0	0	0	Aventura	0	<input type="checkbox"/>		0	0	0	Aventura	0	
Observaciones: texto					Observaciones: texto									
5.2 Facilidades en el entorno al atractivo <input type="checkbox"/>														
Categoría (M)		Tipo (M)		Cantidad	Coordenadas	Administrador	Accesibilidad universal	Estado (U)						
a. De apoyo a la gestión turística <input type="checkbox"/>		Punto de Información <input type="checkbox"/>		0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		I-Tur <input type="checkbox"/>		0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		Centro de interpretación <input type="checkbox"/>		0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		Centro de facilitación turística <input type="checkbox"/>		0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		Centro de recepción de visitantes <input type="checkbox"/>		0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. De observación y vigilancia <input type="checkbox"/>		Garitas de guardiania <input type="checkbox"/>		0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		Miradores <input type="checkbox"/>		0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		Torres de avistamiento de aves <input type="checkbox"/>		0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		Torres de vigilancia para salvavidas <input type="checkbox"/>		0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
c. De recorrido y descanso <input type="checkbox"/>		Senderos <input type="checkbox"/>		0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
		Estaciones de sombra y descanso <input type="checkbox"/>		0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
		Áreas de acampar <input type="checkbox"/>		0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
d. De servicio <input type="checkbox"/>		Baterías sanitarias <input type="checkbox"/>		0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
		Estacionamientos <input type="checkbox"/>		0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
e. Otros <input type="checkbox"/>				0	146 ⁰	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
Observaciones: texto														

5.3 Complementarios a la actividad turística (M) <input type="checkbox"/>			
a. En el Atractivo <input type="checkbox"/>		b. En la ciudad o poblado cercano <input type="checkbox"/>	
Alquiler y venta de equipo especializado <input type="checkbox"/>	Venta de artesanías y merchandising <input type="checkbox"/>	Alquiler y venta de equipo especializado <input type="checkbox"/>	Venta de artesanías y merchandising <input type="checkbox"/>
Casa de cambio <input type="checkbox"/>	Cajero automático <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>	Casa de cambio <input type="checkbox"/>
Especifique: <input type="text"/>		Especifique: <input type="text"/>	
Observaciones: <input type="text"/>			
6. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> SI/ <input type="checkbox"/>			
6.1 Atractivo (U) <input type="checkbox"/>			
a. Conservado <input type="checkbox"/>	b. Alterado <input type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/>	d. Deteriorado <input type="checkbox"/>
Observaciones: <input type="text"/>			
6.1.1 Factores de alteración y deterioro (M)			
6.1.1.1 Naturales (M)		6.1.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)	
a. Erosión <input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas <input type="checkbox"/>	b. Actividades forestales <input type="checkbox"/>	c. Actividades extractivas / minería <input type="checkbox"/>
b. Humedad <input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales <input type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono <input type="checkbox"/>	f. Huaquearía <input type="checkbox"/>
c. Desastres naturales <input type="checkbox"/>	g. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/>	h. Condiciones de uso y exposición <input type="checkbox"/>	i. Falta de mantenimiento <input type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna <input type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente <input type="checkbox"/>	k. Generación de residuos <input type="checkbox"/>	l. Expansión urbana <input type="checkbox"/>
e. Clima <input type="checkbox"/>	m. Conflicto político / social <input type="checkbox"/>	n. Desarrollo industrial / comercial <input type="checkbox"/>	o. Vandalismo <input type="checkbox"/>
Otro <input type="checkbox"/>	Especifique: <input type="text"/>		
Observaciones: <input type="text"/>			
6.2 Entorno (U) <input type="checkbox"/>			
a. Conservado <input type="checkbox"/>	b. Alterado <input type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/>	d. Deteriorado <input type="checkbox"/>
Observaciones: <input type="text"/>			
6.2.1 Factores de alteración y deterioro (M)			
6.2.1.1 Naturales (M)		6.2.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)	
a. Erosión <input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas <input type="checkbox"/>	b. Actividades forestales <input type="checkbox"/>	c. Actividades extractivas / minería <input type="checkbox"/>
b. Humedad <input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales <input type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono <input type="checkbox"/>	f. Huaquearía <input type="checkbox"/>
c. Desastres naturales <input type="checkbox"/>	g. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/>	h. Condiciones de uso y exposición <input type="checkbox"/>	i. Falta de mantenimiento <input type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna <input type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente <input type="checkbox"/>	k. Generación de residuos <input type="checkbox"/>	l. Expansión urbana <input type="checkbox"/>
e. Clima <input type="checkbox"/>	m. Conflicto político / social <input type="checkbox"/>	n. Desarrollo industrial / comercial <input type="checkbox"/>	o. Vandalismo <input type="checkbox"/>
Otro <input type="checkbox"/>	Especifique: <input type="text"/>		
Observaciones: <input type="text"/>			
6.3. Declaratoria del espacio turístico asociado al atractivo <input type="checkbox"/>			
a. Declarante: <input type="text"/>	b. Denominación: <input type="text"/>	b. Fecha de declaración: <input type="text"/>	c. Alcance: <input type="text"/>
Observaciones: <input type="text"/>			

7. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA							SI	NO	SI
7.1 Servicios Básicos							<input type="checkbox"/>		
a. En el atractivo				b. En la ciudad o poblado mas cercano			<input type="checkbox"/>		
Agua:				Agua			<input type="checkbox"/>		
Especifique: <i>texto</i>				Especifique: <i>texto</i>					
Energía eléctrica:				Energía eléctrica			<input type="checkbox"/>		
Especifique: <i>texto</i>				Especifique: <i>texto</i>					
Saneamiento:				Saneamiento:			<input type="checkbox"/>		
Especifique: <i>texto</i>				Especifique: <i>texto</i>					
Disposición de desechos:				Disposición de desechos:			<input type="checkbox"/>		
Especifique: <i>texto</i>				Especifique: <i>texto</i>					
Observaciones: <i>texto</i>									
7.2 Señalética en el atractivo							<input type="checkbox"/>		
7.2.1 Ambiente	7.2.2. Tipo	7.2.3. Materialidad				7.2.4. Estado			
		a. Madera	b. Aluminio	c. Otro	Especifique	B	R	M	
En áreas urbanas <input type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Pictogramas de restricción	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Tótems de atractivos turísticos	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Tótems de sitio	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
En áreas naturales <input type="checkbox"/>	Tótems direccionales	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Pictogramas de restricción	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Señales turísticas de aproximación	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Paneles de direccionamiento hacia atractivos	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Panel informativo de atractivos	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Panel informativo de direccionamiento hacia atractivos, servicios y actividades	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Mesas interpretativas	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Tótem de sitio	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
Tótem de direccionamiento	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
Letreros informativos <input type="checkbox"/>	De información botánica	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Normativos de concienciación	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Señalética interna de seguridad <input type="checkbox"/>	Protección de los elementos del atractivo	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Otros <input type="checkbox"/>	<i>texto</i>								
Observaciones: <i>texto</i>									

7.3 Salud (más cercano) (M) <input type="checkbox"/>									
a. En el atractivo <input type="checkbox"/>					b. En la ciudad o poblado mas cercano <input type="checkbox"/>				
Hospital o Clínica	<input type="checkbox"/>	Cantidad	0	Hospital o Clínica	<input type="checkbox"/>	Cantidad	0		
Puesto / Centro de salud	<input type="checkbox"/>		0	Puesto / Centro de salud	<input type="checkbox"/>		0		
Dispensario médico	<input type="checkbox"/>		0	Dispensario médico	<input type="checkbox"/>		0		
Botiquín de primeros auxilios	<input type="checkbox"/>		0	Botiquín de primeros auxilios	<input type="checkbox"/>		0		
Otros	<input type="checkbox"/>		0	Otros	<input type="checkbox"/>		0		
Observaciones: texto									
7.4 Seguridad (M) <input type="checkbox"/>									
a. Privada	<input type="checkbox"/>	Detalle	texto						
b. Policía nacional	<input type="checkbox"/>		texto						
c. Policía metropolitana / Municipal	<input type="checkbox"/>		texto						
d. Otra	<input type="checkbox"/>		texto						
Observaciones: texto									
7.5 Servicio de comunicación de uso público (M) <input type="checkbox"/>									
a. En el atractivo <input type="checkbox"/>					b. En la ciudad o poblado mas cercano <input type="checkbox"/>				
Telefonía (M) <input type="checkbox"/>		Conexión a internet (M) <input type="checkbox"/>			Telefonía (M) <input type="checkbox"/>		Conexión a internet (M) <input type="checkbox"/>		
Fija <input type="checkbox"/>	Línea telefónica <input type="checkbox"/>	Fibra óptica <input type="checkbox"/>			Fija <input type="checkbox"/>	Línea telefónica <input type="checkbox"/>	Fibra óptica <input type="checkbox"/>		
Móvil <input type="checkbox"/>	Satélite <input type="checkbox"/>	Redes inalámbricas <input type="checkbox"/>			Móvil <input type="checkbox"/>	Satélite <input type="checkbox"/>	Redes inalámbricas <input type="checkbox"/>		
Satelital <input type="checkbox"/>	Telefonía móvil <input type="checkbox"/>					Satelital <input type="checkbox"/>	Telefonía móvil <input type="checkbox"/>		
Observaciones: texto									
Radio portátil (U) <input type="checkbox"/>									
De uso exclusivo para el visitante <input type="checkbox"/>			De uso exclusivo para comunicación interna <input type="checkbox"/>			De uso exclusivo en caso de emergencia <input type="checkbox"/>			
Observaciones: texto									
7.6 Multiamenazas (M) <input type="checkbox"/>									
Deslaves <input type="checkbox"/>		Sismos <input type="checkbox"/>		Erupciones volcánicas <input type="checkbox"/>		Incendios forestales <input type="checkbox"/>			
Sequía <input type="checkbox"/>		Inundaciones <input type="checkbox"/>		Aguajes <input type="checkbox"/>		Tsunami <input type="checkbox"/>			
¿Existe un plan de contingencia en caso de catástrofes? <input type="checkbox"/>		Institución que elaboró el documento. texto		Nombre del documento: texto		Año de elaboración: 0			
Observaciones: texto									
8. POLÍTICAS Y REGULACIONES SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/>									
a. ¿El GAD cuenta con el Plan de Desarrollo Turístico Territorial?					SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>		Año de elaboración:		
b. ¿El atractivo se encuentra dentro de la planificación turística territorial (GAD'S)?					SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>		Especifique:		
texto									
c. ¿Existen normativas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?					SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>		Especifique:		
texto									
d. ¿Existen ordenanzas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?					SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>		Especifique:		
texto									
Observaciones: texto									

9. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U)			SI	NO	S/I				
9.1 ATRACTIVOS NATURALES (M) <input type="checkbox"/>									
9.1.1 En el Agua (M) <input type="checkbox"/>									
a. Buceo	<input type="checkbox"/>	b. Kayak de mar	<input type="checkbox"/>	c. Kayak lacustre	<input type="checkbox"/>	d. Kayak de Río	<input type="checkbox"/>	e. Surf	<input type="checkbox"/>
f. Kite surf	<input type="checkbox"/>	g. Rafting	<input type="checkbox"/>	h. Snorkel	<input type="checkbox"/>	i. Tubing	<input type="checkbox"/>	j. Regata	<input type="checkbox"/>
k. Paseo en panga	<input type="checkbox"/>	l. Paseo en bote	<input type="checkbox"/>	m. Paseo en lancha	<input type="checkbox"/>	n. Paseo en moto acuática	<input type="checkbox"/>	o. Parasailing	<input type="checkbox"/>
p. Esquí acuático	<input type="checkbox"/>	q. Banana flotante	<input type="checkbox"/>	r. Boya	<input type="checkbox"/>	s. Pesca deportiva	<input type="checkbox"/>	Otro	<input type="checkbox"/> texto
Observaciones: texto									
9.1.2 En el Aire (M) <input type="checkbox"/>									
a. Alas Delta	<input type="checkbox"/>	b. Canopy	<input type="checkbox"/>	c. Parapente	<input type="checkbox"/>	d Otro	<input type="checkbox"/>	texto	
Observaciones: texto									
9.1.3 En Superficie Terrestre (M) <input type="checkbox"/>									
a. Montañismo	<input type="checkbox"/>	b. Escalada	<input type="checkbox"/>	c. Senderismo	<input type="checkbox"/>	d. Cicloturismo	<input type="checkbox"/>	e. Canyoning	<input type="checkbox"/>
f. Exploración de cuevas	<input type="checkbox"/>	g. Actividades Recreativas	<input type="checkbox"/>	h. Cabalgata	<input type="checkbox"/>	i. Caminata	<input type="checkbox"/>	j. Camping	<input type="checkbox"/>
k. Picnic	<input type="checkbox"/>	l. Observación de flora y fauna	<input type="checkbox"/>	m. Observación de astros	<input type="checkbox"/>	n. Otro	<input type="checkbox"/>	texto	
Observaciones: texto									
9.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U) <input type="checkbox"/>									
9.2.1 Tangibles e intangibles <input type="checkbox"/>									
a. Recorridos guiados	<input type="checkbox"/>	b. Recorrido autoguiados	<input type="checkbox"/>	c. Visita a talleres artísticos	<input type="checkbox"/>				
h. Participación en talleres artísticos	<input type="checkbox"/>	d. Visita a talleres artesanales	<input type="checkbox"/>	i. Participación en talleres artesanales	<input type="checkbox"/>				
e. Exposiciones temáticas permanentes, temporales y eventuales	<input type="checkbox"/>	f. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales.	<input type="checkbox"/>	i. Actividades vivenciales y/o lúdicas	<input type="checkbox"/>				
g. Presentaciones o representaciones en vivo	<input type="checkbox"/>	h. Muestras audiovisuales	<input type="checkbox"/>	g. Fotografía	<input type="checkbox"/>				
j. Degustación de platos tradicionales	<input type="checkbox"/>	l. Participación de la celebración	<input type="checkbox"/>	m. Compra de artesanías	<input type="checkbox"/>				
n. Convivencia	<input type="checkbox"/>	o. Medicina ancestral	<input type="checkbox"/>	Otro	<input type="checkbox"/>	texto			
Observaciones: texto									
10. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO			SI	NO	S/I				
10.1. Medios de Promoción del Atractivo (M)									
¿Existe un plan de promoción turística cantonal?			SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	Especifique: texto		
¿El Atractivo se encuentra incluido en el plan de promoción turístico cantonal?			SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>			
Medio Promocional		Dirección y nombre de los medios promocionales	Periodicidad de la promoción						
a. Página WEB	<input type="checkbox"/>	URL: texto	Ninguna						
b. Red Social	<input type="checkbox"/>	Nombre: texto	Ninguna						
c. Revistas Especializadas	<input type="checkbox"/>	Nombre: texto	Ninguna						
d. Material POP	<input type="checkbox"/>	Nombre: texto	Ninguna						
e. Oficina de Información Turística	<input type="checkbox"/>	Nombre: texto	Ninguna						
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa)	<input type="checkbox"/>	Nombre: texto	Ninguna						
g. Asistencia a ferias turísticas	<input type="checkbox"/>	Nombre: texto	Ninguna						
h. Otro	<input type="checkbox"/>	Nombre: texto	Ninguna						
Observaciones: texto									

10.2. El atractivo forma parte de una oferta establecida (paquete turístico)		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	Especifique: texto		
Observaciones: texto								
11. REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA (M)								
SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>								
11.1. Frecuencia de visita según datos estadísticos								
<input type="checkbox"/>								
a. ¿Posee un sistema de registro de visitantes?		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	Tipo: Digital	<input type="checkbox"/>	
				Papel	<input type="checkbox"/>	Años de registro	0	
b. ¿Se genera reporte de estadísticas de visita al atractivo?		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	Frecuencia de los reportes: Ninguna		
c. Temporalidad de visita al atractivo								
Alta (meses)	<input type="checkbox"/>	Especifique	texto			Número de visitantes	0	
Baja (meses)	<input type="checkbox"/>		texto				0	
d. Llegada de turistas								
<input type="checkbox"/>	Turista nacional			Llegadas mensuales	Total anual	<input type="checkbox"/>	Turista extranjero	
							Llegadas mensuales	Total Anual
Ciudades de origen	texto	0	0	Paises de origen	texto	0	0	
	texto	0	0		texto	0	0	
	texto	0	0		texto	0	0	
Observaciones: texto								
11.2. Frecuencia de visita según informantes clave								
<input type="checkbox"/>								
Nombre del Informante Clave: texto				Contactos: (+593)				
Demanda según días de visita <input type="checkbox"/>				Demanda según frecuencia de visita <input type="checkbox"/>				
Lunes a viernes	0	Fines de semana	0	Días feriados	0	Permanente	<input type="checkbox"/>	
						Estacional	<input type="checkbox"/>	
						Esporádica	<input type="checkbox"/>	
						Inexistente	<input type="checkbox"/>	
Observaciones: texto								
12. RECURSO HUMANO								
SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>								
a. Número de personas a cargo de la administración y operación del atractivo <input type="checkbox"/>				d. Número de personas especializadas en turismo <input type="checkbox"/>				
0				0				
e. Número de personas con nivel de instrucción (M): <input type="checkbox"/>		f. Número de personas capacitadas por temática (M) <input type="checkbox"/>		g. Número de personas que manejan algún de idiomas (M) <input type="checkbox"/>				
Primaria	0	Secundaria	0	Primeros Auxilios	0	Hospitalidad	0	
Inglés	0	Alemán	0	Atención al Cliente	0	Guianza	0	
Francés	0	Italiano	0	Otro	texto	Chino	0	
Otro	texto	Sensibilización de discapacidades	de 0	Otro	texto	Otro	texto	
Observaciones: texto								
13. DESCRIPCION DEL ATRACTIVO (500 caracteres)								
texto								

14. ANEXOS

a. Archivo Fotográfico (dos) (HD)

--	--

Fuente: [texto](#)

b. Ubicación gráfica del Atractivo

--

Fuente: [texto](#)

FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)

ELABORADO POR:	VALIDADO POR:	APROBADO POR:
Apellido y Nombre	Apellido y Nombre	Apellido y Nombre
Institución	Institución	Institución
Cargo	Cargo	Cargo
Correo Electrónico	Correo Electrónico	Correo Electrónico
Teléfono	Teléfono	Teléfono
Firma	Firma	Firma
Fecha	Fecha	Fecha

Anexo 2. Ficha resumen de atractivos turísticos naturales y culturales

NOMBRE DEL ATRACTIVO			JERARQUIA
CATEGORIA	TIPO		SUBTIPO
PROVINCIA	CANTON		LOCALIDAD
Foto		Ubicación/georreferenciación	
Características			
Recomendaciones			

Actividades turísticas

Anexo 3. Entrevista

Estimado Señor (a):

Con el motivo de realizar una investigación en el cantón Yantzaza, con el tema: "Propuesta de una ruta turística fluvial sobre el Río Zamora en el Cantón Yantzaza, Provincia de Zamora Chinchipe", solicito a Usted, de la manera más comedida se digne a responder las siguientes preguntas, ya que su opinión proporcionará información de gran importancia para el desarrollo del presente trabajo investigativo.

1. ¿Cómo usted describe el desarrollo turístico del cantón Yantzaza?

2. ¿Cuál cree usted que es la limitante para que no se desarrolle adecuadamente el turismo en el cantón Yantzaza?

3. ¿Existen contribuciones de alguna entidad pública o privada para el fomento del turismo en el sector?

4. ¿Considera usted que el aporte y el desarrollo de propuestas turísticas ayudan a dinamizar la economía del cantón?

5. ¿Desde su punto de vista cuales son los atractivos turísticos que más visitan los turistas al momento de llegar al cantón Yantzaza?

6. ¿Cómo cree usted que una propuesta de creación de una ruta turística fluvial sobre el Río Zamora en el cantón Yantzaza contribuiría al fomento del turismo de dicho cantón?

7. ¿Qué actividades turísticas conoce usted se realizan cerca al río Zamora?

8. ¿Cuál sería su aporte al desarrollo de nuevas propuestas turísticas

Anexo 4. Encuesta

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
FACULTAD JURIDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
ADMINISTRACION TURISTICA



Objetivo

De la manera más comedida solicito se digne contestar la siguiente encuesta que tiene como objetivo recolectar información para la propuesta del tema **“Propuesta de una ruta turística fluvial sobre el río Zamora en el cantón Yantzaza, provincia de Zamora Chinchipe”**.

Instrucción

Marque con una x la selección que usted crea conveniente o como se lo indique el enunciado en cada pregunta.

Le gustaría ser partícipe de un proyecto con esta denominación. Si su respuesta es no avance hasta el final de la encuesta.

1. Si
2. No

Conoce Yantzaza.

1. Si
2. No

Por qué motivos viaja usted a Yantzaza. Si su respuesta fue si en la pregunta 2 conteste, caso contrario avance a la siguiente pregunta.

1. Turismo
2. Comercio
3. Educación
4. Trabajo
5. Salud
6. Clima
7. Diversión
8. Otro, especifique.....

Que es lo que más le gusta de Yantzaza. Si su respuesta fue si en la pregunta 2 conteste, caso contrario avance a la siguiente pregunta.

1. El clima
2. La amabilidad de su gente
3. Sus atractivos turísticos naturales y culturales
4. Sus paisajes
5. Su gastronomía
6. Otro, especifique.....

¿Con quién le gustaría visitar este lugar?

1. Solo

2. Familiares
3. Amigos
4. Pareja
5. Compañeros de trabajo
6. Otro, especifique

¿Qué días preferiría usted visitar la zona?

1. De lunes a viernes
2. Sábado y domingo
3. Feriados
4. Otro, especifique

¿Cómo se trasladaría a esta zona?

1. Auto propio
2. Auto rentado
3. Servicio público
4. Otro, especifique

Que servicios turísticos valora más a la hora de visitar un lugar

1. Guianza
2. Restauración (alimentación)
3. Actividades complementarias
4. Transporte
5. Alojamiento
6. Accesibilidad
7. Seguridad

De acuerdo a la gastronomía típica del lugar, ¿qué platos le gustaría consumir?

Seleccione 3.

1. Ancas de rana
2. Ayampaco
3. Chontacuros
4. Tilapia frita
5. Caldo de gallina criolla
6. Otro, especifique

¿Por qué medios le gustaría informarse del producto turístico propuesto?

Seleccione 4 respuestas.

1. Periódicos
2. Revistas
3. Folletos
4. Trípticos
5. Dípticos
6. Página Web
7. Vallas publicitarias
8. Otro, especifique

**¿Cuáles son las redes sociales de mayor interés para usted?
Seleccione 2.**

- 1 Facebook
- 2 Instagram
- 3 Twitter

**¿Qué tipo de souvenirs (recuerdos) le gustaría adquirir?
Seleccione 3.**

1. Llaveros
2. Gorras
3. Camisetas
4. Esferos
5. Postales
6. Bolsos
7. Recuerdos artesanales
8. Otro, especifique

**¿Qué actividades adicionales le gustaría realizar?
Seleccione 2**

- 1 Observación e interacción con la flora y fauna del sector
- 2 Caminatas/senderismo
- 3 Actividades recreativas
- 4 Pesca deportiva
- 5 Participación en clase demostrativa de elaboración de artesanías
- 6 Fotografía
- 7 Otro, especifique

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio de alimentación?

1. Hasta \$2.50
2. De \$2.51 a \$5.00
3. De \$5.01 a \$7.50
4. De \$7.51 a \$10.00
5. De \$10.00 en adelante

Cuando usted realiza sus viajes, ¿cuál es el promedio de gasto diario para hospedaje, alimentación y recreación?

1. Hasta \$30
2. De \$31 hasta \$60
3. De \$61 hasta \$90
4. De \$91 hasta \$120
5. De \$121 en adelante

Lugar de residencia (cantón)

Zamora

Chinchipe

Centinela del Cóndor

Yacuambi

El Pangui
Nangaritza
Palanda
Paquisha

Edad

1. De 19 a 28 años
2. De 29 a 38 años
3. De 39 a 48 años
4. De 49 a 58 años
5. De 59 en adelante

Genero

1. Masculino
2. Femenino

Estado civil

1. Soltero
2. Casado
3. Unión libre
4. Divorciado
5. Otro, especifique

Grado escolar

1. Sin estudios
2. Primaria
3. Secundaria
4. Tercer nivel
5. Cuarto nivel
6. Otro, especifique

Ocupación

1. Estudiante
2. Profesional
3. Libre ejercicio
4. Jubilado
5. Otro, especifique.....

Ingresos mensuales

1. Hasta \$400
2. De \$401 a \$800
3. De \$801 a \$1200
4. De \$1201 a \$1600
5. De \$1601 en adelante

Gracias por su colaboración.



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
FACULTAD JURÍDICA, SOCIAL Y
ADMINISTRATIVA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA**

**PROPUESTA DE UNA RUTA
TURÍSTICA FLUVIAL SOBRE EL RÍO
ZAMORA EN EL CANTON
YANTZAZA, PROVINCIA DE ZAMORA
CHINCHIPE**

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Estudiante:

Bryan Gonzalo Herrera Flores

Ciclo:

9° A

1859
LOJA-ECUADOR

a) Tema

“Propuesta de una ruta turística fluvial sobre el Río Zamora en el Cantón Yantzaza, Provincia de Zamora Chinchipe”

b) Problemática

La actividad turística es actualmente objeto de estudio de diferentes especialistas, debido a los cambios que provoca en las economías, los entornos y las sociedades (Cooper & Fletcher, 2007), del mismo modo existen varios tipos de turismo, entre ellos, el turismo fluvial. Cárdena (2013) señala que “el turismo fluvial brinda descanso y actividades ecoturísticas sobre ríos. Se Puede realizar paradas para descubrir pueblos, islas y paisajes, conocer su historia, cultura y gastronomía. Cerca de los canales fluviales se podrá encontrar algún lugar donde practican actividades favoritas como recorridos turísticos, pesca, etc.” (Ostaiza, 2015, pág. 36).

En otras palabras, es la forma de hacer turismo a través de un río con el propósito de conocer ciertos puntos de interés ya establecidos de una forma consecutiva. El turismo fluvial ha logrado posicionarse en diferentes zonas del mundo, para consolidar una oferta de calidad, auténtica, diversificada y ajustada a las necesidades de los clientes (Galvis, 2018).

Desde la Antigüedad se han utilizado todo tipo de embarcaciones, las cuales han tenido una evolución en sí misma para realizar desplazamientos de personas y mercancías sobre lagos y ríos, por lo que se puede afirmar que el transporte fluvial evolucionó, en gran medida, gracias a las diferentes técnicas de construcción naval. Los ríos navegables han sido durante toda la historia una de las vías de comunicación más importantes durante la historia (Quesada, 2007)

El turismo fluvial ha logrado posicionarse en diferentes zonas del mundo para consolidar una oferta de calidad, auténtica, diversificada y ajustada a las necesidades de los clientes. Sin embargo, dichas potencialidades no han sido aprovechadas de manera adecuada para el desarrollo en los ríos (Galvis, 2018).

El turismo fluvial ofrece una nueva posibilidad al viajero de conocer parte del territorio desde una manera diferente, siendo una tipología de turismo al aire libre, respetuosa con el medio ambiente, y la cual se desarrolla entre ámbitos culturales y naturales. Actualmente, el turismo fluvial es una nueva vertiente de la industria turística que poco a poco va alcanzando un gran desarrollo (Polvillo, 2017).

Los cruceros fluviales surgen como alternativa para diversificar "la oferta turística local, y muchos destinos ya asocian su imagen al sector" (Amorin, Andrade, Frederico, & Umbelino, 2012), es por ella la necesidad de implementar productos novedosos e innovadores para el desarrollo de los pueblos.

En cuanto a Yantzaza, es uno de los cantones que conforma la provincia de Zamora Chinchipe, forma parte del oriente amazónico ecuatoriano, consta de una gran riqueza natural y cultural, además, se compone por el caudaloso Río Zamora y parte del Río Nangaritza que es considerado como

uno de los más importantes recursos hídricos del cantón, así mismo refleja una población diversa compuesta por diferentes etnias que conviven en el territorio como son la Shuar, Saraguro y Mestiza. Yantzaza es un lugar que tiene potencialidades turísticas, sin embargo, no han sido explotadas por diversas razones, su principal río goza de un caudal apto para realizar actividades de aventura en medios de transporte fluvial pequeños como botes, canoas, motos acuáticas, lanchas entre otros. Tal es la razón que en la actualidad se presenta la problemática de la inexistencia de un proyecto que abarque una ruta turística en el medio fluvial.

Van Balen, Dooms y Haezendonck, (2014) señalan que “existen buenas razones para que los gobiernos y las autoridades locales presten atención al desarrollo de las actividades relacionadas con el desarrollo del turismo fluvial, dado que los gobiernos se benefician de los impactos positivos del gasto que realizan los turistas. Esto puede convertirse en una estrategia que justifique planificar adecuadamente el turismo en el territorio y tener bases sólidas para una apropiada toma de decisiones en torno a la construcción de un producto turístico” (Galvis, 2018).

En el contexto del estudio planteado se formula la siguiente pregunta general de investigación:

¿Cómo crear una propuesta de una ruta turística fluvial sobre el Río Zamora en el cantón Yantzaza, provincia de Zamora Chinchipe de manera que contribuya al desarrollo turístico local?

Mismo que se conducirá a través de las siguientes preguntas directrices:

¿Cómo diagnosticar la situación del turismo en las zonas aledañas al Río Zamora en el cantón Yantzaza, provincia de Zamora Chinchipe para la creación de una ruta turística fluvial?

¿Cómo diseñar una ruta turística fluvial sobre el Río Zamora en el cantón Yantzaza, provincia de Zamora Chinchipe?

¿Cuáles serán las estrategias de promoción para la ruta turística fluvial sobre el Río Zamora en el cantón Yantzaza, provincia de Zamora Chinchipe?

c) Justificación

La propuesta para la creación de una ruta turística fluvial busca una alternativa diferente de ofrecer a los viajeros la recreación y ocio en un entorno cultural y natural en la ciudad de Yantzaza, para generar no solo nuevas formas de ingresos económicos, además brindar una nueva elección de turismo y entretenimiento para pobladores locales, nacionales y extranjeros y así realzar el nombre de Yantzaza como destino turístico importante, ya que en la actualidad se lo conoce como un cantón comercial, más no turístico.

Lo que motivó a realizar esta propuesta es el hecho de rescatar y utilizar los recursos naturales y culturales que se tiene en el entorno a través del medio fluvial. Lo que se espera es estimular el desarrollo de los sectores de la localidad a futuro, de modo que las necesidades económicas, sociales y ambientales puedan ser satisfechas preservando la integridad cultural y natural, así mismo incentivando la integración de las poblaciones locales y de esta manera aportar positivamente a la economía del sector ya que el turismo es un generador importante de riqueza para cualquier país. Las rutas turísticas a su vez generan empleos y apoyan al desarrollo sostenible y sustentable del lugar a tratar (Manzano Peñafiel, 2014).

La propuesta de la ruta turística fluvial traerá beneficio directo a la población de Yantzaza, principalmente a los productores de los lugares en los que se encontrarán las estaciones correspondientes a visitar, así mismo las diferentes empresas privadas y públicas participarán indirectamente facilitando de cualquier insumo que necesite el turista, brindando facilidades y comodidades durante la visita a la ciudad de Yantzaza.

Yantzaza consta de una gran variedad de atractivos turísticos naturales y culturales, entre estos encontramos una tres grupos étnicos como son la Saraguro, Shuar y mestizos que conviven en armonía, además, estos aún conservan sus costumbres y tradiciones que pueden ser aprovechadas para darlas a conocer en su mayor parte, también posee una gran oferta de servicios turísticos adicionales (hoteles, bares, restaurantes ...), lo que nos conduce y nos da una visión amplia a que Yantzaza puede llegar a ser una potencia turística (PDOT Yantzaza, 2015).

También evidenciamos que el río Zamora consta de un caudal apto para realizar actividades sobre él, así mismo se lo considera como el más importante del cantón, tal es el motivo que nos llevará a implementar el proyecto de la ruta turística fluvial.

Así mismo existe el interés por parte del Municipio y la Cámara de Turismo en implementar un proyecto de esta magnitud en el cantón, de igual manera se cuenta con los recursos económicos para llevar a cabo el proyecto que será factible por las potencialidades existentes en el sector.

Actualmente en Yantzaza no se ha trabajado ningún proyecto de este

tipo, de manera que se incluirá un producto turístico nuevo a la sociedad con el fin de fortalecer el turismo en el cantón, lo que nos lleva a analizar e investigar a fondo nuestra propuesta, así mismo con el presente proyecto se ayudará a resolver el vacío del conocimiento existente por no haber estudios en el área sobre el turismo fluvial y cultural. Estos estudios aportarán tanto a la población joven como adulta a solventar la falta de conocimientos de la misma y como consecuente llegar a los objetivos deseados.

Algunos de los estudios que tomamos relevantes que señalan de gran magnitud a este proyecto son el “Turismo Fluvial en la Ruta del Cacao” que navega frente a la Reserva Ecológica Manglares Churute, pasando por las islas Los Pájaros y Los Ingleses, caracterizadas por sus colonias de aves marinas, “El Turismo Fluvial de Nobol a Daule”, “Ruta de las Mansiones por las Riberas del Río Daule” entre otros proyectos de van desde los 5 dólares en adelante dependiendo del itinerario que se adapten según los gustos de cada persona, lo que nos da una visión más amplia de los posibles resultados que podremos obtener con la propuesta planteada (Cruceiros fluviales y marítimos, viajes nacionales, 2020)

La intención de observar las potencialidades con las que cuenta el cantón Yantzaza para desarrollar el turismo fluvial será de vital importancia para integrar un producto turístico que dará como resultado posicionar a Yantzaza como un destino turístico sostenible y sustentable, reconocido por una oferta competitiva, que lleve al turismo como potenciador del desarrollo local, he ahí la importancia del proyecto para atraer un mayor número de turistas que serán de vital importancia para el desarrollo del cantón.

d) Objetivos

Objetivo general

- Crear una propuesta de una ruta turística fluvial sobre el Río Zamora en el cantón Yantzaza, provincia de Zamora Chinchipe de manera que contribuya al desarrollo turístico local.

Objetivos específicos

- Diagnosticar la situación del turismo en las zonas aledañas al Río Zamora en el cantón Yantzaza, provincia de Zamora Chinchipe para la creación de una ruta turística fluvial.
- Diseñar una ruta turística fluvial sobre el Río Zamora en el cantón Yantzaza, provincia de Zamora Chinchipe
- Plantear estrategias de promoción para la ruta turística fluvial sobre el Río Zamora en el cantón Yantzaza, provincia de Zamora Chinchipe

e) Marco teórico

1. Diagnóstico turístico

De manera general, es entendido como la búsqueda y sistematización de información relativa a la oferta y a la demanda turística del destino. Desde un enfoque físico territorial indica que el diagnóstico consiste en el análisis de los componentes básicos de la estructura turística “oferta y demanda” del uso de estructura del territorio, así como del medio ambiente del sitio a planificar (Ricaurte, 2009).

Los atractivos turísticos son la materia prima del turismo, sin la cual un país o una región no podrían emprender el desarrollo (porque les faltaría lo esencial y porque sólo a partir de su presencia se puede pensar en construir una planta turística que permita explotarlo comercialmente) (Boullon, 2006)

Según el MINTUR (2017) “Los atractivos turísticos son el conjunto de lugares, bienes, costumbres y acontecimientos que, por sus características propias, atraen el interés del visitante, o a la vez, es el resultado de un registro valorado que, por sus atributos naturales, culturales y oportunidades para la operación constituyen parte del patrimonio turístico”.

Para lo cual, se ha establecido una correspondiente clasificación con categoría, tipo y subtipo para los atractivos:

- Categoría. Son las clasificaciones como: Atractivos naturales y Manifestaciones culturales.
- Tipo. Son los elementos de características similares en una categoría.
- Subtipo. Son los elementos que caracterizan los tipos.

El producto turístico está formado por varios elementos: accesibilidad, atractivo, facilidades, actividades y servicios, que se muestran y se comercializa como “un todo” para el turista, respondiendo así a las motivaciones de un determinado segmento de mercado.

Para la clasificación de atractivos se considera dos categorías: atractivos naturales y manifestaciones culturales; ambas categorías agrupan a tipos y subtipos.

Así mismo existen los recursos turísticos que son elementos naturales o culturales que se ubican en un rango de 0 a 10 puntos, que pueden motivar el desplazamiento, pero no se encuentran todavía incorporados en la dinámica turística, ni cuenta con ningún tipo de infraestructura de apoyo (Ocapana, 2019).

Otro de los elementos que utilizaremos es “El inventario de atractivos turísticos” que, se concibe como un registro valorado de todos los sitios que, por sus atributos naturales, culturales y oportunidades para la operación constituyen parte del patrimonio nacional. Es un instrumento dinámico de información integrada para respaldar la gestión, por su

capacidad de aportar datos consistentes para planificar, ejecutar y evaluar el territorio facilitando la toma de decisiones en materia de desarrollo turístico. De esta forma el inventario de atractivos nacionales almacenado en una base de datos plana y en una base de datos geográfica constituye un insumo clave para alimentar al Sistema de Información Geográfica Turística orientado a la realización de análisis y planificación territorial turística.

La jerarquización de los atractivos turísticos levantados, en función de un conjunto de criterios permitirá determinar su grado en relación a las mejores condiciones que debe presentar para el desarrollo de atractivos turísticos.

Esta fase es clave porque permitirá identificar los atractivos que mejor condición presenten para el desarrollo de atractivos y productos, a la vez permitirá identificar las falencias que presentan los recursos y sugerir acciones concretas para mejorar sus condiciones de desarrollo (Ministerio de Turismo, 2017).

Otro elemento del cual nos ayudaremos es el “Catastro de la planta turística”, este es un documento en el cual se identifica el número y el tipo de los servicios turísticos que encontramos en la comunidad o destino.

Dentro de los servicios turísticos encontramos de alojamiento, alimentación, esparcimiento y otros servicios de apoyo al turismo (Ricaurte, 2009).

En la “Recopilación de información” se investigan las características más relevantes de los atractivos de manera documental y se selecciona tentativamente a los que se hará una visita. La información documental puede obtenerse en las oficinas relacionadas con el manejo de los atractivos, gobiernos locales, internet, organizaciones no gubernamentales, entre otros.

El “Levantamiento de información de campo” consiste en la visita a efectuarse a los sitios para verificar la información sobre cada atractivo. Es el procedimiento mediante el cual se le asignan las características al atractivo.

El trabajo de campo debe ordenarse en función de los desplazamientos para estimar el tiempo total que demande esta actividad. Es recomendable dirigirse a las oficinas públicas que puedan dotar de información adicional.

El trabajo de campo debe incluir la toma de fotografías o videos y la georreferenciación del atractivo.

2. Turismo fluvial

Cardena (2013) señala que “el turismo fluvial brinda descanso y actividades ecoturísticas sobre ríos. Se Puede realizar paradas para descubrir pueblos, islas y paisajes, conocer su historia, cultura y

gastronomía. Cerca de los canales fluviales se podrá encontrar algún lugar donde practican actividades favoritas como recorridos turísticos, pesca, etc.” (Ostaiza, 2015, pág. 36).

El Transporte de turismo está destinado hacia los servicios de turismo, donde los pasajeros son partícipes de un programa donde llegan a diferentes escalas turísticas temporales (García, 2017).

El Transporte mixto se destina al traslado de bienes y de personas. Este es realizado a través de botes de trasposos o de transbordadores. Este tipo de transporte lo lleva a cabo empresas privadas, pero también puede ser desarrollado por el «Ministerio de Transporte» (García, 2017).

El Transporte de pasajeros está destinado a llevar personas por medio de embarcaciones, de acuerdo a las condiciones establecidas, para el libre acceso, calidad y brindando seguridad hacia los usuarios, sujeto a un pago. (García, 2017)

Rodríguez (2014), añade que “este tipo de transporte se desarrolla en los lugares donde poseen limitaciones en las infraestructuras viales; así mismo en algunas regiones es considerado como el único medio de transporte” (p.13). Pero cuando existe una mayor demanda de personas, se vuelve deficiente la infraestructura, por esta razón no hay terminales de pasajeros y las personas debe de hacer uso de los servicios sin las condiciones básicas necesarias.

Los transportes de servicios especiales brindan transporte mediante un convenio o contrato, que puede ser desarrollado por sujetos “naturales o jurídicos”, a los que se han señalado de manera exclusiva, y dentro de horarios o trayectos pre establecidos.

Existe una clasificación, por funciones que los dispone de esta manera: graneleros, portacontenedores, frigoríficos, tanques, de carga rodante, transbordadores, costeros, cruceros y barcasas (García, 2017).

3. Rutas turísticas

Para efectos de Turismo, ruta es el camino que se decide tomar para desarrollar determinada actividad turística, está estipulada por una serie de valores culturales y naturales que hacen de ella un recurso lineal de atracción. Por supuesto que debe cumplir ciertos requisitos, los mismos que se tomarán en cuenta, de acuerdo al tipo de personas y las necesidades que éstas deseen satisfacer (Alvaro, 2004)

Para llevar a cabo la ruta usaremos un nombre de acorde a la temática, un itinerario y un guion como parte fundamental.

El nombre de la temática recogerá los aspectos más relevantes por los cuales ésta se caracteriza, sea natural o cultural, o por lo que distinga al circuito turístico.

El itinerario turístico debe contener explícitamente la localización y la orientación espacial del lugar o lugares que evoca, así como la descripción detallada y orientada de los elementos que componen el paisaje natural y cultural de esos lugares. El itinerario debe ser enriquecido con el acompañamiento de un mapa temático. Los itinerarios turísticos son planeados a partir del establecimiento de objetivos y características del segmento al cual se proyecta. Debe ser entendido como un camino para ser recorrido.

De acuerdo al Diccionario de la lengua española guión “es un escrito en que breve y ordenadamente se han apuntado algunas ideas o cosas con objeto de que sirva de guía para determinado fin”

Sobre la base de esta premisa, se puede asegurar que el guión es una herramienta de la cual el Guía se sirve para desarrollar eficientemente la exposición oral, durante su ejercicio profesional.

En resumen, el guión permite sintetizar la información que se ha de suministrar al cliente (turista). Es una fuente de datos que el guía se encargará de actualizar, ampliar o eliminar, de acuerdo a las necesidades o circunstancias, en forma constante.

Así mismo el diseño e implementación de rutas es una inteligente forma de poner en valor un territorio o un espacio urbano y posibilita al visitante, de ser el caso, organizar su tiempo, distribuir sus visitas y poder elegir directamente lo que quiere visitar.

“Un territorio preparado técnicamente para recibir turistas o visitantes, les permite disponer de una variedad de actividades, factor que incide directamente en el tiempo de permanencia en dicho lugar.

Según Nelida Chan “El producto denominado paquete o simplemente programa turístico aparece como un complejo conjunto de prestaciones de servicios cuya operación y programación requiere el empleo cotidiano de técnicas de negociación, la creación de buenas y nuevas ideas, y el análisis de potencialidad de nuevos destinos y atractivos, entre muchas otras actividades” (Durazno, 2009).

4. Promoción

La Imagen de Marca Turística tiene, por definición, un enorme valor estratégico para la promoción turística y económica del territorio a través de la difusión de sus recursos patrimoniales, culturales y naturales, así como de sus servicios

La promoción hace referencia a las actividades que comunican las ventajas del producto y persuaden a los clientes objetivo para que lo compren.

El "Diccionario de Términos de Mercadotecnia" de la American Marketing Association, define a la segmentación del mercado como "el proceso de subdividir un mercado en subconjuntos distintos de clientes que se comportan de la misma manera o que presentan necesidades similares.

Cada subconjunto se puede concebir como un objetivo que se alcanzará con una estrategia distinta de comercialización" (Thompson, 2005)

Las empresas deben combinar adecuadamente los diversos instrumentos de comunicación (publicidad, promoción de ventas, relaciones públicas y venta personal) para conseguir un mix de promoción, de modo que el mercado perciba un mensaje estimulante y adecuado a las características del público al que se dirige y a la imagen de marca que se pretende desarrollar.

5. Marco referencial

5.1. El proyecto de investigación “Turismo fluvial: una alternativa para fomentar la actividad turística en los municipios ribereños al río Magdalena. El caso del municipio de Suárez (Tolima, Colombia)” tiene como objetivo conocer los contextos y potencialidades que ofrece el río Magdalena en el municipio de Suárez-Tolima, en lo que concierne al impulso del turismo fluvial en la región del Alto Magdalena, departamento del Tolima. Para el levantamiento de la información se emplearon cuatro técnicas: observación de campo, entrevista y comunicación oral, encuesta y técnicas de grupo. Adicionalmente, se realizó una caracterización de los atractivos turísticos y una evaluación de las variables que integran el producto turístico, para determinar si Suárez es un destino potencial, emergente o consolidado.

El hilo conductor de la investigación fue la planificación territorial del turismo, junto con el enfoque teórico de la valorización turística, en el que se analiza el turismo como un fenómeno social complejo y como medio para brindar oportunidades de trabajo y calidad de vida a los pobladores que habitan la ribera del río Magdalena.

5.2. El proyecto de investigación “Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de transporte fluvial turístico fluvial, utilizando la rivera del estuario del Rio Esmeraldas” detalla los diferentes servicios y productos que se ofrecerán durante los recorridos que se realicen por el estuario del río Esmeraldas, en base al estudio de mercado que se elaboró para conocer la factibilidad de realizar recorridos fluviales, comercialización de los productos y servicios a brindar, planes estratégicos de marketing, localización óptima de la empresa, infraestructura, equipamiento, recurso humano y sus requerimientos (estructura administrativa, operativa, funcional y legal).

Además, se aplicaron los diferentes métodos de investigación: inductivo-deductivo, descriptivo, cuantitativo-cualitativo y técnicas como la entrevista, la observación, la encuesta, que se acoplaron al estudio para determinar y brindar una investigación precisa y veraz.

También se realizó el estudio económico y financiero determinado con costos y gastos operativos, punto de equilibrio, estado de pérdidas

y ganancias, para determinar el periodo de recuperación de la inversión y así poder determinar la factibilidad del proyecto.

Para finalizar se sacaron las siguientes conclusiones: Para el óptimo desarrollo de este proyecto se realizó una investigación de las necesidades de los turistas potenciales, así como también de la diversidad de actividades de esparcimiento que estarán en capacidad de brindar para incentivar al visitante a recrearse en los diferentes sitios del Estuario del río Esmeraldas en la parte baja como son: Refugio de Vida Silvestre, Comunidad de Tachina, Islas: Luis Vargas Torres, Pianguapi, Burrera, Prado, Roberto Luis Cervantes, Comunidad de Tabule (Asilo de Ancianos), de esta forma se podrá impulsar el turismo fluvial del Cantón Esmeraldas.

5.3. El proyecto de investigación “**Nuevas tendencias del turismo en Europa: El turismo fluvial** trata sobre una nueva tendencia del turismo en Europa dentro del sector de los cruceros, como es el turismo de cruceros fluviales. Para profundizar en el tema, se estudia el impacto tanto a nivel de la demanda, formada por los clientes que están interesados en realizar travesías sobre determinados canales de navegación, como de la oferta de empresas cruceristas, las cuales aportan al turismo una percepción diferente a la hora de conocer Europa. Se realizará un estudio tanto cuantitativo como cualitativo de este sector emergente de mercado, conociendo diferentes coyunturas como qué tipo de clientes realizan un crucero fluvial, cuáles son sus motivaciones, cómo son las embarcaciones, cuáles son las rutas más importantes, entre otras

5.4. El proyecto de investigación “**Diagnóstico de la calidad del servicio de transporte turístico fluvial de la ciudad de Guayaquil y propuesta de mejora**” establece un diagnóstico sobre la calidad del sistema de transporte turístico fluvial de la ciudad de Guayaquil que por su privilegiada ubicación ha sido y es uno de los puertos principales de nuestro país. Aunque tradicionalmente desde hace varios años atrás hasta la actualidad, el transporte marítimo y fluvial se ha limitado a labores de exportación e importación.

Teniendo en cuenta que las embarcaciones dedicadas al transporte turístico fluvial en la ciudad no cumplen con niveles básicos de seguridad, recomendamos la implementación de equipos que ayuden a cumplir con los requisitos fundamentales. Afianzándonos en el concepto básico de calidad de las normas ISO aplicables a servicios y productos, y Enmiendas del Convenio Internacional SOIAS.

Además de crear nuevos servicios turísticos como; horarios de navegación, rutas, y servicios adicionales, entre otros, que contribuyen a diversificar la oferta y tener visitantes más satisfechos, obteniendo la maximización de los recursos y minimización de los gastos.

6. Marco legal

6.1. Constitución Política De La República Del Ecuador

En la constitución del Ecuador se indica que se protegerá el derecho de la población a vivir en un medio ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice un desarrollo sustentable y velará para que este derecho no sea afectado y garantizara la preservación de la naturaleza; así mismo se declara de interés público y se regulará conforme a la ley, la preservación del medio ambiente, la conservación de los ecosistemas, la biodiversidad y la integridad de patrimonio genético del país y la prevención de la contaminación, la recuperación de los espacios naturales degradados, el manejo de los recursos naturales y los requisitos que para estos fines deberán cumplir las actividades públicas y privadas. (Art.86/ Constitución política de la república del Ecuador/2008)

6.2. Ley General de Turismo

Dentro de los principios de la actividad turística, la iniciativa privada es un pilar fundamental del sector para la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional, así mismo la participación de los gobiernos provincial y cantonal impulsarán y apoyarán el desarrollo turístico dentro del marco de la descentralización para fomentar la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas, considerando la conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país e impulsando la iniciativa de 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.3/Ley de turismo/2018)

La política estatal con relación al sector del turismo, debe cumplir objetivos tales como 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 y, además, fomentar e incentivar el turismo interno. (Art.4/Ley de turismo/2018)

Entre las actividades desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación de actividades de transportación, inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y de alquiler de vehículos son consideradas actividades turísticas. (Art.5/Ley de turismo/2018)

También se menciona que 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 esta Ley y a los reglamentos respectivos. (Art.12/Ley de turismo/2018)

6.3. Ley General De Transporte Marítimo Y Fluvial

Desde esta perspectiva y acogiéndose al marco legal regulador de la transportación, se sustenta la presente tesis, en optimizar el sistema actual del transporte fluvial mediante la socialización y regularización del cumplimiento de los trámites para el adecuado funcionamiento de esta actividad, además de fortalecer la gestión, el servicio y seguridad tanto de los operadores como de los pasajeros, será un mecanismo esencial en la dinamización de la economía de la población estudiada, para optimizar su calidad de vida.

Igualmente, manifiesta estar dirigido hacia el fomento, la organización, planificación, regulación, el control e innovación de la transportación. Esta norma tiene por objeto, el proteger a las personas y bienes, impedir contingencias de dicho desplazamiento y aportar al desarrollo socio-económico del Ecuador, a fin de que se alcance el bienestar general de todos los ciudadanos. (Ar.1/ Ley Orgánica de Transporte Terrestre, Fluvial y Marítimo, de Tránsito y Seguridad vial/2015)

Siguiendo la normativa vigente que respalda esta actividad fluvial, se muestra a continuación un extracto de las atribuciones y responsabilidades más relevantes que se deben considerar para el transporte fluvial que se desarrolla en la patria deben comunicarse a las máxima jerarquías del Ministerio de Transporte y Obras Públicas, sobre la utilización puertos fluviales o marítimos, si estos poseen algún fin comercial por parte de los sujetos jurídicos o naturales, estatales o privados.

El Ministerio de Obras Públicas y Transporte, junto con la Subsecretaría de Puertos y Transporte Fluvial y Marítimo, en su deber de Autoridad Portuaria Nacional y del Transporte Acuático, poseerá las siguientes atribuciones, competencias y encargos.

Todas las actividades vinculadas al transporte marítimo y a la diligencia portuaria nacional, sujetas a las leyes, reglamentos y demás instrumentos normativos, fundamentalmente los que consten en los cuerpos legales citados a continuación:

- Código de Policía Marítima;
- Ley General de Puertos;
- Reglamento de la Actividad Marítima;
- Ley Nacional de Puertos y Transporte Acuático;
- Ley General del Transporte Fluvial y Marítimo;
- Ley de Régimen Administrativo de los Terminales Petroleros;
- Ley de Facilitación de las Exportaciones y el Transporte Acuático; y
- Ley de Régimen Administrativo Portuario Nacional. (Art.2/Ley Orgánica de Transporte Terrestre, Fluvial y Marítimo, de Tránsito y Seguridad vial/2015)

f) Metodología

La presente investigación se llevará a cabo en el cantón Yantzaza, Provincia de Zamora Chinchipe.

Yantzaza se encuentra en la latitud -3.83261 y longitud -78.76076 . Hace parte del continente de América del Sur y está ubicado en el hemisferio sur.

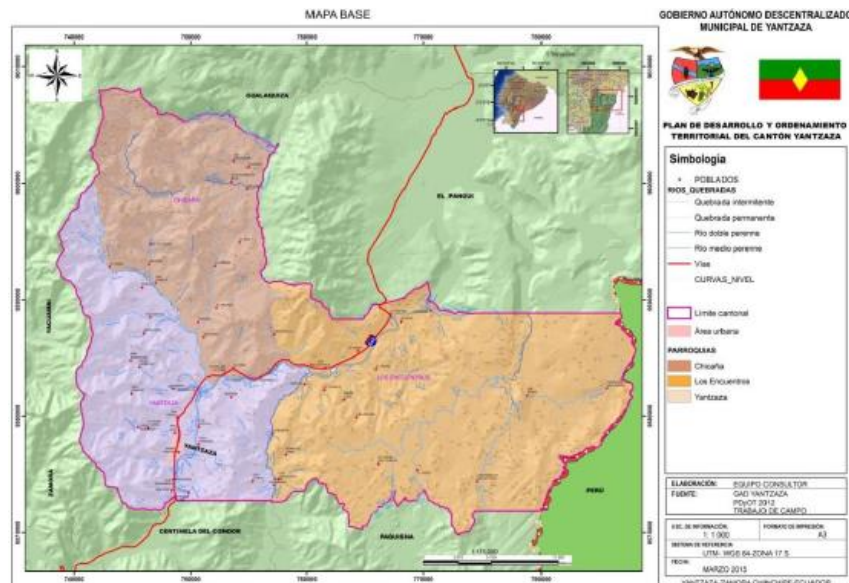
Su clima es cálido húmedo con una temperatura anual de $22, 5^{\circ}$ C con promedios extremos que varía de 15 a 34° C, lo que propicia la formación del bosque húmedo subtropical con precipitaciones que van de 1500 a 2000 mm por año.

Su altura desde la parte baja va desde los 600 a 1200 msnm en la parte alta de sus cordilleras de mediana altura, en su máxima elevación con 2450 msnm.

Limita al norte con los cantones El Pangui y Gualaquiza de la provincia de Morona Santiago, al sur con los cantones Centinela del Cóndor y Paquisha, al este con los límites internacionales del Perú y al oeste con los cantones Zamora y Yacuambi. El cantón Yantzaza se divide en 2 parroquias rurales: Chicaña y Los Encuentros y una parroquia urbana: Yantzaza (PDOT Yantzaza, 2015).

Cantón Yantzaza

Ilustración 1 Mapa del cantón Yantzaza



Fuente: Alcaldía de Yantzaza

Elaborado por: Estudiante investigador

1. Materiales

Los materiales que se utilizarán para el desarrollo del proyecto de tesis serán los siguientes:

- Materiales bibliográficos

- Materiales de oficina
- Materiales de campo:
Cámara fotográfica, GPS.
- Computadora

2. Técnicas

- Encuestas
- Observación directa

3. Metodología por objetivos

- **Objetivo 1: Diagnosticar la situación del turismo en las zonas aledañas al Río Zamora en el cantón Yantzaza, provincia de Zamora Chinchipe para la creación de una ruta turística fluvial**

Para el cumplimiento del primer objetivo se utilizará el manual para la generación de rutas e itinerarios turísticos del Ministerio de Turismo de Ecuador, en la cual se emplearán dos componentes, el análisis de la oferta y el análisis de la demanda.

Análisis de la oferta

El análisis de la oferta se realizará en las zonas aledañas a las riberas del río Zamora, es decir en las parroquias Yantzaza, Chicaña y Los Encuentros, de la siguiente manera:

Identificación de los atractivos turísticos naturales y culturales del cantón Yantzaza empleando las fichas técnicas de inventario turístico del MINTUR, 2018 y ficha de resumen de atractivos turísticos (*anexo 2*), una vez inventariado se procederá a enlistar los atractivos turísticos en la presente tabla:

Tabla 1 Cuadro de jerarquización de atractivos

N°	Nombre del atractivo	Tipo de atractivo	Subtipo	Coordenadas	Jerarquía

Fuente: Ministerio de Turismo

Elaborado por: Estudiante investigador

Revisión e identificación de los prestadores turísticos registrados en el catastro del MINTUR 2020 y llenado de los siguientes cuadros:

Tabla 2 Cuadro de establecimientos de alimentos y bebidas

Nombre	Dirección	Teléfono	Categoría	Coordenadas	Plazas/Mesas
--------	-----------	----------	-----------	-------------	--------------

--	--	--	--	--	--

Fuente: Ministerio de Turismo

Elaborado por: Estudiante investigador

Tabla 3 Oferta de alojamiento del cantón Yantzaza

Nombre	Dirección	Tipo	Categoría	Habitaciones	Coordenadas	Plazas

Fuente: Ministerio de Turismo

Elaborado por: Estudiante investigador

Tabla 4 Bares y discotecas

Nombre	Dirección	Teléfono	Categoría	Coordenadas	Plazas

Fuente: Ministerio de Turismo

Elaborado por: Estudiante investigador

Tabla 5 Agencias de viaje del cantón Yantzaza

Nombre	Dirección	Teléfono	Coordenadas

Fuente: Ministerio de Turismo

Elaborado por: Estudiante investigador

Del mismo modo emplearemos la técnica de observación directa y la entrevista (ver anexo 3), además de revisión de fuentes secundarias basándonos en el PDyOT del cantón Yantzaza para obtener datos confiables de otros servicios necesarios para el visitante como entidades financieras o unidades de salud cercanos a las riveras del río Zamora para determinar el potencial turístico del sector.

Otros servicios

Tabla 6 Entidades financieras del cantón Yantzaza

Institución bancaria	Tipo de institución	Cajeros automáticos

Fuente: PDOT de Yantzaza
Elaborado por: Estudiante investigador

Tabla 7 Unidades de salud pública

Hospital/subcentros	Dirección	Coordenadas

Fuente: PDOT de Yantzaza
Elaborado por: Estudiante investigador

Análisis de la demanda

De igual manera se procederá a realizar un análisis de la demanda de los posibles consumidores del producto planteado en la cual se aplicará una encuesta en formato digital (*ver anexo 4*), considerando un universo de 19 492 personas, cifras correspondientes a las personas económicamente activas (PEA) de la provincia de Zamora Chinchipe declarados en el PDYOT provincial 2019-2023, aplicando la siguiente fórmula para la obtención del tamaño de la muestra:

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

N = tamaño de la población

Z = nivel de confianza,

P = probabilidad de éxito, o proporción esperada

Q = probabilidad de fracaso

D = precisión (Error máximo admisible en términos de proporción).

Objetivo 2: Diseñar una ruta turística fluvial sobre el Río Zamora en el cantón Yantzaza, provincia de Zamora Chinchipe

Para el diseño de la ruta turística fluvial, se procederá a desarrollar en base al diagnóstico turístico y de la encuesta obtenidas en el primer objetivo del cual se obtendrá información para su elaboración, así mismo, se utilizará la metodología del “Manual de Rutas e Itinerarios Turísticos” del Ministerio de Turismo (2018) y “La Guía del Guía” de Gustavo Xavier Álvaro Silva (2010) adaptadas a las necesidades de la investigación para su diseño.

Dentro del cantón Yantzaza existen varias alternativas a ofrecer ya que consta de una gran riqueza natural y cultural, entre algunas de las actividades que podemos encontrar están desde productoras de chocolates, aguardiente, industrias textiles, artesanías entre otros recursos turísticos, además, existe

una población diversa compuesta por diferentes etnias que conviven en el territorio como son la Shuar, Saraguro y Mestiza que hacen del sector un lugar con gran potencial turístico.

Primeramente, el nombre se lo denominará en base a las características y cualidades más relevantes que englobe a las parroquias de Yantzaza, Chicaña y Los Encuentros; así mismo se graficará un mapa de la ruta a través de sistemas informáticos como ArcGIS, esto se lo podrá efectuar tomando puntos georreferenciados con el GPS en cada una de las estaciones a visitar, el tipo de circuito más recomendable a emplear es de forma circular, no obstante se lo determinará en base a las entrevistas y a la encuesta a aplicar. El medio de transporte del recorrido será fluvial de manera que cumpla las normas técnicas de movilidad y seguridad, otro punto a considerar es la elaboración del guión e itinerario para el recorrido y paradas técnicas que se ofertará a los visitantes, realizando una descripción general de cada atractivo del área de estudio y tiempos de movilización de una estación a otra, dicha información se la tomará de las fichas técnicas de inventario turístico y encuestas ya aplicadas con el fin de satisfacer las necesidades del turista, bajo las debidas normas y recomendaciones, finalmente se analizará costos y precios de la ruta turística para la propuesta a crear.

Tabla 8 Precio del Producto turístico

Detalle	Cantidad	Precio unitario	Precio total

Elaborado por: Estudiante investigador

Objetivo 3: Plantear estrategias de promoción para la ruta turística fluvial sobre el Río Zamora en el cantón Yantzaza, provincia de Zamora Chinchipe

En base a los objetivos del diagnóstico y el diseño se procederá a elaborar un plan de promoción en el cual se tomará como referencia la encuesta aplicada.

En base a la encuesta primeramente conoceremos la segmentación del mercado como público objetivo al que nos vamos a enfocar.

Como segundo sabremos qué instrumentos de promoción serán los empleados para transmitir la información y por ende se especificará los resultados a promocionar, los plazos y el presupuesto de cada actividad.

Tabla 9 Estrategias de promoción

Segmento Objetivo	Instrumento de promoción	Cantidad	Valor unitario	Valor total

Elaborado por: *Estudiante investigador*

g) Cronograma

Cronograma de actividades																				
Actividades	Mes 1				Mes 2				Mes 3				Mes 4				Mes 5			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Objetivo 1. “Diagnosticar la situación del turismo en las zonas aledañas al Río Zamora en el cantón Yantzaza, provincia de Zamora Chinchipe para la creación de una ruta turística fluvial”																				
Análisis de la oferta turística	x																			
Recolección de información bibliográfica y visitas en campo para el levantamiento de información en la ficha de jerarquización de atractivos turísticos		x	x																	

Llenado de la ficha resumen con cada atractivo natural y cultural a implementar en la propuesta				x																
Llenado con el inventario de los servidores turísticos registrados en el Ministerio de Turismo y los servicios complementarios					x															
Aplicación de la encuesta al PEA de la Provincia de Zamora Chinchipe							x	x												
<ul style="list-style-type: none"> • Objetivo 2. “Diseñar una ruta turística fluvial sobre el Río Zamora en el cantón Yantzaza, provincia de Zamora Chinchipe”. 																				

Graficar el mapa del recorrido a través de sistemas informáticos										x										
Describir el nombre, el medio de transporte, la descripción detallada de la ruta, realizar un itinerario de las actividades a cumplir con las normas y recomendaciones detalladas																				
Elaboración de un guion e itinerario turístico																				
Realización del análisis de costos																				

<ul style="list-style-type: none"> Objetivo 3. “Plantear estrategias de promoción para la ruta turística fluvial sobre el Río Zamora en el cantón Yantzaza, provincia de Zamora Chinchipe”. 																				
Diseñar la imagen corporativa con el logo y el slogan acompañado de una descripción de la marca														X						
Diseño de los instrumentos de promoción del producto turístico															X					
Realización de análisis de costos de los instrumentos de promoción a utilizar																X				
Presentación del borrador de tesis																	X	X		

h) PRESUPUESTO

i) CONCEPTO	Unidad	Cantidad	Costo unitario	Costo total
RECURSOS HUMANOS				
Docente		1	\$400	\$400
Tesista		1	\$400	\$400
SALIDAS TÉCNICAS				
Viajes y suministros	Alimentación	6	\$5	\$30
	Guianza	1	\$25	\$25
Transporte del estudiante	Camioneta	5	\$2	\$10
Transporte del tutor	Ticket	1	\$10	\$10
EQUIPOS TÉCNICOS				
Cámara fotográfica	Unidad	1	\$700	\$700
Alquiler de GPS	Unidad	2	\$50	\$100
Computadora	Unidad	1	\$500	\$500
Memoria de cámara	Unidad	1	\$20	\$20
Memoria USB	Unidad	1	\$15	\$15
MATERIALES DE OFICINAS				
Paquete de hojas	Unidad	2	\$5	\$10
Esferos	Unidad	6	\$0,40	\$2,40
Carpetas	Unidad	6	\$1	\$3
Cuaderno	Unidad	1	\$2	\$2
CD	Unidad	3	\$1	\$3
IMPRESIÓN – COPIA				
Anillados	Unidad	3	\$2	\$6

Impresiones	Unidad	600	\$0,05	\$30
Empastado	Unidad	1	\$25	\$25
IMPREVISTOS			\$100	\$100
TOTAL	\$2.391,40			

Elaborado por: Estudiante investigador

ANEXO 1

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																								
Código del atractivo:	#/N/A	#/N/A	#/N/A	#/N/A	#/N/A	#/N/A	0	0	#/N/A	#/N/A	#/N/A	#/N/A	0	0	0	0	1							
	Provincia		Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo									
1. DATOS GENERALES																								
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																								
1.2 Categoría						1.3 Tipo						1.4 Subtipo												
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO																								
2.1 Provincia						2.2 Cantón						2.3 Parroquia												
2.4 Barrio, Sector o Comuna						2.5 Calle Principal						2.6 Número			2.7 Transversal									
2.8 Latitud (grados decimales)						2.9 Longitud (grados decimales)						Click		2.10 Altura (msnm)										
2.11 Información del administrador																								
a. Tipo de Administrador: <input type="text"/>						b. Nombre de la Institución: <input type="text"/>																		
c. Nombre del Administrador: <input type="text"/>						d. Cargo que ocupa: <input type="text"/>																		
e. Teléfono / Celular: <input type="text"/>						f. Correo Electrónico: <input type="text"/>																		
Observaciones: <input type="text"/>																								
3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO																								
3.1 Características climatológicas <input type="checkbox"/>																								
a. Clima:						b. Temperatura(°C):						c. Precipitación Pluviométrica (mm):												
3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U) <input type="checkbox"/>																								
a. Cultura <input type="checkbox"/>						b. Naturaleza <input type="checkbox"/>						c. Aventura <input type="checkbox"/>												
3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico <input type="checkbox"/>																								
a. Prístino <input type="checkbox"/>						b. Primitivo <input type="checkbox"/>						c. Rústico Natural <input type="checkbox"/>						d. Rural <input type="checkbox"/>			e. Urbano <input type="checkbox"/>			
3.4 Ingreso al atractivo (U) <input type="checkbox"/>																								
a. Tipo de Ingreso		b. Horario de Atención				c. Atención																		
		Ingreso	Salida	Todos los días		Fines de semana y feriados		Solo días hábiles		Otro		Especificar												
Libre	<input type="checkbox"/>	0:00	0:00	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/> <input type="text"/>												
Restringido	<input type="checkbox"/>	0:00	0:00	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/> <input type="text"/>												
Pagado	<input type="checkbox"/>	0:00	0:00	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/> <input type="text"/>												
d. Maneja un sistema de reservas: <input type="checkbox"/>						f. Forma de Pago:		Efectivo <input type="checkbox"/>		Dinero Electrónico <input type="checkbox"/>		Depósito Bancario <input type="checkbox"/>		Tarjeta de Débito <input type="checkbox"/>										
e. Precio:		Desde	0,00	Hasta	0,00	Tarjeta de Crédito <input type="checkbox"/>		Transferencia Bancaria <input type="checkbox"/>		Cheque <input type="checkbox"/>														
g. Meses recomendables de visita:						<input type="text"/>																		
Observaciones: <input type="text"/>																								

4. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO										SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	SI/	<input type="checkbox"/>								
a. Nombre de la ciudad o poblado más cercano (Que presente condiciones mínimas de servicios):										texto													
b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano:		0	km	c. Tiempo estimado de desplazamiento en auto:		0:00	h/min	d. Coordenadas (grados decimales):		Lat.:	0	Long.:	0										
Observaciones:										texto													
4.2 Vías de Acceso (M)										<input type="checkbox"/>													
		Tipo de vía		Coordenada de inicio		Coordenada de fin		Distancia (km)		Tipo de material		Estado											
a. Terrestre (M)		<input type="checkbox"/>		a. Primer orden		<input type="checkbox"/>		0		0		0		texto									
				b. Segundo orden		<input type="checkbox"/>		0		0		0		texto									
				c. Tercer orden		<input type="checkbox"/>		0		0		0		texto									
Observaciones:										texto													
b. Acuático (U)		<input type="checkbox"/>		Marítimo		<input type="checkbox"/>		Puerto / Muelle de partida		texto		Puerto / Muelle de Llegada		texto		Estado							
				Lacustre		<input type="checkbox"/>		Puerto / Muelle de partida		texto		Puerto / Muelle de Llegada		texto		Estado							
				Fluvial		<input type="checkbox"/>		Puerto / Muelle de partida		texto		Puerto / Muelle de Llegada		texto		Estado							
Observaciones:										texto													
c. Aéreo (U)		<input type="checkbox"/>		Nacional:				<input type="checkbox"/>		Internacional:				<input type="checkbox"/>									
Observaciones:										texto													
4.3 Servicio de transporte (M)										<input type="checkbox"/>													
a. Bus		<input type="checkbox"/>		b. Buseta		<input type="checkbox"/>		c. Transporte 4x4		<input type="checkbox"/>		d. Taxi		<input type="checkbox"/>		e. Moto taxi		<input type="checkbox"/>		f. Teleférico		<input type="checkbox"/>	
g. Lancha		<input type="checkbox"/>		h. Bote		<input type="checkbox"/>		i. Barco		<input type="checkbox"/>		j. Canoa		<input type="checkbox"/>		k. Avión		<input type="checkbox"/>		l. Avioneta		<input type="checkbox"/>	
m. Helicóptero		<input type="checkbox"/>		n. Otro		<input type="checkbox"/>		Especifique															
Observaciones:										texto													
4.3.1 Detalle de transporte hacia el atractivo (M)										<input type="checkbox"/>													
a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio			b. Estación / terminal			c. Frecuencia				d. Detalle (Traslado origen / destino)													
						Diatría	Semanal	Mensual	Eventual														
texto			texto			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		texto												
texto			texto			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		texto												
texto			texto			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		texto												
texto			texto			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		texto												
texto			texto			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		texto												
4.4 Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad (M)										<input type="checkbox"/>													
General		<input type="checkbox"/>		Discapacidad Física		<input type="checkbox"/>		Discapacidad Visual		<input type="checkbox"/>		Discapacidad Auditiva		<input type="checkbox"/>		Discapacidad Intelectual o Psicosocial		<input type="checkbox"/>		d. No es accesible		<input type="checkbox"/>	
Observaciones:										texto													
4.5 Señalización										<input type="checkbox"/>													
a. Señalización de aproximación al atractivo			<input type="checkbox"/>		Estado (U)		Bueno		<input type="checkbox"/>		Regular		<input type="checkbox"/>		Malo		<input type="checkbox"/>						
Observaciones:										texto													

5. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS										SI	NO	S/I
5.1 Planta turística (M) <input type="checkbox"/>												
a. En el Atractivo <input type="checkbox"/>					b. En la ciudad o poblado cercano <input type="checkbox"/>							
Alojamiento	<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas	Alojamiento	<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas			
Hotel	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hotel	<input type="checkbox"/>	0	0	0			
Hostal	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hostal	<input type="checkbox"/>	0	0	0			
Hostería	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hostería	<input type="checkbox"/>	0	0	0			
Hacienda Turística	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hacienda Turística	<input type="checkbox"/>	0	0	0			
Lodge	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Lodge	<input type="checkbox"/>	0	0	0			
Resort	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Resort	<input type="checkbox"/>	0	0	0			
Refugio	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Refugio	<input type="checkbox"/>	0	0	0			
Campamento Turístico	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Campamento Turístico	<input type="checkbox"/>	0	0	0			
Casa de Huéspedes	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Casa de Huéspedes	<input type="checkbox"/>	0	0	0			
Observaciones: texto					Observaciones: texto							
Alimentos y bebidas	<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas	Alimentos y bebidas	<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas			
Restaurantes	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Restaurantes	<input type="checkbox"/>	0	0	0			
Cafeterías	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Cafeterías	<input type="checkbox"/>	0	0	0			
Bares	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Bares	<input type="checkbox"/>	0	0	0			
Fuentes de soda	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Fuentes de soda	<input type="checkbox"/>	0	0	0			
Observaciones: texto					Observaciones: texto							
Agencias de Viaje		<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados		Agencias de Viaje		<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados				
Mayoristas		<input type="checkbox"/>	0		Mayoristas		<input type="checkbox"/>	0				
Internacionales		<input type="checkbox"/>	0		Internacionales		<input type="checkbox"/>	0				
Operadoras		<input type="checkbox"/>	0		Operadoras		<input type="checkbox"/>	0				
Observaciones: texto					Observaciones: texto							
Guía	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	0	Guía	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	0	
<input type="checkbox"/>	0	0	0	Aventura	0	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Aventura	0	
Observaciones: texto					Observaciones: texto							
5.2 Facilidades en el entorno al atractivo <input type="checkbox"/>												
Categoría (M)	Tipo (M)		Cantidad	Coordenadas	Administrador	Accesibilidad universal	Estado (U)					
a. De apoyo a la gestión turística <input type="checkbox"/>	Punto de Información		<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	I-Tur		<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Centro de interpretación		<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Centro de facilitación turística		<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
b. De observación y vigilancia <input type="checkbox"/>	Centro de recepción de visitantes		<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Garitas de guardiana		<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Miradores		<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Torres de avistamiento de aves		<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
c. De recorrido y descanso <input type="checkbox"/>	Torres de vigilancia para salvavidas		<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Senderos		<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Estaciones de sombra y descanso		<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Áreas de acampar		<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
d. De servicio <input type="checkbox"/>	Refugio de alta montaña		<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Baterías sanitarias		<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
e. Otros <input type="checkbox"/>	Estacionamientos		<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
			<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
Observaciones: texto												

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

7. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA							SI	NO	S/I
7.1 Servicios Básicos <input type="checkbox"/>									
a. En el atractivo <input type="checkbox"/>					b. En la ciudad o poblado mas cercano <input type="checkbox"/>				
Agua: <input type="checkbox"/>					Agua <input type="checkbox"/>				
Especifique: texto					Especifique: texto				
Energía eléctrica: <input type="checkbox"/>					Energía eléctrica <input type="checkbox"/>				
Especifique: texto					Especifique: texto				
Saneamiento: <input type="checkbox"/>					Saneamiento: <input type="checkbox"/>				
Especifique: texto					Especifique: texto				
Disposición de desechos <input type="checkbox"/>					Disposición de desechos <input type="checkbox"/>				
Especifique: texto					Especifique: texto				
Observaciones: texto									
7.2 Señalética en el atractivo <input type="checkbox"/>									
7.2.1 Ambiente	7.2.2. Tipo	7.2.3. Materialidad				7.2.4. Estado			
		a. Madera	b. Aluminio	c. Otro	Especifique	B	R	M	
En áreas urbanas <input type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Pictogramas de restricción	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Tótems de atractivos turísticos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Tótems de sitio	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Tótems direccionales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
En áreas naturales <input type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Pictogramas de restricción	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Señales turísticas de aproximación	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Paneles de direccionamiento hacia atractivos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Panel informativo de atractivos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Panel informativo de direccionamiento hacia atractivos, servicios y actividades	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Mesas interpretativas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Tótem de sitio	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Tótem de direccionamiento	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Letreros informativos <input type="checkbox"/>	De información botánica	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Normativos de concienciación	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Señalética interna de seguridad <input type="checkbox"/>	Protección de los elementos del atractivo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Otros <input type="checkbox"/>	texto								
Observaciones: texto									

7.3 Salud (más cercano) (M) <input type="checkbox"/>											
a. En el atractivo <input type="checkbox"/>					b. En la ciudad o poblado mas cercano <input type="checkbox"/>						
Hospital o Clínica	<input type="checkbox"/>	Cantidad	0		Hospital o Clínica	<input type="checkbox"/>	Cantidad	0			
Puesto / Centro de salud	<input type="checkbox"/>		0		Puesto / Centro de salud	<input type="checkbox"/>		0			
Dispensario médico	<input type="checkbox"/>		0		Dispensario médico	<input type="checkbox"/>		0			
Botiquín de primeros auxilios	<input type="checkbox"/>		0		Botiquín de primeros auxilios	<input type="checkbox"/>		0			
Otros	<input type="checkbox"/>		0		Otros	<input type="checkbox"/>		0			
Observaciones: texto											
7.4 Seguridad (M) <input type="checkbox"/>											
a. Privada	<input type="checkbox"/>	Detalle	texto								
b. Policía nacional	<input type="checkbox"/>		texto								
c. Policía metropolitana / Municipal	<input type="checkbox"/>		texto								
d. Otra	<input type="checkbox"/>		texto								
Observaciones: texto											
7.5 Servicio de comunicación de uso público (M) <input type="checkbox"/>											
a. En el atractivo <input type="checkbox"/>					b. En la ciudad o poblado mas cercano <input type="checkbox"/>						
Telefonía (M) <input type="checkbox"/>		Conexión a internet (M) <input type="checkbox"/>			Telefonía (M) <input type="checkbox"/>		Conexión a internet (M) <input type="checkbox"/>				
Fija	<input type="checkbox"/>	Línea telefónica	<input type="checkbox"/>	Fibra óptica	<input type="checkbox"/>	Fija	<input type="checkbox"/>	Línea telefónica	<input type="checkbox"/>	Fibra óptica	<input type="checkbox"/>
Móvil	<input type="checkbox"/>	Satélite	<input type="checkbox"/>	Redes inalámbricas	<input type="checkbox"/>	Móvil	<input type="checkbox"/>	Satélite	<input type="checkbox"/>	Redes inalámbricas	<input type="checkbox"/>
Satelital	<input type="checkbox"/>	Telefonía móvil			<input type="checkbox"/>	Satelital	<input type="checkbox"/>	Telefonía móvil			<input type="checkbox"/>
Observaciones: texto											
Radio portátil (U) <input type="checkbox"/>											
De uso exclusivo para el visitante			<input type="checkbox"/>	De uso exclusivo para comunicación interna			<input type="checkbox"/>	De uso exclusivo en caso de emergencia			<input type="checkbox"/>
Observaciones: texto											
7.6 Multiamenazas (M) <input type="checkbox"/>											
Deslaves		<input type="checkbox"/>	Sismos		<input type="checkbox"/>	Erupciones volcánicas		<input type="checkbox"/>	Incendios forestales		<input type="checkbox"/>
Sequía		<input type="checkbox"/>	Inundaciones		<input type="checkbox"/>	Aguajes		<input type="checkbox"/>	Tsunami		<input type="checkbox"/>
¿Existe un plan de contingencia en caso de catástrofes?			<input type="checkbox"/>	Institución que elaboró el documento.		texto	Nombre del documento:		texto	Año de elaboración: 0	
Observaciones: texto											
8. POLÍTICAS Y REGULACIONES SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>											
a. ¿El GAD cuenta con el Plan de Desarrollo Turístico Territorial?					SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	Año de elaboración:		
b. ¿El atractivo se encuentra dentro de la planificación turística territorial (GAD'S)?					SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	Especifique:		
texto											
c. ¿Existen normativas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?					SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	Especifique:		
texto											
d. ¿Existen ordenanzas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?					SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	Especifique:		
texto											
Observaciones: texto											

9. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U)		SI	NO	S/I					
9.1 ATRACTIVOS NATURALES (M) <input type="checkbox"/>									
9.1.1 En el Agua (M) <input type="checkbox"/>									
a. Buceo	<input type="checkbox"/>	b. Kayak de mar	<input type="checkbox"/>	c. Kayak lacustre	<input type="checkbox"/>	d. Kayak de Río	<input type="checkbox"/>	e. Surf	<input type="checkbox"/>
f. Kite surf	<input type="checkbox"/>	g. Rafting	<input type="checkbox"/>	h. Snorkel	<input type="checkbox"/>	i. Tubing	<input type="checkbox"/>	j. Regata	<input type="checkbox"/>
k. Paseo en panga	<input type="checkbox"/>	l. Paseo en bote	<input type="checkbox"/>	m. Paseo en lancha	<input type="checkbox"/>	n. Paseo en moto acuática	<input type="checkbox"/>	o. Parasailing	<input type="checkbox"/>
p. Esqui acuático	<input type="checkbox"/>	q. Banana flotante	<input type="checkbox"/>	r. Boya	<input type="checkbox"/>	s. Pesca deportiva	<input type="checkbox"/>	Otro	<input type="checkbox"/> texto
Observaciones: texto									
9.1.2 En el Aire (M) <input type="checkbox"/>									
a. Alas Delta	<input type="checkbox"/>	b. Canopy	<input type="checkbox"/>	c. Parapente	<input type="checkbox"/>	d Otro	<input type="checkbox"/>	texto	
Observaciones: texto									
9.1.3 En Superficie Terrestre (M) <input type="checkbox"/>									
a. Montañismo	<input type="checkbox"/>	b. Escalada	<input type="checkbox"/>	c. Senderismo	<input type="checkbox"/>	d. Cicloturismo	<input type="checkbox"/>	e. Canyoning	<input type="checkbox"/>
f. Exploración de cuevas	<input type="checkbox"/>	g. Actividades Recreativas	<input type="checkbox"/>	h. Cabalgata	<input type="checkbox"/>	i. Caminata	<input type="checkbox"/>	j. Camping	<input type="checkbox"/>
k. Picnic	<input type="checkbox"/>	l. Observación de flora y fauna	<input type="checkbox"/>	m. Observación de astros	<input type="checkbox"/>	n. Otro	<input type="checkbox"/>	texto	
Observaciones: texto									
9.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U) <input type="checkbox"/>									
9.2.1 Tangibles e intangibles <input type="checkbox"/>									
a. Recorridos guiados	<input type="checkbox"/>	b. Recorrido autoguiados	<input type="checkbox"/>	c. Visita a talleres artísticos	<input type="checkbox"/>				
h. Participación en talleres artísticos	<input type="checkbox"/>	d. Visita a talleres artesanales	<input type="checkbox"/>	i. Participación en talleres artesanales	<input type="checkbox"/>				
e. Exposiciones temáticas permanentes, temporales y eventuales	<input type="checkbox"/>	f. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales.	<input type="checkbox"/>	i. Actividades vivenciales y/o lúdicas	<input type="checkbox"/>				
g. Presentaciones o representaciones en vivo	<input type="checkbox"/>	h. Muestras audiovisuales	<input type="checkbox"/>	g. Fotografía	<input type="checkbox"/>				
j. Degustación de platos tradicionales	<input type="checkbox"/>	l. Participación de la celebración	<input type="checkbox"/>	m. Compra de artesanías	<input type="checkbox"/>				
n. Convivencia	<input type="checkbox"/>	o. Medicina ancestral	<input type="checkbox"/>	Otro	<input type="checkbox"/>	texto			
Observaciones: texto									
10. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO		SI	NO	S/I					
10.1. Medios de Promoción del Atractivo (M)									
¿Existe un plan de promoción turística cantonal?		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	Especifique: texto			
¿El Atractivo se encuentra incluido en el plan de promoción turístico cantonal?		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>				
Medio Promocional		Dirección y nombre de los medios promocionales			Periodicidad de la promoción				
a. Página WEB	<input type="checkbox"/>	URL: texto			Ninguna				
b. Red Social	<input type="checkbox"/>	Nombre: texto			Ninguna				
c. Revistas Especializadas	<input type="checkbox"/>	Nombre: texto			Ninguna				
d. Material POP	<input type="checkbox"/>	Nombre: texto			Ninguna				
e. Oficina de Información Turística	<input type="checkbox"/>	Nombre: texto			Ninguna				
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa)	<input type="checkbox"/>	Nombre: texto			Ninguna				
g. Asistencia a ferias turísticas	<input type="checkbox"/>	Nombre: texto			Ninguna				
h. Otro	<input type="checkbox"/>	Nombre: texto			Ninguna				
Observaciones: texto									

10.2. El atractivo forma parte de una oferta establecida (paquete turístico)		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	Especifique: <input type="text" value="texto"/>	
Observaciones: <input type="text" value="texto"/>							
11. REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA (M)		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
11.1. Frecuencia de visita según datos estadísticos <input type="checkbox"/>							
a. ¿Posee un sistema de registro de visitantes? SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Tipo: Digital <input type="checkbox"/> Papel <input type="checkbox"/> Años de registro <input type="text" value="0"/>							
b. ¿Se genera reporte de estadísticas de visita al atractivo? SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Frecuencia de los reportes: <input type="text" value="Ninguna"/>							
c. Temporalidad de visita al atractivo							
Alta (meses)	<input type="checkbox"/>	Especifique	<input type="text" value="texto"/>			Número de visitantes	<input type="text" value="0"/>
Baja (meses)	<input type="checkbox"/>		<input type="text" value="texto"/>				<input type="text" value="0"/>
d. Llegada de turistas							
<input type="checkbox"/>	Turista nacional	Llegadas mensuales	Total anual	<input type="checkbox"/>	Turista extranjero	Llegadas mensuales	Total Anual
Ciudades de origen	<input type="text" value="texto"/>	<input type="text" value="0"/>	<input type="text" value="0"/>	Países de origen	<input type="text" value="texto"/>	<input type="text" value="0"/>	<input type="text" value="0"/>
	<input type="text" value="texto"/>	<input type="text" value="0"/>	<input type="text" value="0"/>		<input type="text" value="texto"/>	<input type="text" value="0"/>	<input type="text" value="0"/>
	<input type="text" value="texto"/>	<input type="text" value="0"/>	<input type="text" value="0"/>		<input type="text" value="texto"/>	<input type="text" value="0"/>	<input type="text" value="0"/>
Observaciones: <input type="text" value="texto"/>							
11.2. Frecuencia de visita según informantes clave <input type="checkbox"/>							
Nombre del Informante Clave: <input type="text" value="texto"/>				Contactos: <input type="text" value="(+593)"/>			
Demanda según días de visita <input type="checkbox"/>				Demanda según frecuencia de visita <input type="checkbox"/>			
Lunes a viernes	<input type="text" value="0"/>	Fines de semana	<input type="text" value="0"/>	Días feriados	<input type="text" value="0"/>	Permanente	<input type="checkbox"/>
						Estacional	<input type="checkbox"/>
						Esporádica	<input type="checkbox"/>
						Inexistente	<input type="checkbox"/>
Observaciones: <input type="text" value="texto"/>							
12. RECURSO HUMANO		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Número de personas a cargo de la administración y operación del atractivo <input type="checkbox"/>				d. Número de personas especializadas en turismo <input type="checkbox"/>			
<input type="text" value="0"/>				<input type="text" value="0"/>			
e. Número de personas con nivel de instrucción (M): <input type="checkbox"/>		f. Número de personas capacitadas por temática (M) <input type="checkbox"/>		g. Número de personas que manejan algún de Idiomas (M) <input type="checkbox"/>			
Primaria	<input type="text" value="0"/>	Secundaria	<input type="text" value="0"/>	Primeros Auxilios	<input type="text" value="0"/>	Hospitalidad	<input type="text" value="0"/>
						Inglés	<input type="text" value="0"/>
						Alemán	<input type="text" value="0"/>
Tercer Nivel	<input type="text" value="0"/>	Cuarto Nivel	<input type="text" value="0"/>	Atención al Cliente	<input type="text" value="0"/>	Guianza	<input type="text" value="0"/>
						Francés	<input type="text" value="0"/>
						Italiano	<input type="text" value="0"/>
Otro	<input type="text" value="texto"/>		Sensibilización de discapacidades	<input type="text" value="0"/>	Otro	<input type="text" value="texto"/>	
						Chino	<input type="text" value="0"/>
						Otro	<input type="text" value="texto"/>
Observaciones: <input type="text" value="texto"/>							
13. DESCRIPCION DEL ATRACTIVO (500 caracteres)							
<input type="text" value="texto"/>							

14. ANEXOS

a. Archivo Fotográfico (dos) (HD)

--	--

Fuente: [texto](#)

b. Ubicación gráfica del Atractivo

--

Fuente: [texto](#)

FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)

ELABORADO POR:	VALIDADO POR:	APROBADO POR:
Apellido y Nombre	Apellido y Nombre	Apellido y Nombre
Institución	Institución	Institución
Cargo	Cargo	Cargo
Correo Electrónico	Correo Electrónico	Correo Electrónico
Teléfono	Teléfono	Teléfono
Firma	Firma	Firma
Fecha	Fecha	Fecha

ANEXO 2

Ficha resumen de atractivos turísticos naturales y culturales.

NOMBRE DEL ATRACTIVO			JERARQUIA
CATEGORIA	TIPO		SUBTIPO
PROVINCIA	CANTON		LOCALIDAD
Foto		Ubicación/georreferenciación	
Características			

Recomendaciones

Actividades turísticas

ANEXO 3

Estimado Señor (a):

Con el motivo de realizar una investigación en el cantón Yantzaza, con el tema: "Propuesta de una ruta turística fluvial sobre el Río Zamora en el Cantón Yantzaza, Provincia de Zamora Chinchipe", solicito a usted de la manera más comedida se digne a responder las siguientes preguntas, ya que su opinión proporcionará información de gran importancia para el desarrollo del presente trabajo investigativo.

1. ¿Cómo usted describe el desarrollo turístico del cantón Yantzaza?

2. ¿Existen contribuciones de alguna entidad pública o privada para el fomento del turismo en el sector?

3. ¿La Parroquia Chicaña cuenta con guías turísticos avalados por el Ministerio de Turismo?

4. ¿Según su punto de vista cuales cree usted que son los atractivos turísticos que más visitan los turistas al momento de llegar al cantón Yantzaza?

5. ¿Existen guías turísticos avalados por el MINTUR en el sector?

6. ¿Cada que tiempo reciben capacitaciones turísticas por parte de entidades públicas y/o privadas?

7. ¿Cree usted que el río se encuentra en condiciones óptimas para ser navegable y por ende realizar actividades turísticas?

8. ¿Cada que tiempo reciben capacitaciones turísticas por parte de entidades públicas y/o privadas?

9. ¿Qué actividades turísticas conoce usted que se realicen cercanas al río?

10. ¿Cómo cree usted que una propuesta de creación de una ruta turística fluvial sobre el Rio Zamora en el cantón Yantzaza contribuiría al fomento del turismo de dicho cantón?

11. En caso de poder participar en un proyecto con esta denominación, ¿estaría dispuesto a contribuir con su emprendimiento turístico?

12. ¿Qué aspectos positivos y negativos cree usted de gran importancia que influyen en la llegada de turistas a su emprendimiento turístico?

13. ¿Qué otro servicio complementario podría ofrecer en caso que se lleve a efecto el proyecto turístico de la propuesta de una ruta turística fluvial?

14. ¿Le gustaría recibir capacitación turística por parte de entidades públicas y/o privadas?

ANEXO 4

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
FACULTAD JURIDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
ADMINISTRACION TURISTICA**



Anexo 1. Cuestionario

Por favor le agradecería me ayude contestando las siguientes preguntas, no le tomará más de 10 minutos realizarlo:

El cantón Yantzaza está ubicado al sur del Ecuador, al noreste de la provincia de Zamora Chinchipe, también es conocido popularmente como el “Valle de las Luciérnagas”, este hermoso cantón posee una gran riqueza natural y cultural, los dos principales cauces hidrográficos de los que consta el cantón son los ríos Zamora y Nangaritzza, estos llegan hasta la parroquia Los Encuentros, donde se unen a su vez con el río Santiago que se constituye como un afluente del río Amazonas, estos son navegables por embarcaciones pequeñas, lo que posiciona al cantón como un lugar estratégico al sur del país. Existe la intención de realizar una propuesta para crear una “Ruta turística fluvial en el Río Zamora, perteneciente al cantón Yantzaza”, donde el visitante pueda contemplar los hermosos ecosistemas del sector, además de participar en los procedimientos de elaboración de productos y artesanías, también podrá convivir y experimentar las costumbres y tradiciones que caracterizan a los habitantes del lugar.

Desde ya le anticipo mi más sincero agradecimiento por la ayuda brindada.

Estarías dispuesto/a a participar en la ruta turística fluvial.

1. Si
2. No (gracias por su tiempo)

¿Con quién le gustaría visitar este lugar?

7. Familiares
8. Amigos
9. Pareja
10. Otro, especifique

¿Qué días preferiría usted visitar la zona?

5. De lunes a viernes
6. Sábado y domingo
7. Feriados
8. Otro, especifique

¿Cómo se trasladaría a esta zona?

5. Auto propio
6. Auto rentado
7. Servicio público

8. Otro, especifique

De acuerdo a la gastronomía típica del lugar, ¿qué platos le gustaría consumir?

Seleccione 3.

- 7. Ancas de rana
- 8. Ayampaco
- 9. Chontacuros
- 10. Palmito
- 11. Tilapia frita
- 12. Caldo de gallina criolla
- 13. Otro, especifique

¿Por qué medios le gustaría informarse del producto turístico propuesto? Seleccione 4 respuestas.

- 9. Periódicos
- 10. Revistas
- 11. Folletos
- 12. Trípticos
- 13. Dípticos
- 14. Página Web
- 15. Paneles informativos
- 16. Otro, especifique

¿Cuáles son las redes sociales de mayor interés para usted? Seleccione 2.

- 4 Facebook
- 5 Instagram
- 6 Twitter

¿Qué tipo de souvenirs (recuerdos) le gustaría encontrar? Seleccione 3.

- 9. Llaveros
- 10. Gorras
- 11. Camisetas
- 12. Esferos
- 13. Postales
- 14. Artesanías
- 15. Otro, especifique

¿Qué actividades adicionales le gustaría realizar? Escoja 2

- 8 Observación e interacción con la flora y fauna del sector
- 9 Caminatas/senderismo
- 10 Actividades recreativas
- 11 Pesca deportiva
- 12 Participación en clase demostrativa de elaboración de artesanías
- 13 Fotografía

14 Otro, especifique

En caso de poder realizar el recorrido en dos días, ¿le gustaría participar del mismo con duración de dos días?

1. Si
2. No

En caso de poder realizar el recorrido en dos días, ¿en qué tipo de establecimiento de alojamiento le gustaría hospedarse?

1. Hostería
2. Hotel
3. Hostal
4. Otro, especifique

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio de alimentación de desayuno?

6. Hasta \$2.50
7. De \$2.51 a \$5.00
8. De \$5.01 a \$7.50
9. De \$7.51 a \$10.00
10. De \$10.00 en adelante

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio de alimentación en el almuerzo?

1. Hasta \$2.50
2. De \$2.51 a \$5.00
3. De \$5.01 a \$7.50
4. De \$7.51 a \$10.00
5. De \$10.00 en adelante

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio de alimentación en la merienda?

1. Hasta \$2.50
2. De \$2.51 a \$5.00
3. De \$5.01 a \$7.50
4. De \$7.51 a \$10.00
5. De \$10.00 en adelante

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el recorrido en lancha motorizada por persona por un día (full day)?

1. Hasta \$10.00
2. De \$10.01 a \$20.00
3. De \$20.01 a \$30.00
4. De \$30.01 a \$40.00
5. De \$40.01 en adelante

Cuando usted realiza sus viajes, ¿cuál es el promedio de gasto diario para hospedaje, alimentación y recreación?

6. Hasta \$30
7. De \$31 hasta \$60
8. De \$61 hasta \$90
9. De \$91 hasta \$120
10. De \$121 en adelante

Agradeceré que responda las siguientes preguntas sobre su persona, recuerde que es totalmente confidencial esta información

Lugar de residencia (cantón)

1. Centinela del Cóndor
2. Chinchipe
3. El Pangui
4. Nangaritza
5. Palanda
6. Paquisha
7. Yacuambi
8. Zamora

Edad

6. De 19 a 28 años
7. De 29 a 38 años
8. De 39 a 48 años
9. De 49 a 58 años
10. De 59 en adelante

Genero

3. Masculino
4. Femenino

Estado civil

6. Soltero
7. Casado
8. Unión libre
9. Divorciado
10. Otro, especifique

Grado escolar

7. Sin estudios
8. Primaria
9. Secundaria
10. Tercer nivel
11. Otro, especifique

Ocupación

6. Estudiante
7. Profesional
8. Libre ejercicio
9. Jubilado

Ingresos mensuales

6. Hasta \$400
7. De \$401 a \$800
8. De \$801 a \$1200
9. De \$1201 a \$1600
10. De \$1601 en adelante

Gracias por su colaboración.

Indice

1. Título	ii
2. Resumen	2
2.1. Abstract	4
3. Introducción	6
4. Marco teórico.....	9
4.1. Marco Conceptual.....	9
4.1.1. Normativa Legal	9
4.1.1.1. Constitución Política de la República del Ecuador	9
4.1.1.2. Ley General de Turismo	9
4.1.1.3. Ley General de Transporte Marítimo y Fluvial	10
4.1.2. Diagnóstico turístico.....	12
4.1.3. Atractivo turístico.....	12
4.1.4. Producto turístico	12
4.1.5. Tipos de atractivos turísticos.....	13
4.1.6. Recurso turístico.....	13
4.1.7. Inventario y jerarquización de atractivos turísticos (MINTUR)	13
4.1.8. Catastro de la planta turística	14
4.1.9. Recopilación de información.....	14
4.1.10. Levantamiento de información de campo	14
4.1.11. FODA.....	14
4.1.12. Turismo fluvial	15
4.1.12.1. Tipología de transporte fluvial	15

4.1.13. Rutas turísticas	16
4.2. Marco referencial	19
4.2.1. Ubicación del área de estudio	19
4.2.2. Estudios de referencia	20
4.2.2.1. Nuevas tendencias del turismo en Europa.....	20
4.2.2.2. Turismo fluvial: una alternativa para fomentar la actividad turística en los municipios ribereños al río Magdalena. El caso del municipio de Suárez (Tolima, Colombia).....	20
4.2.2.3. Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de transporte fluvial turístico fluvial, utilizando la rivera del estuario del río Esmeraldas	21
4.2.2.4. Diagnóstico de la calidad del servicio de transporte turístico fluvial de la ciudad de Guayaquil y propuesta de mejora.....	22
5. Metodología.....	23
5.1. Materiales	23
5.2. Métodos.....	23
- Analítico	23
- Sintético	23
- Inductivo	23
- Deductivo.....	23
5.3. Técnicas	23
5.4. Metodología por objetivos	24
5.4.1 Objetivo 1: Diagnosticar la situación del turismo en las zonas aledañas al Río Zamora en el cantón Yantzaza, provincia de Zamora Chinchipe para la creación de una ruta turística fluvial.....	24

5.4.2	Objetivo 2: Diseñar una ruta turística fluvial sobre el río Zamora en el cantón Yantzaza, provincia de Zamora Chinchipe.....	25
5.4.3	Objetivo 3: Plantear estrategias de promoción para la ruta turística fluvial sobre el río Zamora en el cantón Yantzaza, provincia de Zamora Chinchipe.....	27
6.	Resultados.....	28
6.1.	Diagnóstico de la situación del turismo en las zonas aledañas al río Zamora del cantón Yantzaza, provincia de Zamora Chinchipe para la creación de una ruta turística fluvial.....	28
6.1.1.	Fichas de resumen de los principales atractivos turísticos del cantón Yantzaza.....	29
6.1.2.	Establecimientos de alimentos y bebidas en el cantón Yantzaza.....	40
6.1.3.	Establecimientos de alojamiento del cantón Yantzaza	41
6.1.4.	Bares y discotecas del cantón Yantzaza	43
6.1.5.	Agencias de viaje del cantón Yantzaza	43
6.1.6.	Otros servicios	43
6.1.7.	Entrevistas a las principales autoridades del cantón Yantzaza	44
6.1.8.	Tabulación de la encuesta aplicada a los posibles consumidores del producto a ofrecer	51
6.1.9.	Análisis FODA	73
6.1.10.	Matriz de estrategias FODA.....	75
6.2.	Diseño de una ruta turística fluvial sobre el Río Zamora en el cantón Yantzaza, provincia de Zamora Chinchipe.....	77
6.2.1.	Ruta turística fluvial Yantzaza	77

6.2.1.1.	Nombre de la Ruta	77
6.2.1.2.	Medios de transporte	77
6.2.1.3.	Imagen corporativa	77
6.2.1.4.	Descripción de la marca	78
6.2.1.5.	Slogan	78
6.2.1.6.	Promesa de venta	79
6.2.1.7.	Modalidad de turismo	79
6.2.1.8.	Perfil del visitante	80
6.2.1.9.	Seguridad turística	80
6.2.1.10.	Necesidades turísticas	81
6.2.1.11.	Guión turístico	81
6.2.1.12.	Estructura de ruta	83
6.2.1.13.	Recomendaciones para el desarrollo de la Ruta Turística Fluvial	87
6.2.1.14.	Comercialización del producto turístico	90
6.2.2.	Propuesta de señalética turística	90
6.2.3.	Presupuesto referencial de la señalética turística	122
6.3.	Elaboración de estrategias de promoción para dar a conocer la ruta turística fluvial en el Río Zamora del cantón Yantzaza, provincia de Zamora Chinchipe	124
6.3.1.	Diseño de estrategias	124
6.3.1.1.	Estrategia 1: Creación de perfiles corporativos en redes sociales: Facebook e Instagram.	124
6.3.1.2.	Estrategia 2: Elaboración de souvenirs: Camisetas y llaveros	125

6.3.1.3. Estrategia 3: Folleto de información turística	126
6.3.1.4. Estrategia 4: Información digital del producto turístico para la plataforma web y aplicación móvil del GAD Municipal de Yantzaza	130
6.3.2. Presupuesto de las estrategias de promoción	134
6.3.3. Presupuesto general de la propuesta para la implementación de la Ruta Turística Fluvial	134
7. Discusión	135
8. Conclusiones	138
9. Recomendaciones	140
10. Referencias bibliográficas	141
Netgrafía	141
11. Anexos	144
Anexo 1. Ficha técnica de atractivos del MINTUR, 2018	144
Anexo 2. Ficha resumen de atractivos turísticos naturales y culturales..	153
Anexo 3. Entrevista.....	155
Anexo 4. Encuesta.....	156
Anexo 5. Anteproyecto	160
Indice	206
Indice de cuadros	211
Indice de figuras	214
Indice de anexos	215

Indice de cuadros

Cuadro 1. Cuadro de jerarquización de atractivos	28
Cuadro 2. Coordenadas de los puertos de embarque y desembarque	29
Cuadro 3. Ficha de resumen N° 1 “El Masharito”	29
Cuadro 4. Ficha resumen N° 2 “Productora de Chocolates Quezada Vanegas”	31
Cuadro 5. Ficha resumen N° 3 “Sedas ISMI”	33
Cuadro 6. Ficha resumen N° 4 “Comunidad de Nankais”	35
Cuadro 7. Ficha resumen N° 5 “Industria de Textiles FS6”	37
Cuadro 8. Ficha resumen N° 6 “Orquideario “Flo-Playa”	39
Cuadro 9. Cuadro de establecimientos de alimentos y bebidas	40
Cuadro 10. Oferta de establecimientos de alojamiento del cantón Yantzaza	42
Cuadro 11. Bares y discotecas	43
Cuadro 12. Agencias de viaje del cantón Yantzaza	43
Cuadro 13. Entidades financieras del cantón Yantzaza	44
Cuadro 14. Unidades de salud pública.....	44
Cuadro 15. Entrevistas a las principales autoridades del cantón Yantzaza .	45
Cuadro 16. Interés para participar en el proyecto turístico	51
Cuadro 17. Actividades desarrolladas por los encuestados	52
Cuadro 18. Interés de los encuestados por el cantón Yantzaza	53
Cuadro 19. Compañía de viaje de los encuestados	54
Cuadro 20. Preferencia de días de visita de los encuestados	55
Cuadro 21. Forma de traslado a la zona por los encuestados	56
Cuadro 22. Valoración de los servicios turísticos por los encuestados	57
Cuadro 23. Preferencia de platos típicos	58
Cuadro 24. Preferencia de medios de comunicación	59
Cuadro 25. Redes sociales de mayor interés.....	60
Cuadro 26. Preferencia de souvenirs para adquirir.....	61
Cuadro 27. Actividades adicionales de interés a realizar.....	62

Cuadro 28. Precios por el servicio de alimentación	63
Cuadro 29. Gasto diario por servicios de alimentación, hospedaje y recreación	64
Cuadro 30. Lugar de residencia cantonal.....	65
Cuadro 31. Edad	66
Cuadro 32. Género	67
Cuadro 33. Estado civil	68
Cuadro 34. Grado escolar	70
Cuadro 35. Ocupación	71
Cuadro 36. Ingresos mensuales.....	72
Cuadro 37. Análisis FODA.....	73
Cuadro 38. Matriz de estrategias FODA	75
Cuadro 39. Costo del producto turístico	90
Cuadro 40. Propuesta de señalética para el Muelle principal de Yantzaza .	90
Cuadro 41. Propuesta de diseño del pictograma en el Muelle principal de Yantzaza	92
Cuadro 42. Propuesta de señalética turística para Productora de Chocolates Quezada Vanegas	93
Cuadro 43. Propuesta de diseño del pictograma para Productora de Chocolates Quezada Vanegas	94
Cuadro 44. Propuesta de diseño de señalética para Productora de Chocolates Quezada Vanegas	95
Cuadro 45. Propuesta de señalética en la Productora de Chocolates Quezada Vanegas	97
Cuadro 46. Propuesta de señalética para la Productora de Chocolates Quezada Vanegas	98
Cuadro 47. Propuesta de señalética para la Productora de Chocolates Quezada Vanegas	99
Cuadro 48. Propuesta de señalética para Industria Textil FS6-El Masharito	101

Cuadro 49. Propuesta de señalética para Industria Textil FS6-El Masharito	102
Cuadro 50. Propuesta de señalética para los atractivos El Masharito e Industrias Textiles FS6	103
Cuadro 51. Propuesta de señalética para los atractivos El Masharito e Industrias Textiles FS6	105
Cuadro 52. Propuesta de señalética para la estación 3 Sedas ISMI	106
Cuadro 53. Propuesta de señalética para la estación 3 Sedas ISMI	107
Cuadro 54. Propuesta de diseño de pictograma en la estación 4 Nankais	108
Cuadro 55. Propuesta de señalética en la estación 4 Nankais.....	110
Cuadro 56. Propuesta de señalética para Nankais	111
Cuadro 57. Propuesta de señalética para Nankais	112
Cuadro 58. Propuesta de señalética para FLO-PLAYA.....	113
Cuadro 59. Propuesta de señalética para FLO-PLAYA.....	114
Cuadro 60. Propuesta de diseño para los atractivos Flo-Playa y Productora de Chocolates Quezada Vanegas	115
Cuadro 61. Propuesta de diseño para los atractivos Flo-Playa y Productora de Chocolates Quezada Vanegas	116
Cuadro 62. Propuesta de señalética para la estación 5 FLO-PLAYA.....	117
Cuadro 63. Propuesta de señalética para la estación 5 FLO-PLAYA.....	118
Cuadro 64. Propuesta de señalética	119
Cuadro 65. Diseño de valla publicitaria	121
Cuadro 66. Presupuesto para implementación de señalética turística	122
Cuadro 67. Perfiles de redes sociales en Facebook e Instagram.....	124
Cuadro 68. Diseño de souvenirs	126
Cuadro 69. Diseño de folleto turístico	127
Cuadro 70. Información del producto turístico para sitios web	130
Cuadro 71. Presupuesto de las estrategias de promoción	134
Cuadro 72. Presupuesto de las estrategias de señalética y canoas motorizadas.....	134

Índice de figuras

Figura 1. Mapa del cantón Yantzaza.....	19
Figura 2. El Masharito.....	29
Figura 3. Productora de Chocolates Quezada Vanegas	31
Figura 4. Sedas ISMI	33
Figura 5. Comunidad de Nankais.....	35
Figura 6. Industria de Textiles FS6	37
Figura 7. “Orquideario “Flo-Playa”	39
Figura 8. Interés para participar en el proyecto turístico.....	52
Figura 9. Actividades desarrolladas por los encuestados.....	53
Figura 10. Interés de los encuestados por el cantón Yantzaza	54
Figura 11. Compañía de viaje de los encuestados.....	55
Figura 12. Preferencia de días de visita de los encuestados.....	56
Figura 13. Forma de traslado a la zona por los encuestados	57
Figura 14. Valoración de los servicios turísticos por los encuestados	58
Figura 15. Preferencia de platos típicos.....	59
Figura 16. Preferencia de medios de comunicación.....	60
Figura 17. Redes sociales de mayor interés	61
Figura 18. Preferencia de souvenirs para adquirir.....	62
Figura 19. Actividades adicionales de interés a realizar	63
Figura 20. Precios por el servicio de alimentación	64
Figura 21. Gasto diario por servicios de alimentación, hospedaje y recreación	65
Figura 22. Lugar de residencia cantonal	66
Figura 23. Edad	67
Figura 24. Género.....	68
Figura 25. Estado civil.....	69
Figura 26. Grado escolar	70

Figura 27. Ocupación.....	71
Figura 28. Ingresos mensuales	72
Figura 29. Imagen corporativa	78
Figura 30. Mapa de la ruta	79
Figura 31. Chaleco salvavidas	81
Figura 32. Guía de la Ruta turística Fluvial Yantzaza.....	88
Figura 33. Mapa con propuesta de señalética.....	123

Índice de anexos

Anexo 1. Ficha técnica de atractivos del MINTUR, 2018	144
Anexo 2. Ficha resumen de atractivos turísticos naturales y culturales.....	153
Anexo 3. Entrevista.....	155
Anexo 4. Encuesta.....	156
Anexo 5. Anteproyecto.....	160