



UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR
CARRERA DE: GESTIÓN TURÍSTICA Y MEDIO
AMBIENTE

ALUMNA: Jhanela Cueva

PROYECTO DE TESIS

TEMA: Puesta en valor del atractivo natural balneario la molienda del cantón Yantzaza provincia de Zamora Chinchipe

Fecha: 22/12/2017

LOJA – ECUADOR

2019

Autoría

Yo Jhanela Lizbeth Cueva Jiménez con cedula 1900827500 estudiante de la Universidad Internacional del Ecuador a continuación certifico que los criterios, opiniones, afirmaciones, análisis, interpretación, conclusiones, recomendaciones y todos lo demás aspectos vertidos en el proyecto de investigación de fin carrera son de absoluta responsabilidad de mi persona y declaro bajo juramento, que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido presentado anteriormente para ningún grado o calificación profesional y que se ha consultado la bibliografía detallada.

Cedo mis derechos de propiedad intelectual a la Universidad Internacional del Ecuador, para que sea publicado y divulgado en internet, según lo establecido en la Ley de Propiedad Intelectual, reglamento y leyes



Jhanela Lizbeth Cueva Jiménez

Yo, MSc. Jéssica Del Cisne Macas Romero, certifico que conozco a la autora del presente trabajo siendo responsable exclusiva tanto en su originalidad y autenticidad, como de su contenido.



Jéssica Macas Romero
Directora de tesis

Agradecimiento

Agradezco a Dios por regalarme sabiduría para llegar a cumplir mis metas y cada uno de mis objetivos, mis padres que han sido un pilar fundamental en mi vida aportando con su apoyo económico, moral y por haberme enseñado que con esfuerzo, trabajo y constancia todo se consigue así mismo por sus consejos que cada vez me hacen crecer como persona, a mi hija Kristel Skarleth Neyra Cueva por ser esa personita que me inspira día a día a seguir a delante y a cumplir mis anhelos sueños todo te lo debo a ti mi pequeña princesa llegaste a mi vida a traerme luz y mucha felicidad, a mis ingenieros por aportar con sus conocimientos y sus enseñanzas diciéndome que las metas siempre se cumplen siempre y cuando uno le ponga ganas y empeño para cumplirlo, a la Universidad Internacional del Ecuador por acogerme en sus aulas y haberme proporcionado la mejor educación, a mi tutora de tesis la magister Jéssica Macas Romero por sus conocimientos, orientaciones, paciencia y su motivación que han sido fundamental para mi formación académica por haberme inculcado el valor responsabilidad durante el periodo que ha durado el proyecto de titulación

Dedicatoria

Dedico con mucho amor mi proyecto de titulación a Dios por permitirme llegar a este momento tan importante en mi vida, por los triunfos y los momentos más difíciles que me han enseñado a valorar cada día más la vida, a mi padres por ser mi fortaleza por ser las personas que me han acompañado durante todo mi trayecto de mi vida estudiantil por sus consejos que han sabido guiarme en los momentos más difíciles para culminar con mucha alegría mi carrera profesional a mis seres queridos que han velado por mi durante este arduo camino a mi hija por ser fuente inspiradora para poder terminar con mucha satisfacción mi proyecto a mis compañeros por compartir su verdadera amistad y los momentos más lindos que pasamos en las aulas durante este proceso estudiantil gracias por formar parte de este grupo de amigos con mucha satisfacción he logrado llegar al final del camino estudiantil a mis ingenieros y tutora de tesis quienes supieron acogerme enseñarme con mucha sabiduría y conocimiento por su tiempo y apoyo que me transmitieron durante todo este transcurso de mi formación profesional.

RESUMEN

El presente proyecto de titulación llamado “Puesta en valor del atractivo natural Balneario La Molienda del cantón Yantzaza provincia de Zamora Chinchipe” tiene como finalidad potenciar el turismo en el cantón Yantzaza. Es por eso que se aplicaron diferentes métodos, herramientas y metodologías los mismos que permitieron cumplir los objetivos planteados para este proyecto. Como primer paso se realizó el levantamiento de información del atractivo mediante el uso de las fichas del Ministerio de Turismo y la ficha de caracterización de la demanda para realizar el diagnóstico turístico y ambiental del atractivo. Continuando con el proyecto se identificaron las estrategias a implementar mediante la utilización del análisis FODA estratégico, las mismas que tienen como objeto mitigar y controlar los factores negativos de la zona de estudio. Luego se elaboró la propuesta de señalética turística para facilitar a los turistas locales, provinciales y nacionales el acceso al lugar, caminar, identificar, recorrer y ubicarse en el atractivo turístico. Como resultado del proyecto se dará a conocer un atractivo turístico con todas las facilidades que los turistas necesitan, permitiendo dinamizar la economía en la zona y mejorando la calidad de vida de los habitantes.

Palabras clave:

Poner en valor, turismo, estrategias, FODA estratégico.

ABSTRACT

The present project called "Puesta en valor del atractivo natural Balneario La Molienda del cantón Yantzaza provincia de Zamora Chinchipe" aims to boost tourism in the Yantzaza canton. Therefore, that applied different methods, tools and methodologies which enabled to fulfil the objectives set for this project. As a first step was gathering information from the attraction through the use of tabs of the Ministry of tourism, and the tab's characterization of the demand for tourist and environmental diagnosis of the attraction. Continuing with the project, strategies were identified to implement through the use of strategic SWOT analysis, the same that have as object, mitigate and control the negative factors in the study area. The proposal of tourist signage was then elaborated for local, provincial and national tourists access to the place, walking, identify, explore and placed in the tourist attraction was developed. As result of the project will be released a tourist attraction with all the facilities needed by tourists, allowing you to increase the economy in the area and improving the quality of life of the inhabitants.

Keywords:

Put in value, tourism, strategies, strategic SWOT.

ÍNDICE

Autoría	2
Agradecimiento	3
Dedicatoria	4
RESUMEN	5
TEMA	12
1. INTRODUCCIÓN	13
2. OBJETIVOS	15
2.1 OBJETIVOS GENERAL	15
2.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS	15
3. REVISIÓN DE LITERATURA	16
3.1 Antecedentes	16
3.1.1 Ubicación geográfica:	16
3.1.2 Ubicación Política	16
3.1.3 Macro y micro localización del cantón Yantzaza.....	17
3.1.3.1 Macro localización	17
3.1.3.2 Micro localización.....	18
3.1.4 Características edafoclimáticas	18
3.1.4.1 Clima	18
3.1.4.2 Temperatura	18
3.1.4.3 Precipitación.....	18
3.1.4.4 Altitud	19
3.1.5 Zona de vida.....	19
3.1.6 Historia del cantón Yantzaza.....	20
3.1.6.1 Síntesis histórica:.....	21
3.1.7 Yantzaza y su desarrollo	22
3.1.8 Escudo y bandera	23
3.1.10 Comercio	24
3.1.11Turismo:	25

4. MARCO TEÓRICO.....	26
4.1 Turismo	26
4.2 Tipos de turismo.....	26
4.3 Visitantes.....	27
4.4 Excursionistas	27
4.5 Turistas.....	27
4.6 Turista individual	27
4.7 Turista de masas	27
4.8 Capacidad de carga.....	27
4.9 Señalización turística.....	27
4.10 Capacitación de generación de renta y empleo	28
4.11 Difusión:.....	28
4.12 Impacto ambiental	28
4.13 Indicadores medio ambientales	28
4.14 Ecología.....	29
4.15 Medio Ambiente.....	29
4.16 Planificación del Turismo Rural.....	29
4.17 Inventario de recursos	29
4.18 Elección del destino turístico	30
4.19 Servicios turísticos	30
4.20 Ecosistema.....	31
4.21 Contaminación del agua.....	31
4.22 Turismo Sustentable.....	32
4.23 Crecimiento, desarrollo y agotamiento de los recursos turísticos	32
4.25 Análisis FODA	33
4.26 Inventario Turístico.....	33
4.27 Atractivo turístico.....	33
4.28 Recurso turístico.....	34
4.29 Diagnóstico turístico	34
4.30 Diagnóstico ambiental.....	34
4.31 Poner en valor.....	35
4.32 Puesta en valor	35
4.33 Balneario	35
4.34 Producto Turístico.....	36
4.35 Clasificación del producto turístico.....	37
Capítulo II.....	39

Realizar un diagnóstico turístico y ambiental del “Balneario La Molienda”, del cantón Yantzaza	39
2.1 Diagnóstico turístico:	45
2.2 Diagnóstico ambiental:	48
Capítulo III	50
Identificar las estrategias para poner en valor el Balneario.	50
Capítulo IV	57
Elaborar la propuesta de señalética turística del Balneario.	57
5. Bibliografía	76
7.1 Webgrafía	77
6. ANEXOS	80
Anexo 1. Guía metodológica para la jerarquización de atractivos y generación de espacios turísticos del Ecuador, 2017”.	80
Anexo 2. Ficha del atractivo turístico. “Balneario La Molienda”	91
Anexo 3. Normativa de medio Ambiente.....	99

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Mapa político del cantón Yantzaza	16
Gráfico 2 Mapa de Macro localización de la provincia de Zamora Chinchipe	17
Gráfico 3 Mapa de Micro localización del Cantón Yantzaza.....	18
Gráfico 4 Escudo del cantón Yantzaza	23
Gráfico 5 Bandera del Cantón Yantzaza	23
Gráfico 6. Mapa de Macrolocalización del Balneario la Molienda.....	59
Gráfico 7. Primera señal de orientación	61
Gráfico 8. Segundo y tercer punto de orientación.....	62
Gráfico 9. Cuarto y quinto punto de orientación.....	63
Gráfico 10. Sexto y séptimo punto de orientación.	64
Gráfico 11. Octavo y noveno punto de orientación.....	65
Gráfico 12. Décimo y onceavo punto de orientación	66
Gráfico 13. Décimo segundo y décimo tercer punto de orientación.	67
Gráfico 14. Décimo cuarto y décimo quinto punto de orientación.	68
Gráfico 15. Señalización en la vía y del atractivo turístico.	69
Gráfico 16. Planta arquitectónica	70
Gráfico 17. Vista panorámica del Balneario la Molienda	71
Gráfico 18. Aérea de parking de vehículos	71
Gráfico 19. Área de Juegos	72
Gráfico 20. Área de Picnic	72
Gráfico 21. Área de Restaurante	73
Gráfico 22. Anexo 4 fotografías del Balneario la Molienda	101
Gráfico 23. Balneario	101
Gráfico 24. Foto Panorámica del Atractivo.....	102
Gráfico 25. Puente Peatonal del Atractivo	102
Gráfico 26. Mirador del Atractivo.....	103
Gráfico 27. Laguna.....	103
Gráfico 28. Vista Panorámica	104
Gráfico 29. Riachuelo	104
Gráfico 30. Paja del árbol.....	105

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Ficha resumen del atractivo La Molienda	42
Tabla 2. Ficha de Caracterización de la Demanda	44
Tabla 3. Diagnóstico Ambiental.....	47
Tabla 4. Análisis FODA del atractivo turístico Balneario La Molienda del cantón Yantzaza....	50
Tabla 5. Factores Externos	52
Tabla 6. Orden de actuación de las variables	53
Tabla 7. Estrategias identificadas	55

TEMA

Puesta en valor del atractivo natural balneario “La Molienda”, del cantón Yantzaza provincia de Zamora Chinchipe

1. INTRODUCCIÓN

El Ecuador posee innumerables zonas de gran atractivo turístico que se destacan por su variada cultura y gran biodiversidad, entre estas, la Sierra, la Costa, Amazonia y Galápagos, presentan una gran riqueza turística.

Tras el estancamiento experimentado en los 3 últimos años, las cifras de arribos de turistas extranjeros al país son alentadoras, pues de acuerdo con datos preliminares, en 2017 llegaron 1'617.914 turistas, lo que representa un crecimiento del 14% con respecto al 2016. Así lo señala la información proporcionada por la Coordinación General de Estadística e Investigación del MINTUR, que en su reporte destaca que solo en diciembre de 2017 se registró el mayor incremento de llegadas en el año, es decir un crecimiento del 30,3% superior con relación a diciembre de 2016 al recibir a 171.926 personas extranjeros que recorrieron los diversos destinos turísticos del país.

En su reporte destaca también que solo entre enero y septiembre de 2017 ingresó al país 1.204,5 millones de dólares, en divisas por concepto de turismo receptor, evidenciándose así un crecimiento acumulado del 12% con relación al mismo período de 2016.

Según el autor (Santos, 2016)

Los bosques tropicales o selvas amazónicas son conocidos como los pulmones de la Tierra. Sus diversas capas de vegetación, que son hábitats de miles de plantas y animales, producen cantidades enormes de oxígeno que permiten al mundo respirar y absorber el dióxido de carbono. La selva amazónica es la selva tropical más extensa del mundo, con más de un millón de hectáreas, este enorme y fascinante espacio es hogar de más de diez millones de especies. La Amazonía es una de las regiones que provee al Estado ecuatoriano del petróleo que se exporta. Las actividades principales de la región son la extracción petrolera, comercio, el turismo, la ganadería y la agricultura.

El valle de Yantzaza, se encuentra ubicado en la provincia de Zamora Chinchipe a 43 km de la ciudad de Zamora, en él se asienta la cabecera cantonal que se constituye

en una zona comercial, es plano con suelos arenosos y está delimitado por cordilleras con bosques naturales a los que se puede llegar por senderos.

La riqueza del valle está en su belleza escénica, en los lugares estratégicos para observar el paisaje con su mágico colorido resultante del contraste entre la vegetación secundaria es el sitio perfecto para las aventuras. El recorrido se delinea a lo largo y a lo ancho de su magnitud. El mejor tour con combinación de trekking. En el recorrido se puede generar contacto con las comunidades Shuar existentes.

Yantzaza posee una gran variedad de atractivos turísticos tanto naturales como culturales, que son visitados por propios y extraños. Entre ellos el “Balneario La Molienda”, el mismo que cuenta con un río, una cascada, áreas verdes, espacios para recreación e innumerables especies de flora y fauna del lugar, sin embargo, existe una desventaja notable del lugar no cuenta con un buen acondicionamiento y mantenimiento, por tal razón la accesibilidad es difícil, y los visitantes o turistas de la zona se inclinan por ir a otros lugares fuera del cantón.

Con la finalidad de dar valor este sitio de interés turístico se ha visto conveniente proponer el trabajo “Puesta en valor del atractivo natural Balneario La Molienda” del cantón Yantzaza provincia de Zamora Chinchipe”, entre los beneficios que se espera al desarrollar este trabajo están lograr un buen posicionamiento a nivel local, y provincial; promover el turismo y mejorar la calidad de vida de los habitantes de la zona a través de la generación de empleo, lo que permite dinamizar la economía, siempre y cuando exista un aprovechamiento eficiente de los recursos disponibles.

La puesta en valor del atractivo balneario La Molienda se lo realizó en tres etapas, la primera de ellas el diagnóstico turístico y ambiental el mismo que se lo utilizó mediante la ficha de levantamiento de información turística del Ministerio de turismo su uso fue muy factible ya que se obtuvo información útil y actualizada del lugar.

De igual forma se identificaron las estrategias mediante un análisis FODA estratégico para resolver los problemas presentes en el atractivo turístico, proponiendo nuevas soluciones y alternativas que permitan mitigar y controlar los problemas en el área.

Se elaboró la propuesta de señalética turística la misma que permite que los turistas locales, provinciales y nacionales puedan acceder, caminar, identificar, recorrer y ubicarse en el atractivo turístico

Entre los beneficios que conlleva la puesta en valor del “Balneario la Molienda” del cantón Yantzaza esta lograr que se convierta en un atractivo turístico identificado y que cuente con servicios, facilidades y actividades turísticas que permitan crear expectativa en los turistas y la afluencia de nuevos visitantes para la generación de empleo, crecimiento de la economía local y mejora del nivel de vida de la población de la zona.

2. OBJETIVOS

2.1 OBJETIVOS GENERAL

Poner en valor el “Balneario La Molienda” del cantón Yantzaza provincia de Zamora Chinchipe.

2.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Realizar un diagnóstico turístico y ambiental del “Balneario La molienda”, del cantón Yantzaza.
- Identificar las estrategias para poner en valor el balneario
- Elaborar la propuesta de señalética turística del balneario

3. REVISIÓN DE LITERATURA

3.1 Antecedentes

3.1.1 Ubicación geográfica:

Está ubicada a 78° 45' 32'' de Longitud Oeste y 3° 4' 42'' de Latitud Sur y a 811msnm. Pertenece a la provincia de Zamora Chinchipe, al sur de la Amazonía del Ecuador.

El cantón Yantzaza limita al norte con la provincia de Morona Santiago y el cantón El Pangui, al sur con el cantón Centinela del Cóndor, al este con Perú y al oeste con el cantón Yacuambi y el cantón Zamora.

3.1.2 Ubicación Política

Este cantón está dividido políticamente en tres parroquias urbanas Yantzaza, que es la cabecera cantonal y las parroquias rurales de Chicaña y los Encuentros, estas dos últimas privilegiadas por su cultura y sus innumerables atractivos turísticos naturales, cubiertas por una exuberante vegetación, flora y fauna, ideal para realizar turismo natural, de investigación, cultural, ecoturismo turismo gastronómico.

A continuación, en el gráfico 1 se muestra la ubicación del cantón Yantzaza:

Gráfico 1 Mapa político del cantón Yantzaza



*Fuente: Municipio del Cantón Yantzaza.
Elaboración Jhanela Cueva 2012*

El Cantón Yantzaza se crea en la Provincia de Zamora Chinchipe, el día jueves 26 de febrero de 1981 y publicado en el Registro Oficial Nro. 388; Numeral 55 que dice:

- **Norte.** - Desde la intersección entre la línea de cumbre de la Cordillera de Campana Urcu y el paralelo geográfico hacia el Este, hasta alcanzar dichas nacientes, de estas el río Pachicutza, aguas abajo, hasta su afluencia en el río Chuchumbleta; de esta afluencia en el río Chuchumbleta aguas abajo, hasta su desembocadura en el río Zamora; de esta desembocadura, el paralelo geográfico hacia el Este, hasta su intersección con los límites Internacionales.
- **Este.** - Los límites Internacionales.
- **Sur.** - De los límites Internacionales, el Paralelo Geográfico hacia el Oeste, hasta alcanzar la afluencia de la quebrada Piedra Liza en el río Zamora; de esta afluencia, la quebrada Piedra Liza, aguas arriba, hasta sus orígenes en el cerro Pan de Azúcar.
- **Oeste.** - Del cerro Pan de Azúcar, la línea de cumbre de la cordillera de Campana Urcu, hacia el Norte, hasta su intersección con el Paralelo Geográfico que viene del Este de las nacientes del río Pachicutza.

3.1.3 Macro y micro localización del cantón Yantzaza

3.1.3.1 Macro localización

En el siguiente gráfico se puede observar la macro localización de la provincia de Zamora Chinchipe.

Gráfico 2 Mapa de Macro localización de la provincia de Zamora Chinchipe



Fuente: Instituto geográfico militar.

Elaboración: Jhanela Cueva 2012

Según la división política actual esta provincia, tiene 9 cantones y 35 parroquias: Zamora (7 parroquias), Chinchipe (6 parroquias), Nangaritza (3 parroquias), Yacuambi (3 parroquias), Yantzaza (3 parroquias), El Pangui (4 parroquias), Centinela del Cóndor (1 parroquia), Palanda (5 parroquias), Paquisha (3 parroquias).

3.1.3.2 Micro localización

En el siguiente gráfico se muestra el mapa de micro localización del cantón Yantzaza.

Gráfico 3 Mapa de Micro localización del Cantón Yantzaza



*Fuente: Instituto geográfico militar
Elaboración: Jhanela Cueva 2012*

El atractivo turístico se encuentra ubicado en el sector Pita barrio Montalvo en la vía principal.

3.1.4 Características edafoclimáticas

3.1.4.1 Clima

Su clima es cálido húmedo.

3.1.4.2 Temperatura

Su temperatura varía entre los 18 a 28 °C, con un promedio de 23°C centígrados. La temperatura media anual se encuentra a 22.7 °C.

3.1.4.3 Precipitación

Las precipitaciones promedian en 1959 mm.

El mes más seco es agosto, con 132 mm la mayor parte de la precipitación cae en abril, promediando 212 mm, el mes más caluroso del año con un promedio de 23.6 °C de noviembre. Julio es el mes más frío, con temperaturas promediando 21.7 ° C, la diferencia en la precipitación entre el mes más seco y el mes más lluvioso es de 80 mm. A lo largo del año, las temperaturas varían en 1.9 ° C. En la formación del bosque húmedo subtropical se presentan precipitaciones que van de 1500 a 2000 mm por año.

3.1.4.4 Altitud

Yantzaza tiene una altitud de 600 a 1200m.s.n.m

3.1.5 Zona de vida

Según menciona: (Universidad Nacional de Loja, S/F)

El cantón Yantzaza está conformado por varios ecosistemas, en mayor porcentaje el ecosistema antrópico con áreas intervenidas, en menor porcentaje el ecosistema bosque siempre verde pie montano bajo de la amazonia, el que se constituye en un bosque muy rico en biodiversidad y endemismo. La vegetación del cantón Yantzaza, es exuberante, predominan los bosques con especies para madera, plantas medicinales, protectores del suelo, plantas frutales; entre las especies animales se destacan: Guatusa, Yamala, Danta, Armadillo, entre otras. También se encuentra en estado silvestre árboles frutales como: guabas, membrillos, granadillas, maní, uvas entre otras. Además de la variedad de flores se encuentran las exóticas orquídeas de diferentes clases que en el paisaje natural de la montaña aparecen sus flores durante todo el año. Junto a esta exuberante vegetación convive una gran cantidad de especies animales y aves.

Según el autor : (Universidad Nacional de Loja, S/F)

El uso del suelo permite fijar la regulación urbanística sobre el territorio, posibilitando el control integral de los procesos de expansión, consolidación y renovación que la ciudad experimente. Esta clasificación sirve para establecer las áreas de suelo vacante con capacidad para receptor asentamientos humanos considerando la topografía, características, geológicas y geotécnicas, protección de zonas de interés paisajístico y medio ambiental.

El estudio sobre el uso del suelo en la ciudad, posibilita establecer limitaciones y potencialidades para la expansión física del territorio, determinar el buen y mal uso en el territorio, identificando áreas que ameriten ser sometidas a protección y preservación natural y establecer compatibilidades e incompatibilidades de usos en los diferentes sectores de planeamiento. Actualmente el uso de suelo en el cantón está reglamentado por la Dirección de Planificación Urbana y Rural del Gobierno Autónomo Descentralizado de Yantzaza, esta establece los usos principales, compatibles y complementarios para cada sector de planeamiento por ende este organismo lo clasifica de la siguiente manera en el sector Urbano: Comercial. Comercial Residencial, Residencial.

3.1.6 Historia del cantón Yantzaza

Es el cuarto cantón en el orden de creación dentro de la provincia de Zamora Chinchipe su nombre es de origen shuar, compuesto de dos términos o palabras del idioma de esta raza.

YANTSA= Luciérnaga

ENTSA =Quebrada o río de las luciérnagas

Yantzaza, nombre shuar que traducido al español significa: Valle de las Luciérnagas. Hoy en la actualidad es conocido por sus hijos con este nombre, el cual se ha castellanizado, suprimiéndose la vocal y consonantes terminológicas ENT para sustituirlas por la Z en vez de S, lo cual nos daría el siguiente resultado del nombre, quedando de la siguiente manera: YANTZAZA

Según el autor (Tacuri, 2016) afirma que:

Yantzaza Valle de las luciérnagas es un cantón encantador de la provincia de Zamora Chinchipe, ubicado al sur de la Amazonia del Ecuador, reconocido por ser la capital económica agrícola y turística de la provincia, se caracteriza por la calidad de su gente y su amabilidad acompañada siempre de una sonrisa.

El verdor de sus paisajes, la variedad de flora y fauna hace de Yantzaza un lugar interesante para propios y visitantes, sus cascadas, ríos, cuevas, la variada gastronomía

propia de la zona y sus pueblos ancestrales, han constituido en estos últimos años un gran atractivo para los turistas que se dan cita en este cantón, convirtiéndolo a Yantzaza en un sector con potencial turístico que se fortalece y crece cada vez más.

3.1.6.1 Síntesis histórica:

De acuerdo al autor (Darwin, 2014)

En la época de la conquista española, los personajes que posiblemente pasaron por este valle rodeado de congregaciones de naturales fueron Hernando de Benavente y Guido Hernández de Sepra, quienes informaron a Alonso de Mercadillo de la existencia de tribus, que más tarde serían confundidos como mujeres, hablar de que por estos lugares existió una o varias tribus de mujeres Amazonas es una idea incomprensible, ya que si llegamos a analizar detenidamente sus facciones tanto en los hombres como en las mujeres, notaremos que en los lugares más apartados en que estos viven, conservan sus costumbres y sus rasgos autóctonos milenarios, como el cabello largo, tanto en la mujer he igual en el hombre que acostumbra a tatuarse sus facciones en el rostro como en sus extremidades superiores, estos asentamientos humanos de Shuaras fueron confundidos por los españoles, que comprobaron que entre los dos sexos se tatúan rostro, brazos y pecho, descubierta la similitud, con su decepción a cuestras y desencantados al saber que no todas eran mujeres, en tono humillante los llamaron Jíbaros, los cuales años más tarde, posteriores a la colonización española demostrarían su ferocidad en la lucha con sus opresores que los trataron como esclavos para satisfacer su ambición por el oro de esta tierra que fue su morada por centurias atrás hasta la llegada de estos, en que la historia ha grabado en sus páginas el año de 1549, en que se llegó a fundar la ciudad española de Zamora de los Alcaldes por Alonso de Mercadillo en compañía de los personajes en un principio mencionados.

El amplio valle de espeso follaje impenetrable para los rayos del sol no aporta datos que permitan informar a las nuevas generaciones, y así establecer si se internaron de casualidad los buscadores de oro españoles, en esta tierra rica en flora y fauna que sirvió de sustento para la sobrevivencia de esta raza que ha conservado sus costumbres por siglos, y que hoy en la actualidad tienden a perderse debido al avance poblacional que los ha obligado a vivir en comunas donde escasamente se habla su idioma en los mayores, los niños han aprendido a ser bilingües el dominio del castellano es casi perfecto.

La orientación a estos indígenas Shuar debe estar enrumada por el Ministerio de Educación, Turismo entre otros, a rescatar sus valores, costumbre y modo de vida, para conservar la cultura de estos pueblos de los cuales los mestizos podemos aprender mucho de ellos como también estos de nosotros, sería importante de que por parte de las autoridades Provinciales y Nacionales se cree programas de difusión cultural con la finalidad de incentivar a la federación Shuar a promover el turismo Regional, Nacional e Internacional y de esta manera permitan hacer conocer sus artesanías, al Ecuador y el mundo.

3.1.7 Yantzaza y su desarrollo

De acuerdo al autor (Yantzaza, GAD Cantonal, 2014)

Los desplazados por la sequía de la Provincia de Loja, contribuyeron en su desarrollo y progreso a este sector amazónico, los Shuar poco a poco cedían espacio, el suelo que anteriormente era utilizado para la cacería, se convertía en grandes zonas cultivadas de múltiples productos que son vendidos en otros lugares del país.

Las tierras que fueron arrebatadas a los Shuar a la fuerza por algunos colonos, no eran utilizadas en su totalidad, de esta manera nació un descontento en otros individuos que afanosamente buscaban adjudicarse un solar para poder parar su casa y tener un lugar para vivir.

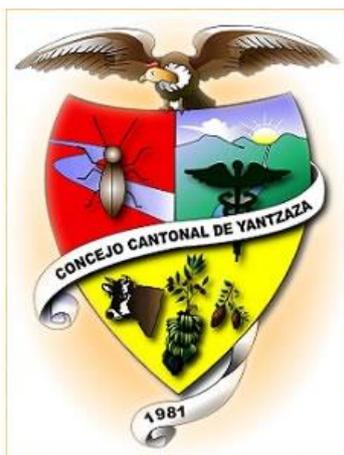
El festín de la tierra disputada a los Shuar continuo por largos años, la astucia de los colonos llevo al extremo de la injusticia, los Shuar que en aquellos tiempos no conocían la escritura y desconocían del valor del papel moneda, cambiaban sus terrenos por escopetas, espejos, vestidos o cualquier cosa que les llamaba la atención, de esta situación sacaban tajada los oportunistas, al final los icásticos terminaban cediendo sus terrenos a cambio de nada, para irse refugiando siempre más lejos de la civilización que en la actualidad los ha convertido en pequeñas reservas humanas que contra viento y marea trata de sobrevivir con sus costumbres y tradiciones como pueblo de Ecuador.

El trabajo conjunto de las familias contribuyó en este proceso para hacer de este pueblo una Parroquia próspera que está reflejado hoy en la actualidad en la arquitectura urbanística que contrasta con las viejas construcciones de los primeros moradores que poco a poco van siendo cambiadas para dar paso a una ciudad moderna y hospitalaria.

3.1.8 Escudo y bandera

A continuación, se muestra el Escudo y la Bandera del cantón Yantzaza

Gráfico 4 Escudo del cantón Yantzaza



Fuente: Municipio del cantón Yantzaza
Elaboración: Municipio del cantón Yantzaza

Gráfico 5 Bandera del Cantón Yantzaza



Fuente: Municipio del cantón Yantzaza
Elaboración: Municipio del cantón Yantzaza

3.1.9 Situación económica

El cantón Yantzaza posee un clima tropical y subtropical produce con excelentes resultados ganado vacuno, porcino y aves de corral de manera especial; así también peceras, criaderos caracoles y ranarios ubicados en Nankais y la Florida los que exportan

al mercado internacional, producción que ha permitido desarrollar una excelente gastronomía.

La producción de los suelos ha permitido desarrollar una extraordinaria agricultura que abastece a los mercados locales y nacionales con productos como: cacao, café, caña de azúcar, plátano, yuca, frutas tropicales, etc. La pequeña industria es una actividad ocupacional de notable crecimiento es así como la panela granulada, los derivados de los productos lácteos (queso, quesillo, yogurt, mantequilla).

3.1.10 Comercio

Yantzaza es considerada como la capital comercial de la provincia de Zamora, los principales productos que se comercian son: plátano, yuca, café, cacao, frutas, etc. Además, podemos decir que este cantón es un verdadero puerto terrestre en donde se realiza todo tipo de comercio, es la ciudad con mayor afluencia de personas que se dedican al negocio sobre todo los fines de semana, adicionalmente podemos evidenciar que en Yantzaza existe un sinnúmero de comercios orientados a la construcción, turismo, minería, bazares, víveres, ropa, calzado, restaurantes, hoteles, hosterías, etc.

Además, este cantón mantiene principalmente relaciones comerciales y laborales, con todas las ciudades de la provincia de Zamora, así como también con las ciudades de Loja, Cuenca, y Machala, por lo que el sistema de transporte de pasajeros está dirigido hacia estas ciudades principalmente.

Las actividades comerciales también son fuente de ocupación de los habitantes de Yantzaza que se evidencian por la presencia de almacenes, tiendas, mercados, bares y cantinas. Las finanzas también están presentes a través de las cooperativas de ahorro y crédito locales.

La minería es otra actividad a la que se dedican también sus habitantes, desarrollando la pequeña minería y minería artesanal, sin embargo, actualmente la presencia de la compañía multinacional minera Kinross-Aurelian en la concesión minera “El Zarza”, ubicada en la Parroquia Los Encuentros prevé extraer gran cantidad de oro y plata de estos yacimientos auríferos.

3.1.11 Turismo:

Con la construcción de la troncal amazónica para Yantzaza se le abren las puertas al turismo nacional e internacional, sus características de ciudad moderna, la calidad de su gente, hacen que este pueblo sea muy acogedor.

Los atractivos turísticos con los que cuenta el Cantón Yantzaza es numeroso. Los atractivos que pueden ser visitados por visitantes ya sean estos locales, nacionales o extranjeros, son: La Ruta “Don Viche”, Ruta de los “Guayacanes”, Ruta “Guambime, Ruta de “El Oso” Ruta “Misteriosa”, en donde pueden observar y disfrutar de cascadas y caverna. De igual forma existen otras opciones como lo son: Cascada Reina del Cisne, Cascada Ungumiatza, Cascada de Miraflores. Conchas petrificadas, entre otras diversidades más.

En lo que se refiere a infraestructura turística el cantón tiene una gama de excelentes servicios en los cuales los turistas pueden hacer uso de los mismos. Existen tres hoteles, seis hostales, tres hosterías, treinta restaurantes, seis cafeterías y ocho bares según el catastro actualizado del cantón al 15 de Enero del 2019.

4. MARCO TEÓRICO

4.1 Turismo

Es la práctica de viajar libremente por placer a otros lugares o poblaciones dentro del mismo país o en el extranjero.

Según el autor (Verdezoto, 2015)

Para ello se ha creado una infraestructura de medios y servicios que permite la atención de los viajeros. Esta nueva modalidad de viaje que evoluciono prodigiosamente durante todo el siglo pasado ha dado lugar al surgimiento de la industria turística, una industria limpia que ha pasado a ser la más importante de todo el planeta por la cantidad de capital y de personas que mueven además de por la infinidad de puestos de trabajo que genera.

4.2 Tipos de turismo

- **Turismo emisor (A):** que se centra en los residentes de un país que visitan otros países.
- **Turismo receptor (B):** que agrupa a las personas que visitan un país sin que estén residiendo en él.
- **Turismo interno (C):** que aglutina los viajeros cuyo país emisor y el receptor son el mismo. Teniendo en cuenta estos tipos de turismo, se pueden realizar una clasificación basada en el lugar de residencia del visitante y en el ámbito de su desplazamiento, dando como resultado:
 - **Turismo interior: (C + B):** comprende al turismo interno y al receptor, es decir, se centra en las personas que viajan dentro del país, sin importar su lugar de residencia.
 - **Turismo nacional: (C + A):** comprende al turismo interno más el emisor, es decir los residentes del país en que se realiza la actividad sin importar el destino de su viaje.
 - **Turismo internacional: (B + A):** que comprende al turismo que viaja al exterior (emisor) y al que producen otros países (receptor).

Otro tipo de catalogación turística es la que tiene en cuenta a los viajeros y el tiempo que permanecen fuera de su lugar de residencia habitual.

4.3 Visitantes

Son los que permanecen fuera de su país un periodo que no excede los 12 meses dedicándose a cualquier actividad no remunerada. (Capovilla, 2010)

4.4 Excursionistas

Los cuales realizan una visita de un día y no llegan a pernoctar en el destino. (Capovilla, 2010)

4.5 Turistas

Son los que permanecen al menos una noche en el lugar que han escogido como destino. (Capovilla, 2010)

4.6 Turista individual

Turistas que viajan de manera individual (aunque no siempre solos) y que organizan el viaje por sí mismos. (Capovilla, 2010)

4.7 Turista de masas

Aquel que viajan masivamente o en grupo, en viajes organizados por tour operadores o agencias de viajes. (Capovilla, 2010)

4.8 Capacidad de carga

De acuerdo al autor (Asenjo, 2010)

Es el número máximo de visitantes que puede contener y controlar los niveles de actividad y desarrollo turístico, dicha capacidad se refiere al uso máximo que puede hacerse de un lugar sin dañar sus recursos, disminuir los niveles de satisfacción de los turistas o generar impactos negativos sobre la sociedad, la economía o la cultura local.

4.9 Señalización turística

De acuerdo al autor (Bernier, 2006)

La señalización es la parte de la ciencia de la comunicación visual que estudia las relaciones funcionales entre los signos de orientación en el espacio y el comportamiento

de los individuos. Es de carácter “autodidáctico”, entendiéndose éste como modo de relación entre los individuos y su entorno. Se aplica al servicio de los individuos, a su orientación en un espacio, a un lugar determinado, para la mejor y la más rápida accesibilidad a los servicios requeridos y para una mayor seguridad en los desplazamientos y las acciones.

4.10 Capacitación de generación de renta y empleo

Otro factor valorativo de gran importancia a tener en cuenta es la capacidad de generación de renta y empleo que puede ofrecer a la población local y alas posibles inversores la puesta en explotación del recurso (Bernier, 2006)

4.11 Difusión:

La puesta en valor, la interpretación del patrimonio, el uso público y la incorporación de los bienes culturales en estrategias turísticas y /o de desarrollo local. (Guglielmino, 2007)

4.12 Impacto ambiental

De acuerdo al autor (Merino J. P., 2010)

El impacto ambiental es el efecto causado por una actividad humana sobre el medio ambiente. La ecología, que estudia la relación entre los seres vivos y su ambiente, se encarga de medir dicho impacto y de tratar de minimizarlo. El concepto de impacto ambiental podría utilizarse para hacer mención a las consecuencias de un fenómeno natural (como un tsunami o un terremoto), aunque dicha aceptación es poco frecuente. Lo habitual es que la noción se use para nombrar a los efectos colaterales que implica una cierta explotación económica sobre la naturaleza.

4.13 Indicadores medio ambientales

Según el autor (Trujillo, 2015)

Un indicador ambiental es un parámetro o valor derivado de parámetros que proporcionan información para describir el estado de un fenómeno, ambiental, área, con un significado que va más allá del directamente asociado con el valor del parámetro en sí mismo.

4.14 Ecología

De acuerdo al autor (Velandia, 2011)

Es la rama de la biología que estudia las relaciones e interacciones entre los seres vivos y su medio ambiente, incluyendo otros seres vivos. Estudia a los organismos en su propio hábitat y las relaciones que mantienen con su entorno. Actualmente, la ecología se encarga de preservar la naturaleza y las especies en extinción, el ambiente incluye las propiedades físicas como el clima y la geología, y los demás organismos que comparten ese hábitat.

4.15 Medio Ambiente

Según el autor (Velandia, 2011) menciona:

El medio ambiente es el entorno constituido por los recursos naturales abióticos y bióticos, tales como el aire, agua, suelo, la fauna y la flora y la interacción de todos estos factores, los bienes que componen la herencia cultural y los aspectos característicos del paisaje que afectan y condicionan las circunstancias de la vida de las personas o la sociedad en su conjunto no sólo del espacio en el que se desarrolla la vida sino elementos tan intangibles como la cultura.

4.16 Planificación del Turismo Rural

De acuerdo al autor (Oxinalde, 1994)

La planificación turística del turismo en el espacio rural supone una metodología común a la de la planificación de cualquier modelo turístico salvo con la salvedad importantísima de que evalúa los impactos ambientales y sociales de los proyectos turísticos, a fin de conseguir que los productos turísticos finalmente elaborados se adecuen a la filosofía de un turismo duradero, que explote los recursos sin degradarlos.

4.17 Inventario de recursos

Es un estudio de campo que tendrá como objetivos inventariar los recursos básicos turísticos divididos entre:

- Recursos naturales
- Recursos históricos – artísticos
- Recursos culturales (antropológicos)
- equipamientos turísticos

- Infraestructuras y servicios (Oxinalde, 1994)

4.18 Elección del destino turístico

Según el autor (Raya, 2007)

En el momento de elegir un destino para pasar las vacaciones o para realizar un viaje de placer, el viajero suele tener en cuenta una serie de factores (naturales, socio culturales y económicos) que le hacen decidirse por una u otra destinación turística.

Si tomamos en consideración las categorías que forman el patrimonio territorial, podemos clasificar los recursos turísticos en tres tipos: naturales, socioculturales y económicos.

- **Naturales:** climáticos (diferentes modalidades climáticas), topográficos (montañas, playas, etc.), ecológicos (animales salvajes, especies protegidas, fauna marina, flora tropical), paisajísticos (playas, montañas).
- **Socioculturales:** organización y seguridad social (Inglaterra o Suecia, por ejemplo), historia (Italia y España pueden servir de ejemplo), manifestaciones deportivas (Juegos Olímpicos), manifestaciones étnicas (folclore, características antropológicas).
- **Económicos:** condiciones favorables a la adquisición de bienes y servicios (bajo coste de la vida, divisa favorable, libertad de aduana, etc.), existencia de bienes y servicios de gran interés.

La utilización de los recursos turísticos en el proceso de formación de la oferta origina la puesta en evidencia de sus características de utilización.

4.19 Servicios turísticos

“Los Servicios Turísticos son el conjunto de realizaciones, hechos y actividades, tendientes a producir prestaciones personales que satisfagan las necesidades del turista y contribuyan al logro de facilitación, acercamiento, uso y disfrute de los bienes turísticos”. (OMT, 1980)

Según la OEA (1980), afirma:

Los Servicios Turísticos, se describen como el resultado de las funciones, acciones y actividades que, ejecutadas coordinadamente, por el sujeto receptor, permiten satisfacer al turista, hacer uso óptimo de las facilidades o industria turística y darle valor económico a los atractivos o recursos turísticos.

Según (OMT, 1980) menciona:

Los Servicios Turísticos incluyen su producción, distribución, comercialización, venta y prestación y se refieren a los bienes y servicios ofrecidos por las empresas de mercado turístico, que satisfacen las necesidades de los turistas en la organización del viaje y mediante el disfrute del mismo a través de empresas intermediarias de transporte, alojamiento, organizadoras de eventos y actividades recreativas, etc.

4.20 Ecosistema

Según (López, 2006) afirma:

Es un sistema en el cual una comunidad interactúa con su medio físico. Un ecosistema se considera como la unidad de la naturaleza formada por un medio biótico y el medio físico (productores, consumidores y desintegradores) de un área determinada. Dicho de otra manera, los componentes de un ecosistema o sistema ecológico son dos: los organismos que lo integran y el medio físico en donde habitan, el cual se conoce como un biotopo.

4.21 Contaminación del agua

De acuerdo (Romero A. A.) menciona:

Desde el punto de vista ecológico, podemos hablar de dos tipos de contaminación: una provocada por los elementos biodegradables, y otra producida por materiales no biodegradables aquellos residuos que pueden ser descompuestos por la acción natural de los organismos vivos, como lombrices, hongos y bacterias principalmente. Este fenómeno permite que los elementos que forman tales residuos queden disponibles para su nueva incorporación a la naturaleza de una manera útil. Entre los materiales biodegradables tenemos todos los que se derivan de fuentes orgánicas, es decir, los que proceden de los

organismos vivos; y como ejemplos encontramos el papel, el cartón, los restos vegetales y animales.

4.22 Turismo Sustentable

De acuerdo al autor (Miroglio, S/F)

El turismo sustentable es una forma de turismo que sigue los principios de sostenibilidad. El turismo sustentable en su sentido más puro, es una industria comprometida a hacer un bajo impacto sobre el medio ambiente y cultura local, al tiempo que contribuyen a generar ingresos y empleo para la población local.

Los principios que definen el turismo sustentable son:

- Los Recursos naturales y culturales se conservan para su uso continuado en el futuro, al tiempo que reportan beneficios.
- El desarrollo turístico se planifica y gestiona de forma que no cause serios problemas ambientales o socioculturales.
- La calidad ambiental se mantiene y mejora.
- Se procura mantener un elevado nivel de satisfacción de los visitantes y el destino retiene su prestigio y potencial comercial.
- Los beneficios del turismo se reparten ampliamente entre toda la sociedad.

4.23 Crecimiento, desarrollo y agotamiento de los recursos turísticos

De acuerdo (Monreal, 2005) menciona:

La capacidad de la tierra para sostener a una humanidad creciente es limitada. En los próximos cincuenta años, nos enfrentaremos con el reto de frenar crecimiento demográfico mundial y encontrar la manera más racional y eficaz de gestionar los recursos naturales. En el caso de no lograrlo, y si se mantiene el modelo de crecimiento depredatorio actual, antes de que finalice el siglo XXI se habrán sobrepasado los límites de resistencia del planeta.

Ello obligaría a un gasto creciente para contrarrestar los efectos de la contaminación sobre los alimentos y la salud de las personas, y este esfuerzo se traduciría en un

consumo acelerado de los escasos recursos disponibles y en un deterioro progresivo, y posiblemente irreversible, de la calidad de vida de toda la humanidad.

4.25 Análisis FODA

Según Espinosa (2013): postula:

La matriz de análisis DAFO o FODA es una conocida herramienta estratégica de análisis de la situación de la empresa. El principal objetivo de aplicar la matriz DAFO en una organización, es ofrecer un claro diagnóstico para poder tomar las decisiones estratégicas oportunas y mejorar en el futuro. Su nombre deriva del acrónimo formado por las iniciales de los términos: debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades. La matriz de análisis DAFO permite identificar tanto las oportunidades como las amenazas que presentan nuestro mercado, y las fortalezas y debilidades que muestra nuestra empresa.

4.26 Inventario Turístico

De acuerdo al autor (Lopez, 2012)

El inventario constituye un registro y un estado integrado de todos los elementos turísticos que por sus cualidades naturales, culturales y humanas pueden constituir un recurso para el turista, por lo que representa un instrumento valioso para la planificación turística, toda vez que sirve como punto de partida para realizar evaluaciones y establecer las prioridades necesarias para el desarrollo turístico nacional.

Un inventario no es sólo un cúmulo de información, sino fundamentalmente un instrumento de gestión que debe ser mejorado de manera constante, y cuyo uso debe permitir y facilitar la toma de decisión en las múltiples instancias del quehacer turístico.

Es preciso destacar, que el procesamiento de la información para el inventario es un trabajo permanente, de tal manera que éste se encuentre actualizado.

4.27 Atractivo turístico

De acuerdo al autor (Rivera, s.f.)

Se define como el conjunto de elementos materiales y/o inmateriales que son susceptibles de ser transformados en un producto turístico que tenga capacidad para

incidir sobre el proceso de decisión del turista provocando su visita a través de flujos de desplazamientos desde su lugar de residencia habitual hacia un determinado territorio. Este último se transforma de esta manera en un destino turístico.

4.28 Recurso turístico

Según el autor (Rivera, s.f.)

Cualquier elemento natural, actividad humana o producto antropológico que pueda motivar el desplazamiento con el móvil esencial de la curiosidad o la posibilidad de realizar una actividad física o intelectual. Todos los bienes y servicios que, por intermedio de la actividad del hombre y de los medios con que cuenta, hacen posible la actividad turística y satisfacen las necesidades de la demanda. Posteriormente se transforma en un producto turístico.

El concepto de recurso turístico implica la utilización potencial y/o real del patrimonio y/o de los atractivos turísticos con la finalidad turística a través de una serie de actuaciones humanas ligadas a la creación de un producto turístico y su promoción. El análisis de los recursos turísticos nos permite evaluar la potencialidad para el desarrollo de la actividad turística de un determinado espacio.

4.29 Diagnóstico turístico

De acuerdo al autor (Magra, 2015)

Es la etapa del proceso de planificación donde se establece y evalúa la situación de un destino en un momento determinado, establece una diferencia entre la situación del turismo antes y los resultados obtenidos después de la aplicación de acciones o estrategias de planificación turística en un destino.

4.30 Diagnóstico ambiental

Según el autor (Cembranos, 2013)

Es el instrumento de evaluación ambiental, que se efectúa en un proyecto, obra, industria o actividad existente y, por ende, los impactos son determinados mediante sistemas de evaluación basados en muestreos y mediciones directas o bien por el uso de sistemas analógicos de comparación con eventos o entidades similares. Su objetivo es determinar las acciones correctivas necesarias para mitigar impactos adversos.

4.31 Poner en valor

Según el autor (Carretòn, 2017)

La puesta en valor es el proceso que conlleva a utilizar cada uno de los lugares mencionados como turísticos tanto naturales como culturales o monumentales como plazas, parques balnearios, iglesias, museos destacando y exaltando sus características para su óptimo aprovechamiento hasta colocarlos en condiciones de cumplir a plenitud una nueva función social en nuestra época; como recurso turístico autosuficiente generador de riqueza, ayudando a fortalecer la economía y la sensibilización por proteger el legado cultural e histórico de los pueblos y ciudades.

4.32 Puesta en valor

Según el autor (Guglielmino, 2007) afirma:

Fomentar el uso, promocionar su visita, divulgar su valor, concienciar sobre su fragilidad, interesar por su preservación, todo eso organizado, con técnicas adecuadas, con planes bien dotados, con campañas bien organizadas. Se trata de eso e incluye todas esas acciones también entre profesionales específicos de nuestra gestión y de otras disciplinas afines. La difusión implica una serie de acciones y conceptualizaciones que normalmente tienen vida propia, pero que desde mi punto de vista son parte indisoluble de la gestión denominada

4.33 Balneario

De acuerdo al autor (Merino J. P., 2016)

Deriva del latín, exactamente de la palabra “balnearius”, que significa:

- El sustantivo “balneum”, que puede traducirse como “baño”.
- El sufijo “-ario”, que se utiliza para indicar “lugar”.

Balneario también es el nombre que, en el continente europeo, reciben las instalaciones equipadas con baños medicinales y servicios turísticos. Estos balnearios se basan en el uso del agua mineral o termal como herramienta curativa. Diversas afecciones respiratorias, de las articulaciones, dermatológicas y de la digestión, entre otras, pueden tratarse en estos balnearios.

Por lo general los balnearios cuentan con distintas clases pueden ser ríos, quebradas y piscinas para que las personas puedan aprovechar el agua.

4.34 Producto Turístico

De acuerdo al autor (Perdomo, Producto Turístico , 2010)

Es el conjunto de combinaciones e interacciones sinérgicas de múltiples prestaciones, tangibles e intangibles que incluyen recursos y atractivos, equipamiento e infraestructuras, servicios y actividades recreativas e imágenes y valores simbólicos, que se ofrecen a un consumidor llamado turista durante toda su experiencia y hacia un espacio (destino) deseado, con el objetivo de satisfacer sus necesidades y deseos.

Desde la expectativa del turista el producto turístico puede considerarse como una experiencia, en el transcurso de la cual son utilizados productos muy diversos

Características del producto turístico

- Intangible: No se puede tocar, ver, sentir, oír y oler antes de la compra
- Inseparabilidad: No se pueden separar de sus proveedores
- Heterogeneidad: La calidad depende de quién, cuando, donde y como los proporcione
- Caducidad: No se pueden almacenar o utilizarlos más tarde

Componentes del producto turístico

- Sitios turísticos
- Museos y manifestaciones Culturales
- Folklore
- Realizaciones Técnicas, científicas y artísticas
- Planta turística - Alojamiento
- Planta turística - Alimentación
- Planta turística- Restauración
- Otros servicios
- Planta turística- Instalaciones de agua / Playa
- Planta turística- Instalaciones- Montañas
- Infraestructura - Transporte
- Infraestructura- Comunicaciones

- Infraestructura Sanidad
- Infraestructura Energía

Según (Perdomo, Producto turístico, 2010) producto turístico “es el conjunto de combinaciones e interacciones sinérgicas de múltiples prestaciones, tangibles e intangibles, que se ofrecen a un consumidor llamado turista durante toda su experiencia hacia un espacio (destino) deseado, con el objetivo de satisfacer sus necesidades y deseos”.

4.35 Clasificación del producto turístico

Según (Capovilla, 2010) menciona:

La industria turística continúa evolucionando y no ha dejado de reinventarse, diversificando sus productos, para intentar alcanzar a todas las tipologías de clientes. Así pues, podemos encontrar diferentes tipos de oferta turística englobados en varios bloques:

- **Turismo de sol y playa:** El país receptor explota sus recursos geográficos costeros y las bondades de su clima. Es el turismo más convencional, pasivo y estacional, pero también el menos experto y exigente.
- **Turismo cultural:** El país receptor precisa de recursos histórico artísticos para su desarrollo. El turista es más exigente y menos estacional. Este tipo de turismo está asociado a las grandes ciudades donde se puede disfrutar de distintas actividades culturales.
- **Turismo gastronómico:** es el que se desarrolla en torno a la comida y la bebida tradicional de un lugar concreto
- **Turismo ecológico o ecoturismo:** el país receptor explota sus recursos naturales. Se centra en el contacto con la naturaleza en su estado más íntimo y persigue huir del estrés generado por la vida
- **Turismo deportivo:** el turista se desplaza para practicar algún deporte, tanto de exterior como de interior bien porque su entorno habitual no ofrece esa posibilidad o porque no dispone de tiempo para realizarla.
- **Turismo religioso:** es una de las tipologías de turismo más antiguas que se centra en la visita a lugares o acontecimientos de carácter religioso

- **Turismo de salud:** es una actividad vinculada a los balnearios de aguas termales o curanderos.

Capítulo II

Realizar un diagnóstico turístico y ambiental del “Balneario La Molienda”, del cantón Yantzaza

En la elaboración del presente trabajo de investigación denominado “Puesta en valor del atractivo natural Balneario La Molienda del cantón Yantzaza provincia de Zamora Chinchipe” se usaron herramientas, métodos y técnicas de investigación que han permitido el desarrollo y el cumplimiento de cada uno de los objetivos planteados, a continuación, se detalla el proceso de elaboración del diagnóstico turístico y ambiental.

Entre las herramientas utilizadas para cumplir con este objetivo se tiene:

La observación, que según el autor (Acuña, 2015)

Es una técnica que consiste en observar atentamente el fenómeno, hecho o caso, tomar información y registrarla para su posterior análisis. La observación es un elemento fundamental de todo proceso investigativo; en ella se apoya el investigador para obtener el mayor número de datos. La observación científica significa observar con un objetivo claro, definido y preciso: el investigador sabe qué es lo que desea observar y para qué quiere hacerlo, lo cual implica que debe preparar cuidadosamente la observación.

Es directa cuando el investigador se pone en contacto personalmente con el hecho o fenómeno que trata de investigar. Es indirecta cuando el investigador entra en conocimiento del hecho o fenómeno observando a través de las observaciones realizadas anteriormente por otra persona. Tal ocurre cuando nos valemos de libros, revistas, informes, grabaciones, fotografías, etc., relacionadas con lo que estamos investigando, los cuales han sido conseguidos o elaborados por personas que observaron antes lo mismo que nosotros.

Esta herramienta permitió observar, analizar, registrar e interpretar los datos para llenar las fichas de levantamiento de información del atractivo.

La siguiente herramienta utilizada para cumplir con el primer objetivo de este trabajo fue el diagnóstico, y según el autor (Ricaurte, 2009):

Es la búsqueda y sistematización de la información relativa a la oferta y la demanda turística en el 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 y estructura del territorio, así como del medio ambiente a planificar. Al diagnóstico se lo conoce también como la línea base o estado de situación actual y lo que se busca específicamente es definir la situación del destino turístico en el presente, es decir, antes de que se ejecute la planificación.

El diagnóstico turístico permite tener una vista panorámica que se constituye en una línea base de la situación actual del atractivo turístico, y permite proveer de información actualizada a los turistas que visiten el atractivo “Balneario La molienda”, del cantón Yantzaza, con los resultados obtenidos por la implementación de esta herramienta posteriormente se toman decisiones y establecen estrategias para el aporte al desarrollo de la actividad turística.

En la visita in situ, se utilizó el método descriptivo que como menciona (Ramirez, 2016) “Describe los datos y características de la población o fenómeno de estudio su finalidad es definir, clasificar, catalogar o caracterizar el objeto de estudio”. Este método ayudó a la realización de un sondeo preliminar en el que se identificó los antecedentes generales como: ubicación, datos geográficos, sociales, económicos; información turística del sector, la accesibilidad, seguridad y un análisis del micro y macro entorno, a la vez que se realizó un diagnóstico precisando datos generales del atractivo y del cantón Yantzaza.

De igual forma se utilizó el método científico que de acuerdo al autor (Paez, 1964):

Es un procedimiento cuyo objetivo es mejorar el proceso y criterio usado en la investigación, los aspectos que se usan son la observación y la experimentación, esta parte se refiere a toda la información recolectada de la investigación, el análisis y la interpretación de los datos y en base a ellos obtener conclusiones objetivas que respondan a las preguntas.

Este método fue indispensable dentro del trabajo ya que como su definición afirma es el conjunto ordenado de procedimientos orientados a: descubrir, demostrar y verificar

los conocimientos que la ciencia formula sobre el tema en cuestión. Con este método se priorizó la información necesaria para realizar el diagnóstico tanto en libros, páginas web, documentos, revistas entre otros, destacando su historia, riqueza natural y cultural rescatando sus valores en cada aspecto del atractivo.

Dentro de las técnicas utilizadas para poder realizar el diagnóstico se aplicó la entrevista, según (Urbano, 2006):

Es una técnica para obtener datos que consiste en un diálogo entre dos personas: El entrevistador "investigador" y el entrevistado; se realiza con el fin de obtener información de parte de este, que es, por lo general, una persona entendida en la materia de la investigación. La entrevista constituye una técnica indispensable porque permite obtener datos que de otro modo serían muy difíciles conseguir.

Se aplicó entrevistas a las autoridades locales y entidades rectoras de la actividad turística como el alcalde Bladimir Armijos y a la Ingeniera Jhaely Esparza encargada del departamento de turismo del GAD del cantón Yantzaza.

En lo referente al atractivo, a más de las herramientas y métodos antes mencionados, también se empleó la “Guía metodológica para la jerarquización de atractivos y generación de espacios turísticos del Ecuador, 2017”. (Anexo 1) donde se detalla paso a paso el proceso para llenar la ficha correspondiente al atractivo. A continuación, se puede observar una ficha resumen del atractivo, la ficha completa (anexo 2) está en la parte de anexos.

Tabla 1. Ficha resumen del atractivo La Molienda

LA MOLIENDA DEL CANTÓN YANTZAZA	
	
Localización del atractivo <ul style="list-style-type: none"> • Provincia: Zamora Chinchipe • Cantón: Yantzaza • Barrio: Montalvo 	<ul style="list-style-type: none"> • Latitud 3°48'24,"S • Longitud 78°46'38"O
Clima: Cálido húmedo	Temperatura : 22.5
Ingreso al atractivo: Todos los días del año	Accesibilidad : Vías de segundo orden, tipo de material lastre en muy buen estado
Servicio de transporte: <ul style="list-style-type: none"> • Bus • Taxi 	Planta turística: 3 Hoteles 6 Hostales 3 Hosterías 30 Restaurantes 8 Bares
Actividades que se pueden realizar: <ul style="list-style-type: none"> • Montañismo • Picnic • Observación de flora y fauna • Cabalgata • Senderismo • Caminata • Ciclo turismo 	Transporte hacia el atractivo: <ul style="list-style-type: none"> • Compañía de taxis Yantzaza Amigo. • Compañía de taxis Taxeyan • Compañía de buses urbanos Urmasharo
Recomendaciones: Se recomienda llevar ropa y calzado cómodo, traje de baño y repelente.	

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Jhanela Cueva 2018

Para complementar la metodología del Ministerio de turismo del Ecuador (MINTUR) se utilizó el “Manual para diagnóstico turístico local, guía para planificadores” de Carla Ricaurte Quijano, se ha tomado en consideración este manual porque establece que los informantes clave permiten generar la referencia necesaria para empezar a planificar en determinada zona. Ricaurte (2009) menciona:

Para hacer el diagnóstico turístico, se aplica una sola ficha de demanda en la comunidad, de forma simultánea a la ficha de diagnóstico de comunidades. El motivo por el cual se recoge esta información por separado es que si el destino hace estadística turística ya no sería necesario aplicarla. La ficha de caracterización de la demanda recoge información mayormente cualitativa por medio de observación directa o preguntas a varios informantes clave.

Entre los datos que no deben faltar al hacer la caracterización de la demanda no debemos dejar de lado ninguno de los siguientes, según Ricaurte (2009):

- **Periodicidad y frecuencia de la visita turística:** Es decir, cuando (todos los días o fines de semana) y cada cuanto tiempo vienen los visitantes (feriados, temporadas o estaciones, visitas permanentes esporádicas).
- **Forma de viaje:** Si la demanda viaja de manera independiente o hace uso de agentes u operadores de viaje.
- **Origen de la demanda:** Se refiere al lugar habitual de residencia caracterizado en internacional, nacional y regional.
- **Motivos de visita y tiempo de estadía:** Con la finalidad de identificar intereses, así como diferenciar turistas de excursionistas.
- **Gasto promedio:** Promedio de gasto diario por el uso de servicios turísticos

La ficha de la demanda se la pudo realizar gracias al apoyo recibido por la: Ing Jhaely Esparza encargada del departamento de turismo y al Sr Bladimir Armijos alcalde del cantón Yantzaza (informantes clave), quienes aportaron sus conocimientos acerca del atractivo turístico. En la tabla no. 2 se puede observar la caracterización de la demanda.

Tabla 2. Ficha de Caracterización de la Demanda

FICHA DE CARACTERIZACION DE LA DEMANDA		
Preguntas	Informante 1	Informante 2
	Jhaely Esparza encargada del departamento de Turismo	Bladimir Armijos alcalde del cantón Yantzaza
1) Existe demanda turística hacia la comunidad. Puede contestar esta pregunta por observación directa.	Si <input checked="" type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>	Si <input checked="" type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>
2) La comunidad tiene una demanda diaria aproximada de (puede hacer un cálculo por observación directa o puede preguntar a un informante clave).	Visitantes de lunes a viernes <input checked="" type="checkbox"/> Visitantes los días sábado <input checked="" type="checkbox"/> Visitantes los días domingo <input checked="" type="checkbox"/> Visitantes los días de feriado <input checked="" type="checkbox"/>	Visitantes de lunes a viernes <input checked="" type="checkbox"/> Visitantes los días sábado <input checked="" type="checkbox"/> Visitantes los días domingo <input checked="" type="checkbox"/> Visitantes los días de feriado <input checked="" type="checkbox"/>
3) Frecuencia de la demanda que posee la comunidad (puede hacer un cálculo por observación directa o puede preguntar a un informante clave)	Permanente <input checked="" type="checkbox"/> (todo el año) Estacional <input type="checkbox"/> (solo por temporadas) Esporádica <input type="checkbox"/> (de vez en cuando) Inexistente <input type="checkbox"/>	Permanente <input checked="" type="checkbox"/> (todo el año) Estacional <input type="checkbox"/> (solo por temporadas) Esporádica <input type="checkbox"/> (de vez en cuando) Inexistente <input type="checkbox"/>
4) Forma de viaje marcar con una x la respuesta correcta: (preguntar a informantes clave)	Independiente <input checked="" type="checkbox"/> Organizado (paquetes tours) <input type="checkbox"/>	Independiente <input checked="" type="checkbox"/> Organizado (paquetes tours) <input type="checkbox"/>

5) Tipo de demanda que posee la comunidad (si dispone datos cuantitativos marque la respuesta en porcentajes si no puede marcar con x)	Con respecto al origen <ul style="list-style-type: none"> • Internacional <input type="checkbox"/> • Nacional <input checked="" type="checkbox"/> • Regional <input checked="" type="checkbox"/> Con respecto al tiempo de estadía <ul style="list-style-type: none"> • Turistas <input checked="" type="checkbox"/> • Excursionistas <input type="checkbox"/> 	Con respecto al origen <ul style="list-style-type: none"> • Internacional <input type="checkbox"/> • Nacional <input checked="" type="checkbox"/> • Regional <input checked="" type="checkbox"/> Con respecto al tiempo de estadía <ul style="list-style-type: none"> • Turistas <input checked="" type="checkbox"/> • Excursionistas <input type="checkbox"/>
6) El gasto promedio diario de los visitantes es: escribir la respuesta en dólares	<ul style="list-style-type: none"> • Turistas <input type="text" value="\$100"/> • Excursionistas <input type="text"/> 	<ul style="list-style-type: none"> • Turistas <input type="text" value="\$100"/> • Excursionistas <input type="text"/>
7) Los servicios turísticos que consumen los visitantes son: (si dispone datos cuantitativos marque la respuesta en porcentajes sí, no puede marcar con una x).	<ul style="list-style-type: none"> • Alojamiento <input checked="" type="checkbox"/> • restaurantes <input checked="" type="checkbox"/> • Kioscos de comida <input checked="" type="checkbox"/> • Bares <input checked="" type="checkbox"/> • Servicio de guianza local <input type="checkbox"/> • Otro <input type="checkbox"/> • Ninguno <input type="checkbox"/> 	<ul style="list-style-type: none"> • Alojamiento <input checked="" type="checkbox"/> • restaurantes <input checked="" type="checkbox"/> • Kioscos de comida <input checked="" type="checkbox"/> • Bares <input checked="" type="checkbox"/> • Servicio de guianza local <input type="checkbox"/> • Otro <input type="checkbox"/> • Ninguno <input type="checkbox"/>

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Jhanela Cueva 2018

Luego de haber utilizado todas las metodologías, técnicas y herramientas antes descritas se llegó al siguiente diagnóstico turístico

2.1 Diagnóstico turístico:

El Balneario la Molienda del sector Pita es un lugar propicio para realizar turismo, la demanda existente es de turistas nacionales y regionales, los cuales concurren al sitio turístico todos los días de la semana, constituyéndose en un flujo permanente.

Los servicios turísticos que más consumen los turistas se encuentran en la cabecera cantonal, entre ellos están: alojamiento, restaurante, kioscos de comida y bares, su gasto promedio es de \$50 dólares los turistas regionales y \$100 los nacionales, en cuanto a platos típicos cuenta con una variada gastronomía propia del sector destacando: la Chicha de yuca, chicha de chonta, caldo de corroncho, gusanos de seda, tilapia y ancas de rana.

El majestuoso lugar posee un ambiente tranquilo donde se puede disfrutar armoniosamente de sus atractivos turísticos como el balneario la Molienda que cuenta con una vista panorámica de vegetación, se puede disfrutar de sus aguas cristalinas y de la amabilidad de sus habitantes, los cuales se dedican a la comercialización de derivados de la caña de azúcar como panela, bocadillos y miel; esta actividad les permite generar ingresos para sus familias.

Yantzaza es reconocida como la capital económica, comercial y turística de la provincia de Zamora Chinchipe, se caracteriza por la calidad de su gente, la variedad de flora y fauna hace de este sitio un lugar tranquilo e interesante para propios y visitantes, sus pueblos ancestrales, se han constituido en estos últimos años como un gran atrayente de turistas que se dan cita en este lugar, además los atractivos turísticos cuentan con facilidad de acceso.

Todos estos atributos lo han convertido a Yantzaza en un sitio con potencial turístico que se fortalece y crece cada día más.

Para realizar el diagnóstico ambiental se caracterizó tanto el medio físico, biótico, socioeconómico y cultural como lo estipula el Manual de Gestión Ambiental de (Municipios del Salvador, S/f), en la tabla No. 3 se presenta la información correspondiente.

Tabla 3. Diagnóstico Ambiental

DIAGNOSTICO AMBIENTAL	
<p>Medio físico: climatología , meteorología, calidad del aire ambiente , ruido, geología, geomorfología, suelos, hidrología, paisaje natural.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • El Cantón Yantzaza, posee un clima cálido – húmedo. • Se origina por el ascenso convencional del aire y a la evapotranspiración de la selva Amazónica. • Presenta precipitaciones durante todo el año. • Temperatura uniforme 25° C en promedio y un alto porcentaje de humedad relativa 90%. • Hidrografía general del cantón: cuenta con sus cuencas y sub cuencas de agua. • Geomorfología es extensa y constituye la terminación occidental de la gran llanura amazónica. • Se caracteriza por una repartición bastante simple de los conjuntos de relieve. • La cobertura vegetal posee bosque, pastizales, cultivos, infraestructura urbana, cuerpos de agua. • Suelo amarillento, limo arcilloso, es muy fértil, utilizado para cultivo de pastos y productos agrícolas de ciclo corto.
<p>Medio biótico: identificación de ecosistemas terrestres, fauna y flora.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Relieve irregular y una altitud variable. • Hábitats diversos, partiendo desde los páramos con sus humedales, atravesando el bosque nublado y descendiendo hasta zonas bajas. • Estas características han influido en el desarrollo de una rica biodiversidad de especies, ecosistemas y altos niveles de endemismo. • Flora: Guayacán, Cedro, Almendro, Laurel, Romerillo, árboles frutales como: guabas, membrillos. Además de la variedad de flores exóticas como las orquídeas, en el atractivo turístico la especie de madera que más predomina es el Guayacán. • Fauna: venados, armadillos, patos, yamalas, guatusas y aves como pájaros, loros, ajilas etc.

<p>Medio socioeconómico y cultural: aspectos demográficos, condiciones de vida, estratificación social, caracterización cultural y étnica, conflictos sociales.</p>	<p>Yantzaza es la segunda ciudad más poblada de la provincia de Zamora Chinchipe posee alrededor 18 647 habitantes que equivalen al 20.44% de la población de la provincia.</p> <p>La gente del sector se dedica a la agricultura a sembrar caña, yuca, papaya, plátanos, cacao, café, ganadería y a criar tilapias para su comercialización además su otro sustento de vida es las molindas ya que se dedican a sacar los derivados de la caña azúcar como: panela, miel de caña, bocadillos y guarapo, en el sector Pita viven alrededor de 30 a 40 familias de etnias como Saraguro, mestizos y shuar.</p>
--	---

*Fuente: Trabajo de campo
Elaboración: Jhanela Cueva 2018*

2.2 Diagnóstico ambiental:

Yantzaza es la capital económica y comercial de la provincia de Zamora Chinchipe se encuentra atravesado por el río Zamora, donde se puede observar la vegetación natural mediante recorridos en bote aguas arriba y abajo, es un lugar propicio para la fotografía.

En la parroquia Los Encuentros existen minas de oro y cobre que son comercializados nacional e internacionalmente dejando divisas para el cantón Yantzaza.

Los habitantes de la zona reciben capacitaciones por técnicos del GAD del cantón Yantzaza sobre el manejo de residuos sólidos para que aprovechen la basura orgánica e inorgánica, el sector trabaja en el proceso de compostaje domiciliario por el método Takakura en caja (tipo de compost que utiliza microorganismos que descomponen los residuos orgánicos y lo hace en menor tiempo, para su elaboración necesita espacios pequeños, no produce olores por lo que es factible aplicarse en un sector urbano.) y el reciclaje de la basura inorgánica clasificando por lo que puede ser aprovechable, estos

métodos han sido muy beneficiosos ya que les genera ingresos y mejora la calidad de vida de los habitantes previniendo la contaminación ambiental del atractivo turístico, cuentan con energía hidráulica o térmica, esta energía eléctrica se genera aprovechando el caudal de los ríos o el calor contenido en los combustibles, es generada por la compañía EERSSA (Empresa Eléctrica Regional del Sur S. A.) mediante cables ubicados en postes.

Cuenta con una planta de agua potable compacta con filtros automatizados con retro lavado, y sistema de cloración que no necesita de energía eléctrica para su funcionamiento, dos captaciones, un desarenador, once tanques rompe presiones y la línea de distribución con una longitud de 7 kilómetros aproximadamente. De esta manera se evitará la contaminación del río Zamora y quebrada Pita, donde actualmente descargan las aguas hervidas de la ciudad; se asegura que con la planta moderna de agua se evita los malos olores y se mejora la calidad de vida de cerca de 30 a 40 familias que viven en sector.

Los problemas mitigantes en el atractivo son:

- Contaminación del agua por habitantes del cantón que llegan a lavar sus autos en el atractivo esto causa molestias a los habitantes ya que dejan contaminando el agua de aceites de hidrocarburos que son perjudiciales ya que amenazan la vida de las especies acuáticas causando la extinción.
- Se talan especies de árboles maderables, esto produce una degradación del bosque y el ecosistema dejando el área y el suelo frágil, con riesgo de deslizamiento y causando la migración y por consiguiente la extinción de la flora y la fauna existente.
- Contaminación por residuos de basura.

Es importante tomar en cuenta las normativas que de acuerdo a la (LEY DE GESTION AMBIENTAL, 2012) se deben cumplir para evitar sanciones, las cuales están detalladas en el Anexo No. 4

Capítulo III

Identificar las estrategias para poner en valor el Balneario.

Para la identificación de las estrategias, se utilizó la herramienta del FODA, esta matriz permite identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas. En este trabajo de investigación se utilizó la Matriz del FODA estratégico, la que se constituye en: “el cruce de variables con la finalidad de usar las fortalezas para aprovechar las oportunidades y evitar amenazas, disminuir debilidades para aprovechar las oportunidades y evitar amenazas” (Jiménez, Macas, Sánchez, 2012) a continuación se observa cada uno de los factores externos e internos identificados en la matriz (tabla 4).

Tabla 4. Análisis FODA del atractivo turístico Balneario La Molienda del cantón Yantzaza

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	DEBILIDADES	AMENAZAS
F1. El atractivo que posee el cantón Yantzaza es de gran valor turístico puesto que se conjuga la naturaleza, historia y la cultura.	O1. Los feriados constituidos como puente vacacional por el estado que posibilitan la visita de los turistas al atractivo.	D1. Falta de un centro de información turística.	A1. Poca conciencia ambiental por parte de turistas para el cuidado y mantenimiento de los recursos naturales.
F2. Actividades turísticas: Turismo de aventura, ecoturismo, turismo de salud, turismo de esparcimiento.	O2. Crecimiento del ecoturismo a nivel local para aprovechar visitando los sitios naturales	D2. Falta de operadores turísticos desarrollen paquetes turísticos que incluyan al atractivo.	A2. Presencia de fuertes lluvias que ocasionan derrumbes en época de invierno en los meses de enero a mayo.
F3. Su temperatura oscila entre 22.5 grados hace que su clima sea muy favorable para	O3. Existencia de Diversas actividades turísticas en la actualidad	D3. Falta de señalética turística.	A3. Contaminación y pérdida de la biodiversidad.

recorrer todos sus parajes.				
F4. Balneario natural con frecuentes visitantes	O4. El GAD cantonal con disposición de invertir en el sector turístico.	D4. Difícil acceso al de las atractivo en época de invierno.	A4. Desconocimiento de las ventajas del turismo sostenible.	
F5. Diversidad de flora y fauna	O5. Uso de nuevas tecnologías para dar a conocer los recursos	D5. No existe cobertura para telefonía celular.	A5. Desinterés por parte de los habitantes del cantón Yantzaza debido a que desconocen el atractivo.	
F6. Existencia de tres etnias en la zona como: Shuar, Saraguro y Mestizos	O6. Interés por parte de la academia para apoyar la actividad turística.	D6. Falta de guías especializados o de la zona.	A6. La competencia con atractivos de cantones o provincias vecinas.	

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Jhanela Cueva 2018

Luego de haber realizado la matriz FODA se elaboró la matriz de confrontación, la misma que permite vincular las amenazas y oportunidades con las debilidades y fortalezas según la relación que existe entre ellas (Universidad de Cantabria, 2014)

La escala utilizada para puntuar las relaciones existentes fue la siguiente:

- Relación alta 10
- Relación media 5
- Relación baja 1
- Sin relación 0

La priorización de las variables en la matriz de confrontación dio como resultado los siguientes cruces Fortalezas – Oportunidades (FO), Debilidades – Amenazas (DA), Fortalezas – Amenazas (FA), Debilidades – Oportunidades (DO) y para la comparación de factores internos y externos, las preguntas que se utilizaron como pauta fueron:

- Si acentuó la fortaleza, ¿puedo aprovechar mejor la oportunidad? ¿En qué medida?
- Si supero la debilidad, ¿puedo aprovechar mejor la oportunidad? ¿En qué medida?
- Si acentuó la fortaleza, ¿estoy minimizando la amenaza? ¿En qué medida?
- Si supero la debilidad, ¿minimizo la amenaza? ¿En qué medida?

A continuación, se muestra la matriz de confrontación con los resultados obtenidos:

Tabla 5. Factores Externos

MATRIZ DE CONFRONTACIÓN			FACTORES EXTERNOS														Σ		Total
			OPORTUNIDADES							AMENAZAS									
			O1	O2	O3	O4	O5	O6	Σ	A1	A2	A3	A4	A5	A6	Σ			
FACTORES INTERNOS	FORTALEZAS	F1	10	10	5	10	5	5	45	10	5	1	1	1	5	23	68		
		F2	5	10	10	5	10	10	50	5	1	1	1	5	5	18	68		
		F3	10	10	10	0	1	10	41	0	5	0	0	0	5	10	51		
		F4	10	10	5	5	5	5	40	5	5	5	1	5	5	26	66		
		F5	5	10	10	5	5	10	45	10	1	10	5	1	5	32	77		
		F6	10	10	10	5	1	10	46	5	5	5	5	5	1	26	72		
		Σ	50	60	50	30	27	50		35	22	22	13	17	26				
		DEBILIDADES	D1	5	5	10	10	10	5	45	0	5	1	1	5	10	22	67	
	D2		5	10	5	5	5	10	40	5	5	1	10	1	5	27	67		
	D3		10	10	10	10	1	5	46	10	0	10	1	0	10	31	77		
	D4		10	10	5	0	5	10	40	0	0	0	0	1	5	6	46		
	D5		0	0	1	5	10	1	17	1	0	1	1	1	5	9	26		
D6	5		10	10	1	5	10	41	5	0	1	1	1	5	13	54			
	Σ	35	45	41	31	36	41		21	10	14	14	9	40					
	Total	85	105	91	61	63	91		56	32	36	27	26	62					

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Jhanela Cueva 2018

Al realizar la suma de todos los valores, se obtuvo el orden en que se debe actuar para lograr la superación de debilidades y el aprovechamiento de las fortalezas, disminuyendo las amenazas y utilizando las oportunidades a favor.

De acuerdo al puntaje más alto de los totales de cada factor, se procede a ordenar de mayor a menor en la tabla número 6.

Tabla 6. Orden de actuación de las variables

Factor	Puntaje	Variable
Debilidades	77	Falta de señalética turística.
	67	Falta de un centro de información turística.
	67	Falta de operadores turísticos que puedan ofertar paquetes turísticos que incluyan el atractivo.
	54	Falta de guías especializados o de la zona.
	46	Difícil acceso al atractivo en época de invierno.
	26	No existe cobertura para telefonía celular.
Fortalezas:	77	Diversidad de flora y fauna.
	72	Existencia de tres etnias en la zona como: Shuar, Saraguro y Mestizos.
	68	El atractivo que posee el cantón Yantzaza es de gran valor turístico puesto que se conjuga la naturaleza, historia y la cultura.
	68	Actividades turísticas: turismo de aventura, ecoturismo, turismo de salud, turismo de esparcimiento.
	66	Balneario natural con frecuentes visitantes.
	51	Su temperatura oscila entre 22.5 grados hace que su clima sea muy favorable para recorrer todos sus parajes.
Oportunidades:	105	Crecimiento del ecoturismo a nivel local para motivar el desplazamiento de los visitantes hacia los sitios naturales
	91	Existencia de Diversas actividades turísticas en la actualidad.
	91	Interés de la academia para apoyar la actividad turística.

	85	Los feriados constituídos como puente vacacional por el estado que posibilitan la visita de los turistas al atractivo.
	63	Uso de nuevas tecnologías para dar a conocer los recursos.
	61	El GAD cantonal con disposición de invertir en el sector de la zona.
Amenazas:	62	La competencia con atractivos de cantones o provincias vecinas.
	56	Poca conciencia ambiental por parte de turistas para el cuidado y mantenimiento de los recursos naturales.
	36	Contaminación y pérdida de la biodiversidad.
	32	Presencia de fuertes lluvias que ocasionan derrumbes en época de invierno en los meses de enero a mayo.
	27	Desconocimiento de las ventajas del turismo sostenible.
	26	Desinterés por parte de los habitantes del cantón Yantzaza debido a que desconocen el atractivo.

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Jhanela Cueva 2018

Dando como resultado las estrategias a implementar para poner en valor el “Balneario la Molienda del cantón Yantzaza” las mismas que se encuentran descritas en la tabla No. 7 con su respectivo objetivo, donde se han tomado en consideración cada uno de los factores previamente analizados.

Tabla 7. Estrategias identificadas

No.	Estrategia	Objetivo
1.	Implementar señalética turística y estipular multas a quienes no cumplan con la normativa de medio ambiente.	Controlar la contaminación del agua y áreas de biodiversidad de la zona.
2.	Establecer mediante ordenanza municipal que estos bosques sean zonas intangibles.	Minimizar la tala de especies maderables.
3.	Dictar charlas preventivas y colocar basureros ecológicos.	Clasificar los residuos en el atractivo turístico.
4.	Crear un centro de información turística en Yantzaza.	Dar a conocer al público y a los operadores turísticos los atractivos existentes en la zona.
5.	Solicitar red de telefonía celular al GAD cantonal.	Promocionar el atractivo y así obtener el apoyo de la academia para el desarrollo de la actividad turística en la zona.
6.	Crear una cuenta en cada una de las redes sociales más usadas.	Dar a conocer a los turistas extranjeros, nacionales y locales la existencia de las etnias Shuar, Saraguro y Mestizo en el atractivo
7.	Desarrollar un plan de Marketing turístico destacando el carácter natural del atractivo.	Difundir las actividades turísticas como deportes extremos, turismo de aventura, ecoturismo, turismo de salud, turismo de esparcimiento que se pueden realizar en el atractivo turístico.
8.	Realizar un Fam trip a través del centro de información turística.	Promocionar con operadores de la zona 7, coordinador zonal de turismo, hoteles y restaurantes el balneario natura y su biodiversidad

9.	Ejecutar el primer festival de carnaval cultural en el atractivo Balneario la Molienda del cantón Yantzaza	Aprovechar los feriados constituidos como puente vacacional por el estado.
10.	Establecer convenios de colaboración institucional con la academia	Capacitar mediante charlas sobre los temas de contaminación, conciencia ambiental y pérdida de la biodiversidad.
11.	Realizar concursos de fotografía del atractivo turístico, actividades y personas que visitan el lugar.	Usar las nuevas tecnologías para difundir el atractivo turístico.
12.	Elaborar un plan de desarrollo turístico o plan de manejo del atractivo y la zona.	Incentivar la inversión del GAD cantonal de Yantzaza.

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Jhanela Cueva 2018

Una de las principales estrategias a implementar es la propuesta de señalética, la misma que ha sido tomada en cuenta como un objetivo de este trabajo de investigación. En el siguiente capítulo se describe las acciones a considerar.

Capítulo IV

Elaborar la propuesta de señalética turística del Balneario.

En el siguiente capítulo se describe la propuesta que se debería considerar para lograr dar un mayor valor al atractivo “Balneario La Molienda del cantón Yantzaza” tomando como base metodológica el Manual de Señalética Turística del Ecuador (2014). Según el (Ministerio de Turismo , 2011)

“La señalización es la parte de la ciencia de la comunicación visual que estudia las relaciones funcionales entre los signos de orientación en el espacio y el comportamiento de los individuos. Es de carácter “autodidáctico”, entendiéndose éste como modo de relación entre los individuos y su entorno. Se aplica al servicio de los individuos, a su orientación en un espacio, a un lugar determinado, para la mejor y la más rápida accesibilidad a los servicios requeridos y para una mayor seguridad en los desplazamientos y las acciones”.

Es importante recalcar el valor que la señalética otorga a un atractivo, debido a que permite al visitante o turistas disfrutar más de la experiencia que se presta a vivir, puesto que ayuda a interpretar de una mejor forma el escenario natural al que se visita, ya que la misma “estudia el empleo de signos gráficos para orientar el flujo de las personas en un espacio determinado, e informar de los servicios de que disponen; los identifica y regula, para una mejor y más rápida accesibilidad a ellos; y para una mayor seguridad en sus desplazamientos y acciones”. (Ministerio de Turismo , 2011).

Según el Manual de señalética turística del Ministerio de Turismo del Ecuador (MINTUR) se deben tomar en cuenta cada una de las características que debe cumplir, entre ellas se destacan que:

- Es un sistema optativo de acciones.
- Las necesidades particulares determinan el sistema, el sistema debe ser creado o adaptado en cada caso particular.
- Las señales son consecuencia de los problemas específicos.

- Las señales deben ser normalizadas y homologadas por el diseñador del programa y producidas especialmente.
- Se supedita a las características del entorno.
- Aporta factores de identidad y diferenciación.
- Refuerza la imagen pública. Se prolonga en los programas de identidad más amplios.

4.1 Componentes Gráficos

A continuación, se explica los componentes gráficos utilizados para la señalética turística propuesta.

4.1.1 Colores para la señalética turística

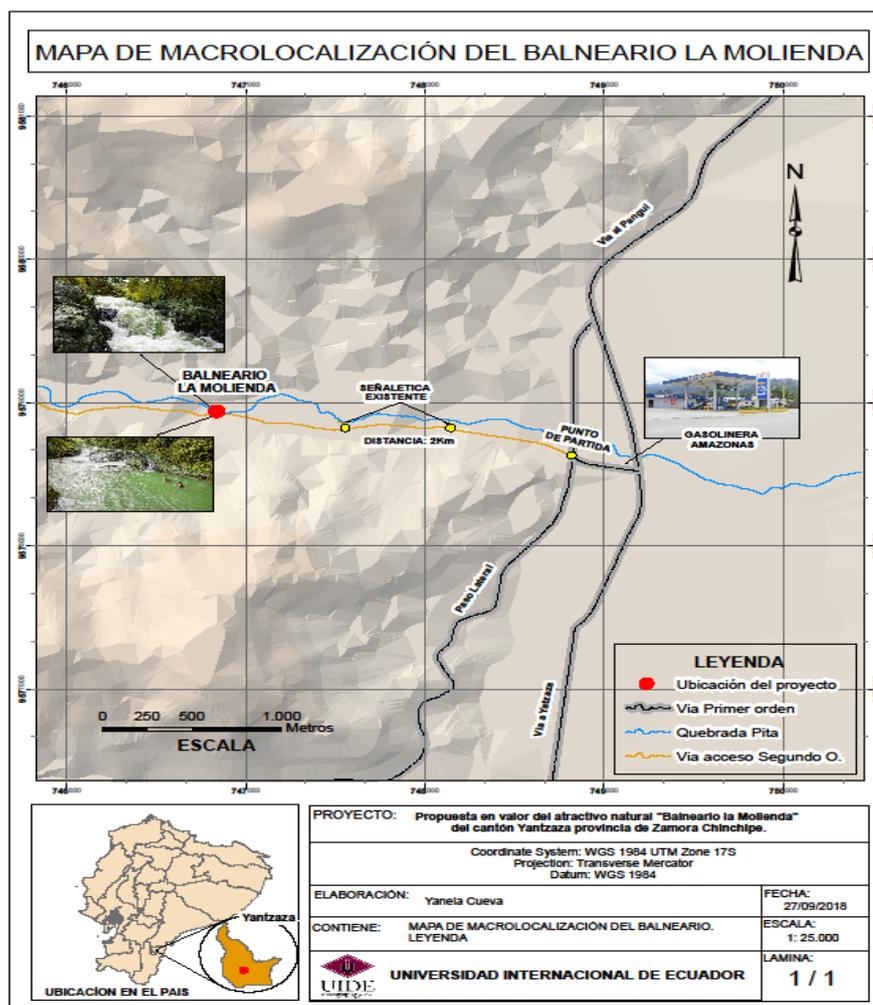
- **Negro.** - Se usa como color de símbolos, leyenda y flechas para las señales que tienen fondo blanco, amarillo, verde limón y naranja, en marcas de peligro, además se utiliza para leyenda y fondo en señales de direccionamiento de vías.
- **Blanco.** - Se usa como color de fondo para la mayoría de señales regulatorias, delineadores de rutas, nomenclatura de calles y señales informativas; y, en las señales que tienen fondo verde, azul, negro, rojo o café, como un color de leyendas, símbolos como flechas y orlas.
- **Amarillo.** - Se usa como color de fondo para señales preventivas, señales complementarias de velocidad, distancias y leyendas, señales de riesgo, además en señales especiales delineadoras.
- **Verde.** - Se usa como color de fondo para las señales informativas de destino, peajes control de pesos y riesgo; también se utiliza como color de leyenda, símbolo y flechas para señales de estacionamientos no tarifados con o sin límite de tiempo.
- **Azul.** - Se usa como color de fondo para las señales informativas de servicio; también, como color de leyenda y orla en señales direccionales de las mismas, y en señales de estacionamiento en zonas tarifadas, (En paradas de bus esta señal tiene el carácter de regulatoria).

- **Café.** - Se usa como color de fondo para señales informativas turísticas y ambientales.

Es por eso que los diseños escogidos para utilizar en la señalética del “Balneario La Molienda” han sido elaborados en base a estos requerimientos, respetando los componentes gráficos como colores, ubicación, el reglamento técnico de señalización y la normativa técnica de aplicación tipográfica para rotulación de letreros y señales turísticas (Anexo 5 y 6 respectivamente).

A continuación, se puede observar en el gráfico No.6 el mapa de macro localización del atractivo con la señalética que hay en la actualidad, donde se evidencia la falta de la misma, y el mal estado en que se encuentra la existente.

Gráfico 6. Mapa de Macrolocalización del Balneario la Molienda



Fuente: Trabajo de campo
Elaboración: Jhanela Cueva 2018

Como parte de la propuesta se han identificado los sitios estratégicos en donde se debe colocar la señalética ya sea esta informativa de destino (verde), informativas de servicios, actividades turísticas, apoyo a servicios turísticos (azul), o pictogramas de atractivos naturales y culturales (café); con orla y letras blancas.

En las siguientes imágenes se realiza una comparativa entre la señalética actual y la propuesta, para evidenciar de mejor manera los cambios que se han considerado para poner en valor el atractivo, considerando lo estipulado en el Manual de señalética turística (Ministerio de Turismo , 2011).

Estos elementos se colocarán a lo largo de la vía, en lugares que garanticen buena visibilidad y no confundan al visitante o turista. Las señales publicitarias deben cumplir con el Acuerdo Ministerial del MTOP 2008. Un avance de indicación de un atractivo, servicio o destino turístico debe normalmente darse, colocando una señal de aproximación o ejecutiva de destino sobre el lado derecho de la vía, no menos de 300 m antes del mismo, indicando la proximidad al sitio de interés turístico y los contenidos de los mensajes son variables y éstos dependerán de las condiciones particulares de cada vía, del atractivo o destino y del lugar a ubicarse”.

Es así que el primer cambio a realizar en la zona sería el que se muestra en el gráfico No. 7 que representa el primer punto de orientación para dirigirse hacia el atractivo.

Gráfico 7. Primera señal de orientación



*Fuente: Trabajo de campo
Elaboración: Jhanela Cueva 2018*

En el siguiente gráfico nro. 8 se muestra el segundo y tercer punto de orientación con la distancia que existe entre el mismo y el atractivo expresada en kilómetros.

Gráfico 8. Segundo y tercer punto de orientación.

ESTADO ACTUAL
HOSTERIA PLAYA VERDE



PROPUESTA
HOSTERIA PLAYA VERDE



ESTADO ACTUAL
Y PUENTE CARROSABLE



PROPUESTA
Y PUENTE CARROSABLE



*Fuente: Trabajo de campo
Elaboración: Jhanela Cueva 2018*

A continuación, se tomó como referencia dos puntos más que permitan identificar la ubicación exacta del atractivo dentro de la vía que lleva hacia el mismo, destacando la señalética que indica que se ha llegado al sitio. (gráfico nro.9) así como menciona el Manual de señalética turística “Se deberá proveer de una señal confirmativa al ingreso o junto al atractivo o servicio turístico” (Ministerio de Turismo , 2011)

Gráfico 9. Cuarto y quinto punto de orientación.



*Fuente: Trabajo de campo
Elaboración: Jhanela Cueva 2018*

En el gráfico 10 se muestra los dos puntos donde se va ubicar la señalética turística dentro del atractivo en el cual se especifica las restricciones y actividades turísticas que se pueden realizar como rafting, kayak y observación de flora.

Gráfico 10. Sexto y séptimo punto de orientación.



*Fuente: Trabajo de campo
Elaboración: Jhanela Cueva 2018*

A continuación, se muestra en gráfico nro.11 el punto octavo y noveno correspondientes a la señalética interna donde se puede observar las actividades y deportes que se realizan en la zona como ciclismo, vista panorámica, picnic y no arrojar basura en el área.

Gráfico 11. Octavo y noveno punto de orientación

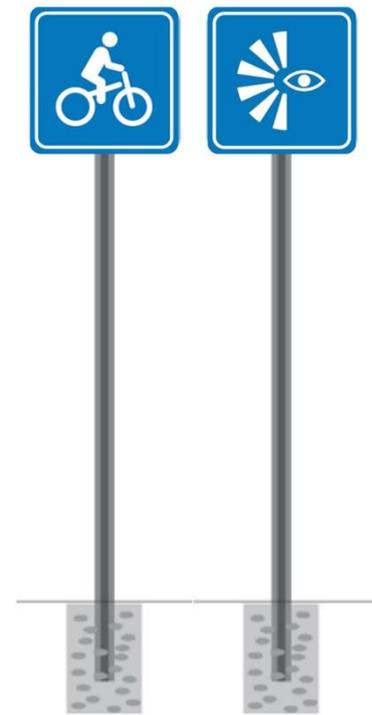
ESTADO ACTUAL
BALNEARIO



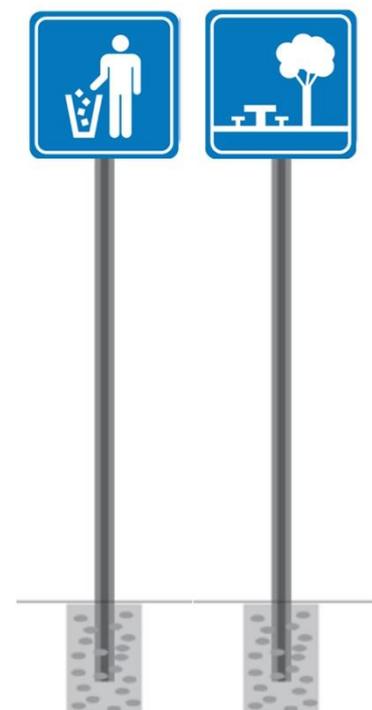
ESTADO ACTUAL
BALNEARIO



PROPUESTA
BALNEARIO



PROPUESTA
BALNEARIO



*Fuente: Trabajo de campo
Elaboración: Jhanela Cueva 2018*

En el siguiente gráfico se muestra la señalética interna preventiva del décimo y onceavo punto de orientación del atractivo como lo son: el sendero, bosque, no recolectar flora y fauna y no encender fogatas.

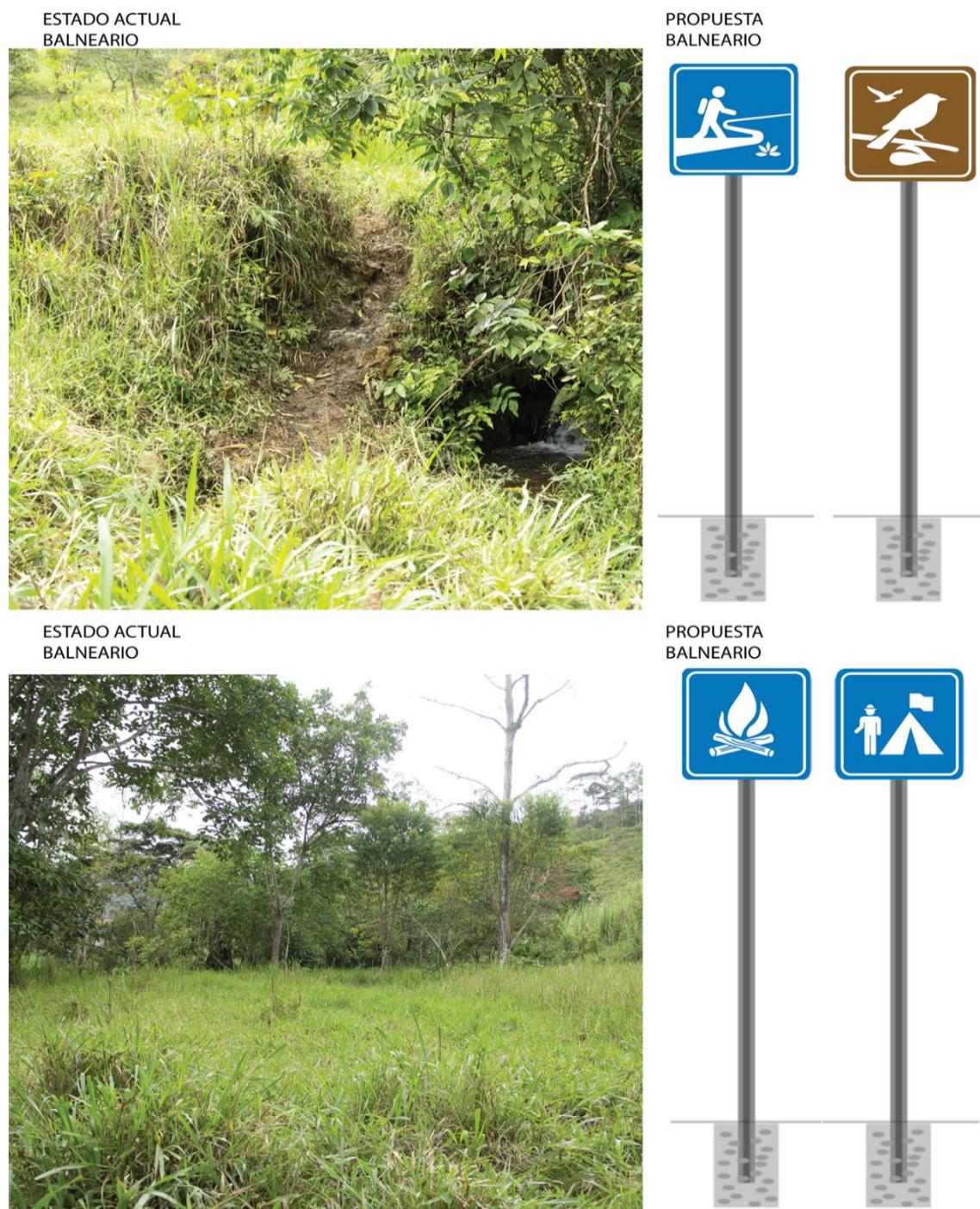
Gráfico 12. Décimo y onceavo punto de orientación



Fuente: Trabajo de campo
Elaboración: Jhanela Cueva 2018

A continuación, se muestra el punto décimo segundo y décimo tercero de la señalética donde se explica lo que se puede realizar dentro del atractivo como: sendero, observación de aves, áreas para hacer fogatas y camping.

Gráfico 13. Décimo segundo y décimo tercer punto de orientación.

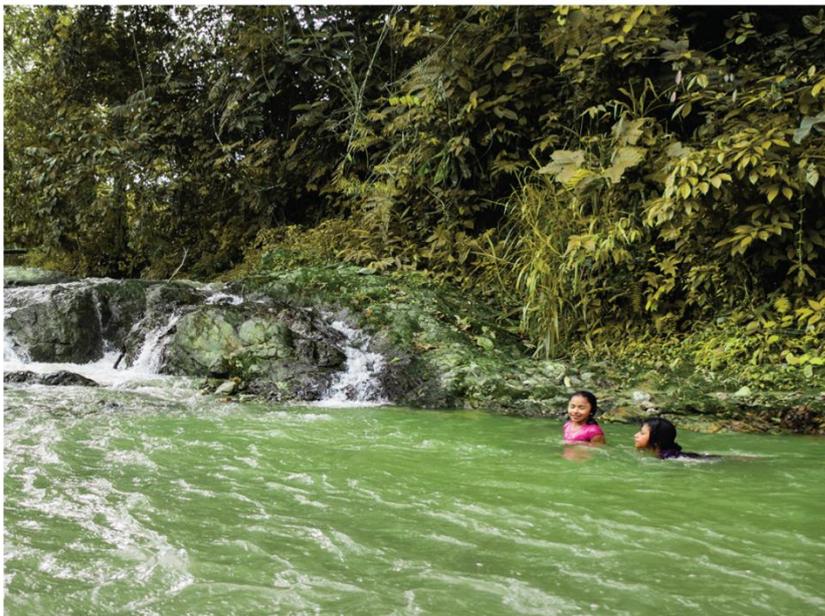


Fuente: Trabajo de campo
Elaboración: Jhanela Cueva 2018

El gráfico nro. 14 muestra los últimos dos puntos de la señalética como: no cazar, no arrojar basura y aguas tranquilas para realizar natación con niños y adultos.

Gráfico 14. Décimo cuarto y décimo quinto punto de orientación.

ESTADO ACTUAL
BALNEARIO



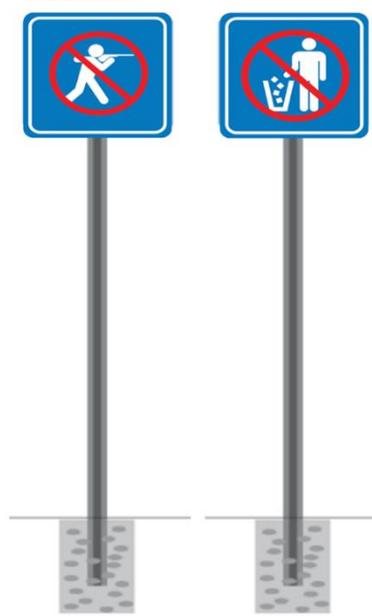
PROPUESTA
BALNEARIO



ESTADO ACTUAL
BALNEARIO



PROPUESTA
BALNEARIO

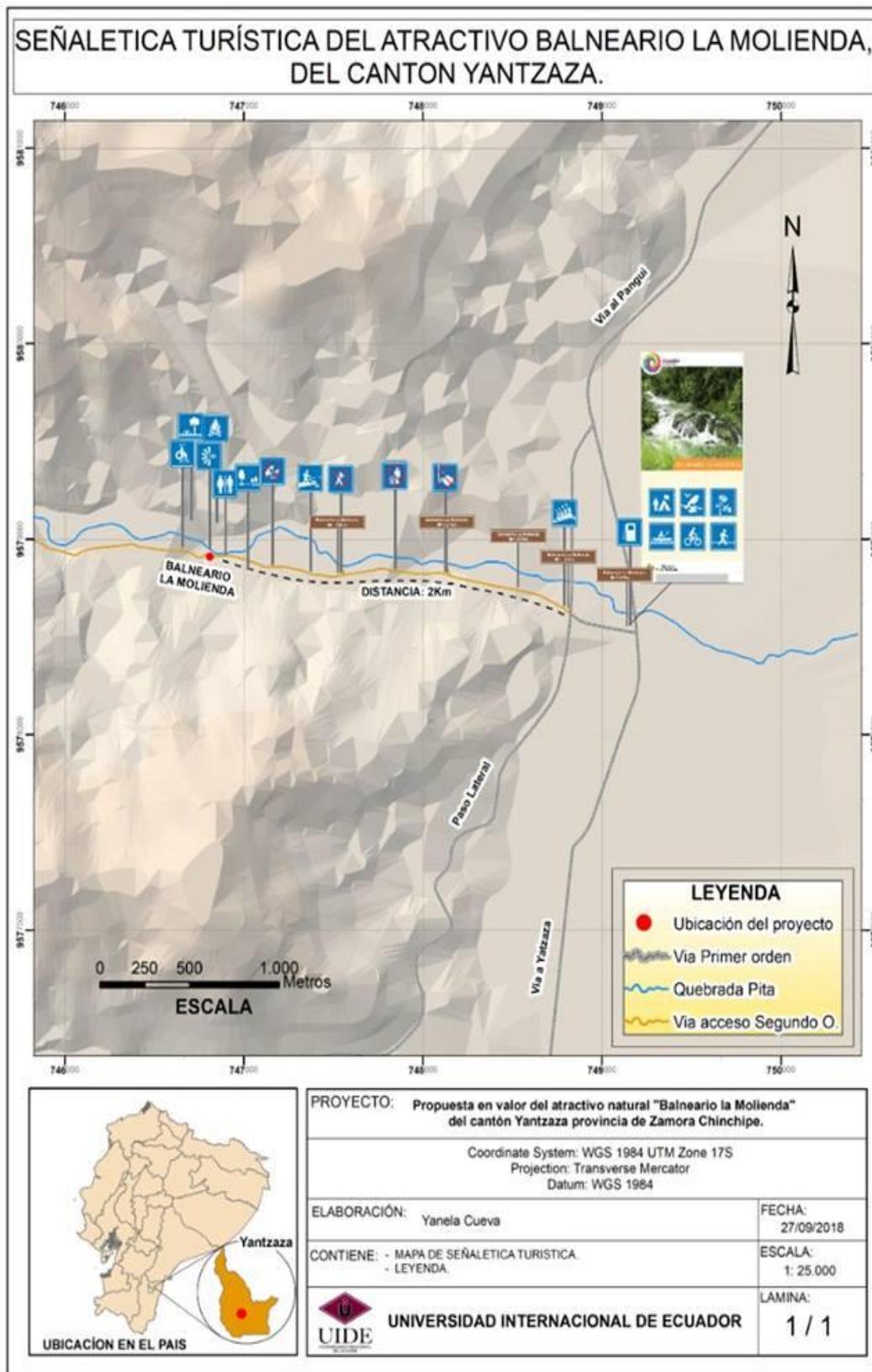


Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Jhanela Cueva 2018

A continuación, se puede observar en el gráfico 15 la señalización en la vía y dentro del atractivo turístico con las respectivas distancias expresadas en kilómetros, mostrando la totalidad de la propuesta de señalización en el Balneario La Molienda.

Gráfico 15. Señalización en la vía y del atractivo turístico.



Fuente: Trabajo de campo
Elaboración: Jhanela Cueva 2018

Gráfico 17. Vista panorámica del Balneario la Molienda



*Fuente: Trabajo de campo
Elaboración: Jhanela Cueva 2018*

Gráfico 18. Área de parking de vehículos



*Fuente: Trabajo de campo
Elaboración: Jhanela Cueva 2018*

Gráfico 19. Área de Juegos

*Fuente: Trabajo de campo
Elaboración: Jhanela Cueva 2018*

Gráfico 20. Área de Picnic

*Fuente: Trabajo de campo
Elaboración: Jhanela Cueva 2018*

Gráfico 21. Área de Restaurante



*Fuente: Trabajo de campo
Elaboración: Jhanela Cueva 2018*

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones:

- Se determinó que se puede generar el desarrollo de la actividad turística del Balneario la Molienda del cantón Yantzaza mediante la implementación de las estrategias turísticas que se presentan en este trabajo de investigación, ya que permiten la creación de diferentes alternativas de recreación al turista, buscando satisfacer sus expectativas.
- Mediante el diagnóstico turístico y ambiental realizado en el Balneario la Molienda se determina que el atractivo se encuentra en estado conservado, pues es un lugar que no ha sido explotado con fines turísticos aún y además en el factor ambiente si se toma en consideración las estrategias planteadas relacionadas a la reducción del impacto se podrá generar desarrollo turístico sostenible.
- Debido a la falta de organización por parte del gobierno local y autoridades vinculadas al sector turístico, así como también el desinterés de las personas involucradas en la actividad turística y hotelera no ha sido evidenciado la importancia que tiene promocionar este atractivo turístico y así poder dar a conocer al turismo local, nacional y extranjero de esta opción de destino.
- La propuesta de señalética elaborada para el Balneario permite tener una visión mucho más amplia de lo que se puede desarrollar en la zona, teniendo en consideración que se ha elaborado planos y croquis que permiten visualizar cada una de las áreas a implementar en el Balneario La Molienda.
- Con la propuesta generada en el transcurso de esta investigación se aportará para que el turismo sea un eje dinamizador que contribuya con el progreso y la economía del cantón Yantzaza a través de la generación de fuentes de empleo desde el momento de la implementación de la infraestructura aquí mencionada y posteriormente cuando el atractivo en mención esté en funcionamiento.

5.2 Recomendaciones

- Se recomienda al Gad municipal del cantón Yantzaza la creación de señalética turística para de esta manera generar el desarrollo turístico del cantón con una correcta promoción y difusión de la actividad turística en el sector.
- Hacer uso apropiado de la información recolectada del atractivo turístico ya que la misma es útil, creíble, confiable y actualizada.
- Realizar eventos, conferencias turísticas culturales y gastronómicas que den a conocer el atractivo turístico y al cantón Yantzaza para así alcanzar un buen posicionamiento turístico a nivel local, nacional y extranjero.
- Se recomienda a la unidad de turismo junto con el GAD municipal realizar campañas de turismo local, para incentivar las visitas en la zona.

5. Bibliografía

- Acuña, B. P. (2015). La observación como herramienta científica . En *La observación como herramienta científica* (págs. 12-30). España : ACCI.
- Bernier, E. T. (2006). Estructura de mercados turísticos . En E. T. Bernier, *Estructura de mercados turísticos* (págs. 27-30). Chile : Editorial UOC.
- Capovilla, H. Q. (2010). Hotelería y turismo manual de administración hotelera . En H. Q. Capovilla, *Hotelería y turismo manual de administración hotelera* (págs. 20-30). España: Ediciones Daly s.l.
- López, C. A. (2006). Ecología y Ambiente. En C. A. López, *Ecología y Ambiente* (pág. 7). CODEU, Tecnología Educativa.
- López, C. A. (2006). Ecología y Ambiente. En C. A. López, *Ecología y Ambiente* (pág. 7). CODEU, Tecnología Educativa.
- Molina, S. (2006). Turismo y Ecología. En S. Molina, *Turismo y Ecología* (pág. 29). Mexico: 2006, Editorial Trillas, S.A. de C. V.
- Monreal, J. L. (2005). Enciclopedia oceano de la Ecología. En J. L. Monreal, *Enciclopedia oceano de la Ecología* (pág. 10). España: MCMXCV OCEANO GRUPO EDITORIAL, S.A.
- Oxinalde, M. d. (1994). *Nuevas formas de turismo en el espacio rural* . Barcelona : Bosch, Casa Editorial, S,A.
- Paez, G. (1964). Métodos de investigación . En *Métodos de investigación* (págs. 2-5). costa RICA: S. A disciplina Zootecnica.
- Raya, J. M. (2007). *Turismo, Hotelería , y Restaurantes*. España: LEXUS EDITORES, LIMA- PERÚ.
- Romero, A. A. (s.f.). Contaminación Ambiental . En A. A. Romero, *Contaminación Ambiental* (pág. 13). Mexico: Trillas , S.A.de C.V.
- Romero, A. C. (2013). Metodología integral innovadora para planes y tesis . En *Metodología integral innovadora para planes y tesis* (págs. 83- 84). México : D.R.2014 por Cengage Learning Editores, S.A. de C.V., .
- Urbano, J. Y. (2006). Técnicas para investigar y formular proyectos de investigación . En *Técnicas para investigar y formular proyectos de investigación* (págs. 7-18). Argentina : brujas Edicion 2 .
- Utpl. (2014). *rutas* . loja : ediloja .

- Velandia, M. S. (2011). *Ecología y Medio Ambiente* . Colombia: Zamora Editores SAS,2011.
- X., S. Z. (1997). Guía para elaborar tesis . En S. Z. X., *Guía para elaborar tesis* (págs. 37-38-39-40). México : Mc GRAW-HILL INTERAMERICANA DE MÉXICO, S.A. de C.V.

7.1 Webgrafía

- Asenjo, P. F. (8 de 09 de 2010). *Indicadores de capacidad de carga del turismo* . Obtenido de Indicadores de capacidad de carga del turismo : <http://www.eumed.net/rev/turydes/08/fapm.htm>
- Carretòn, A. (18 de 01 de 2017). *Puesta en valor del patrimonio cultural* . Obtenido de Puesta en valor del patrimonio cultural : <http://www.patrimoniointeligente.com/la-puesta-en-valor-del-patrimonio-cultural/>
- Cembranos, E. (26 de 02 de 2013). *Diagnostico Ambiental* . Obtenido de Diagnostico Ambiental : <http://erreese.com/gestion-ambiental/para-que-sirve-un-diagnostico-ambiental/>
- Darwin. (19 de 06 de 2014). *Historia del cantòn Yantzaza*. Obtenido de Historia del cantòn Yantzaza: <https://www.yantzaza.gob.ec/historia-del-canton/>
- Guglielmino, M. M. (S / F de S / F de 2007). *Electronica de patrimonio histórico*. Recuperado el 02 de 08 de 2017, de Electronica de patrimonio histórico: <http://www.revistadepatrimonio.es/revistas/numero1/difusion/estudios/articulo3.php>
- <https://es.slideshare.net/LUZCASTELLANO/mtodos-deductivo-y-inductivo-7318991>. (de 2017)
- LEY DE GESTION AMBIENTAL, C. (09 de 2012). *LEY DE GESTION AMBIENTAL, CODIFICACION*. Obtenido de LEY DE GESTION AMBIENTAL, CODIFICACION: <http://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/09/LEY-DE-GESTION-AMBIENTAL.pdf>
- Magra, O. (06 de 10 de 2015). *Diagnostico turìsco* . Obtenido de Diagnostico turìsco : <https://es.slideshare.net/olgamgr8/diagnstico-turstico>

- Espinosa, R. (29 de 07 de 2013). *Matris de analisis dafo (FODA)*. Recuperado el 24 de 01 de 2018, de Matris de analisis dafo (FODA): <http://robertoepinosa.es/2013/07/29/la-matriz-de-analisis-dafo-foda/>
- Lopez, H. H. (14 de 12 de 2012). *Inventario turistico* . Recuperado el 24 de 01 de 2018, de Inventario turistico : <http://inventarioturistico Lopez.blogspot.com/2012/12/inventario-turistico.html>
- Merino, J. P. (2010). *Definicion de* . Recuperado el 02 de 08 de 2017, de Definicion de : <http://definicion.de/impacto-ambiental/>
- Merino, J. P. (S/F de S/F de 2016). *Balneario* . Obtenido de Balneario : <https://definicion.de/balneario/>
- Miroglio, M. (S/F). *Turismo sustentable*. Recuperado el 18 de 07 de 2018, de Turismo sustentable: <https://manuelmiroglio.com/turismo-sustentable/>
- Municipios del Salvador. (S/f). *Ficha de diagnostico Ambiental*. S/f: <http://www.ceppia.com.co/Herramientas/PLANIFICACION-Y-GESTION%20AMBIENTAL/Manual-de-Introduccion-a-la-Gestion-Ambiental-Municipal.pdf>.
- Ministerio de Turismo . (S/F de S/F de 2011). *Manual de señalización Turística* . Obtenido de Manual de señalización Turística : <https://jorgepaguay.files.wordpress.com/2011/10/manual-sec3b1alizacic3b3n-25-08-2011.pdf>
- OMT. (1980). Recuperado el 02 de 08 de 2017, de OMT: <https://sites.google.com/site/serviciostur/conceptos-st>
- Perdomo, A. (10 de 10 de 2010). Recuperado el 18 de 07 de 2018, de Producto turistico: <https://es.slideshare.net/mrojas/producto-turistico>
- Perdomo, A. (10 de 10 de 2010). *Producto Turístico* . Obtenido de Producto Turístico : <https://es.slideshare.net/mrojas/producto-turistico>
- Ramirez, J. C. (23 de 09 de 2016). *Metodo descriptio* . Obtenido de Metodo descriptio : <https://prezi.com/hbwtaaf1s0fp/metodo-descriptivo-de-la-investigacion/>
- Ricaurte, C. Q. (S/F de S/F de 2009). *Manual para el diagnóstico turístico local*. Obtenido de Manual para el diagnóstico turístico local: <file:///F:/Manual%20de%20diagnóstico%20turístico%20local%20Ricaurte%202009.pdf>

- Rivera, S. R. (s.f.). *Conceptos de patrimonio, atractivo turístico y recurso turístico*. Recuperado el 24 de 01 de 2018, de Conceptos de patrimonio, atractivo turístico y recurso turístico.: studiosdelturismo.blogspot.com/2009/05/conceptos-de-patrimonio-atractivo.html
- Santos, C. (S/F de S/F de 2016). *lavidauve*. Obtenido de lavidauve: <https://lavidauve.blogspot.com/2016/05/porque-deberias-salvar-la-selva.html>
- Trujillo, O. (14 de 05 de 2015). *SlideShare* . Recuperado el 02 de 08 de 2017, de SlideShare : <https://es.slideshare.net/blenio/los-indicadores-ambientales>
- Univercidad de Cantabria . (16 de 01 de 2014). *Univercidad de Cantabria*. Obtenido de Univercidad de Cantabria: <https://web.unican.es/unidades/serviciopdiretribuciones/Gestionporprocesos/PDIPLA-03%20DEFINICI%C3%93N%20DE%20ALTERNATIVAS%20ESTRAT%C3%89GICAS.pdf>
- Verdezoto, M. V. (S/F de 03 de 2015). *definición de turismo* . Obtenido de definición de turismo: <http://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/342/1/TUAIYH021-2015.pdf>
- Yantzaza, GAD Cantonal. (18 de 06 de 2014). Obtenido de Administración 2014-2019 GAD del Cantón Yantzaza: https://www.yantzaza.gob.ec/?option=com_content&view=article&id=140&Itemid=896

6. ANEXOS

Anexo 1. Guía metodológica para la jerarquización de atractivos y generación de espacios turísticos del Ecuador, 2017”.

A continuación, se muestra detalladamente como se llena la ficha de levantamiento de información paso a paso de acuerdo a la guía metodológica.

El inventario de atractivos turísticos, 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 generación de espacios turísticos es la conformación de unidades básicas para la planificación turística en territorio, cuya configuración responde a la distribución territorial de los atractivos turísticos tanto en las categorías natural y cultural.

- **Etapa I: Realización del inventario de atractivos turísticos**

Esta etapa comprende dos fases: el levantamiento y registro en el sistema dispuesto por la autoridad nacional de turismo y, la jerarquización de los sitios o manifestaciones turísticas que concluye en un Inventario.

La ejecución del levantamiento, registro, ponderación y jerarquización de atractivos turísticos; se organiza en dos fases:

Fase I: Levantamiento y registro

Esta fase comprende el levantamiento, clasificación y registro de objetos, lugares, acontecimientos, fenómenos y otros elementos de interés turístico en el ámbito de estudio.

Incluye la recopilación de información y procesamiento de datos. Para la ejecución de esta fase de registro de información se utiliza un sistema de fichas.

Con los datos de cada atractivo turístico. La fase I se realizará en tres pasos:

Clasificación

Consiste en identificar claramente la categoría, tipo y subtipo, así como la información a ser registrada para el atractivo a inventariar, acorde a las tablas con los descriptores e indicaciones específicas que servirán para el procedimiento ordenado de la información.

Recopilación de Información Primaria y Verificación con Información Secundaria

La información primaria se realiza mediante el trabajo de campo y la verificación in situ sobre los atributos de los atractivos turísticos, condiciones de accesibilidad, infraestructura, salud, seguridad, entre otros que profundicen los datos técnicos obtenidos en el paso anterior. Esta actividad, se complementará con entrevistas a responsables de instituciones, de las comunidades locales e informantes clave. Es importante generar respaldos documentales con los medios disponibles (videos, fotografías, SIG, etc.). Este levantamiento de información que lo realizan los gobiernos autónomos descentralizados municipales y metropolitanos (GADMs), en territorio deberá ser evaluado por las Coordinaciones Zonales y aprobado por las oficinas técnicas de matriz MINTUR.

La verificación con información secundaria será un trabajo de gabinete en el que se analizan la información emitida por los gobiernos autónomos descentralizados municipales y metropolitanos con apoyo de las coordinaciones zonales MINTUR, bibliografía existente y otras fuentes documentales, incluida la información de organismos técnicos especializados.

Criterios de Evaluación

Se ha definido un conjunto de criterios relacionados con los atributos y oferta del atractivo, lo que finalmente determinará una jerarquía. Estos criterios tienen sustento en

los índices de competitividad turística establecidos por la Organización Mundial de Turismo (OMT).

Criterios relacionados con el índice de competitividad turística:

- Accesibilidad y Conectividad
- Planta Turística /Servicios
- Actividades que se practican (Opciones recreacionales)
- Estado de conservación e integración atractivo / entorno
- Políticas y regulaciones
- Salud e higiene
- Seguridad turística

Criterios relacionados con la demanda:

- Tipo de visitante y afluencia
- Difusión

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

Código del atractivo:

El Código, está compuesto por 17 dígitos (caracteres alfanuméricos), único e irrepetible, mismo que aparecerá al inicio de la ficha para su identificación.

El código está definido por:

- División Política Administrativa (DPA) obtenida del Clasificador Geográfico 2015 del Instituto Nacional de Estadística y Censos -INEC1, (códigos provincial, cantonal y parroquial).
- Clasificación de atractivos turísticos (categoría, tipo y subtipo),
- Jerarquía correspondiente a uno de los cinco niveles (Recurso, I, II, III y IV) determinados después de un proceso que otorgará una valoración al atractivo en función los criterios establecidos en la Guía Metodológica para la Jerarquización y Generación de Espacios Turísticos del Ecuador. Los criterios en mención son:
- Accesibilidad y Conectividad

- Planta Turística y Servicios
- Estado de conservación e integración sitio / entorno
- Higiene y Seguridad Turística
- Políticas y Regulaciones
- Actividades que se practican en el atractivo
- Difusión del atractivo
- Tipo de visitantes y afluencia
- Recurso Humano

Datos generales.

Esta sección se enfoca en la descripción del nombre del atractivo, categoría, tipo y subtipo según la clasificación de atractivos turísticos.

Nombre del Atractivo Turístico: Se colocará el nombre con el que se ha denominado tradicionalmente al atractivo.

Categoría: Identificar la Categoría del Atractivo ya sea éste Natural (AN) o Cultural (MC).

Tipo: Una vez establecida la Categoría del atractivo, se registrará el Tipo al que corresponde.

Subtipo: Una vez registrados Categoría y Tipo se identificará el Subtipo al que pertenece el atractivo.

Ubicación del atractivo turístico.

Esta sección hace referencia a la localización y ubicación geográfica del atractivo dentro del territorio nacional, determinando la provincia, cantón y parroquia de acuerdo a la división política administrativa del Instituto Nacional de Estadística y Censos – INEC.

Características climatológicas

Para determinar las características climatológicas de cada atractivo turístico se tomó la información provista por la Subsecretaría de Información de la SENPLADES en noviembre de 2016.

Esta información se generará automáticamente al momento de ingresar las coordenadas (campos 2.9 y 2.10) en la plataforma diseñada para la sistematización del Inventario de Atractivos Turísticos.

ACCESIBILIDAD AL ATRACTIVO TURÍSTICO.

Hace referencia al ingreso al atractivo pudiendo seleccionar entre libre, restringido o pagado. Si es pagado, registrar el precio y forma de pago; además del horario, atención, temporalidad (alta o baja) y facilidades para personas con discapacidad (rampas, baterías sanitarias, personal calificado, sistema braille, otro).

Tipo de Ingreso

- Libre: De acceso inmediato, sin requerimientos de registro o pago. Si se selecciona este ítem pasar al ítem 4.1.4. de lo contrario continuar con el levantamiento de información.
- Restringido: Se limita el acceso de un lugar determinado, solo se puede acceder a ciertas áreas.
- Pagado: Cuando el ingreso al atractivo implica algún costo o tarifa.
- Precio: En caso de que el ingreso al atractivo tenga escalas tarifadas, se deberá colocar la tarifa mínima y tarifa máxima.
- Forma de pago: Se refiere a la forma en la que se realiza el pago por el ingreso al atractivo turístico.
- Efectivo: Si el pago se lo realiza en papel-moneda de uso corriente. b. Dinero Electrónico: Se refiere a dinero que se emite de forma electrónica, a través de la utilización de una red de ordenadores, Internet y sistemas de valores digitalmente almacenados.

- Tarjeta de débito: Si el pago se lo realiza con una tarjeta que permite hacer los pagos a partir del dinero que el usuario tenga en un banco o cooperativas de ahorro y crédito.
- Tarjeta de crédito: Si el pago se lo realiza mediante tarjeta, que permite financiar en pagos diferidos.
- Transferencia Bancaria: Si el pago se lo realiza mediante transferencia de fondos entre distintas cuentas bancarias sin necesidad de transportar físicamente el dinero.
- Cheque. - Si el pago se lo realiza mediante un documento contable de valor en el que el titular extiende a otra persona una autorización para retirar una determinada cantidad de dinero de su cuenta.
- Horario: Se refiere al periodo de tiempo establecido para visitación del público al atractivo turístico; en el caso de que el acceso sea libre se sugerirá un horario.
- Atención: Se refiere a los días que se puede visitar el atractivo.

Temporalidad: Hace referencia a los periodos de mayor o menor visitación a los atractivos turísticos. Está dada en meses y su contenido es informativo.

Facilidades para personas con discapacidad: Se refiere a la accesibilidad arquitectónica del sitio para la visitación de personas con discapacidad.

CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO TURÍSTICO

Este punto se lo define in situ o en un radio de 500 m y puede seleccionarse una o varias opciones de ser el caso. En este punto se evidencia el grado de conexión que tiene el atractivo turístico, los medios de transporte que permiten el acceso al mismo; también se observa el poblado urbano más cercano (entendiéndose como una localidad que cuenta con infraestructura básica y servicios complementarios).

Comunicación

Hace referencia a la conectividad tecnológica en el atractivo.

Señalización

Hace referencia a si existe señalización de aproximación al atractivo que permita al visitante llegar sin dificultad y también a la señalética in situ que facilite la apreciación del lugar.

Poblado Urbano Cercano más importante

Hace referencia a la localidad urbana más cercana al atractivo turístico que cuente con servicios turísticos, infraestructura básica y servicios complementarios para atención a visitantes.

Tipo de Transporte y Frecuencia

Hace referencia al tipo de transporte que arriba al atractivo además de la frecuencia con la que se lo encuentra.

Planta turística / complementarios**Planta Turística (M).**

Son todos los bienes y servicios que se ofertan a los turistas; está integrado por el equipamiento e instalaciones, entre otros. Esto podrá evidenciarse in sitio en el poblado más cercano.

- **Alojamiento:** Son los establecimientos dedicados de modo habitual, mediante precio, a proporcionar a las personas alojamiento con o sin otros servicios complementarios. En este campo están los establecimientos Hoteleros (hoteles, hostales y pensiones, hosterías, moteles, refugios, cabañas) y extra hoteleros. En este casillero deberán colocarse el número de habitaciones (capacidad instalada) y plazas (capacidad efectiva) de los establecimientos cercanos al atractivo.
- **Alimentos y bebidas:** Son los establecimientos dedicados a la elaboración y expendio de alimentos. En este campo se encuentran restaurantes, cafeterías, quioscos, comedores, entre otros. En este casillero deberán colocarse el número de mesas (capacidad instalada) y plazas (capacidad efectiva) de los establecimientos cercanos al atractivo.
- **c. Agencias de viaje / Operación:** Hace referencia a la presencia de Agencias de Viaje (Operadoras de Turismo).

- **d. Intermediación:** Mención a las agencias de servicios turísticos y organizadoras de eventos, congresos, convenciones, etc.
- **e. Transporte o movilización interno:** Se aplicará si existe algún tipo de transporte o movilización al interno del atractivo.
- **f. Guianza:** Se refiere al servicio de guía brindado por una persona calificada con licencia debidamente autorizada y expedida por la autoridad competente, que conducen y dirigen a uno o más turistas, nacionales o extranjeros, para mostrar, enseñar, orientar e interpretar el patrimonio turístico nacional y, procurar una experiencia satisfactoria durante su permanencia en el lugar visitado.
- **g. Facilidades Turísticas:** Son aquellas que colaboran en la generación y constitución de un producto turístico al posibilitar la permanencia del turista en el centro receptor (Centros de Facilitación Turística, Centros de Interpretación Turística, Torres de Salvamento, Torres de Avistamiento de Aves, Senderos, Muelles, etc.).
- **h. Otros:** En caso que el atractivo posea otro tipo de planta turística diferente a las citadas anteriormente.

Complementarios

Si el atractivo cuenta con servicios complementarios como parqueaderos, equipamientos, infraestructura, servicios de transporte, bancarios, ventas de artesanías, entre otros; pudiendo ser in situ o en el poblado más cercano.

Estado de conservación del atractivo e integración atractivo / entorno

El estado de conservación del atractivo y del entorno (radio de 500 metros, ambiente físico biológico y socio-cultural que rodea un atractivo), tiene que ver con el grado de integridad física en que se encuentran los mismos desde el punto de vista de su situación original o inicial o a partir de las posibles acciones del hombre o la naturaleza.

Será necesario seleccionar una de las alternativas que evidencien el estado de conservación (acciones en marcha para su defensa y protección, describiendo las causas o acciones que influyen para mantener la situación actual); atractivo/ entorno y posteriormente una o varias opciones que muestren los factores de deterioro.

Armonía con el paisaje natural que lo rodea.

Para determinar si el atractivo en registro guarda armonía con el paisaje que lo rodea, seleccionar una de las dos opciones de respuesta; en los dos casos, es necesario describir la pertinencia.

Declaratoria del Atractivo.

Se refiere a los reconocimientos nacionales o internacionales que el atractivo pueda poseer por sus particularidades o características propias; o por estar inmerso en un territorio específico.

Amenazas Naturales.

Se trata de fenómenos provocados por fuerzas naturales y que por su accionar generan potenciales riesgos al atractivo.

Geológicas

Procesos o fenómenos naturales terrestres que pueden ocasionar la muerte, lesiones u otros impactos a la salud de las personas, al igual que daños a la propiedad, la pérdida de medios de sustento y de servicios, trastornos sociales y económicos, o daños ambientales.

Higiene y seguridad turística.

Esta sección hace referencia a los servicios básicos que se hallan en el entorno del atractivo y puestos de emergencia tanto de salud como de seguridad cercana al atractivo; éstos últimos serán considerados en un rango aproximado de 500 m.

Energía Eléctrica

Es una red interconectada que tiene el propósito de suministrar electricidad o sus equivalentes desde los proveedores hasta los consumidores. Seleccionar una alternativa según corresponda.

Servicio de Alcantarillado

Corresponde al transporte de aguas residuales o servidas (alcantarillado sanitario) o aguas de lluvia (alcantarillado pluvial) desde el lugar en que se generan hasta el sitio en que se vierten al cauce o se tratan. Sin embargo, podrán existir otras alternativas para el servicio.

Gestión de residuos

Servicio de recolección de desechos o las alternativas de manejo de desechos que se ejecutan en el atractivo turístico.

Salud

Comprende toda infraestructura de salud como edificaciones y equipos sanitarios, que aseguran los servicios de atención a la población. En observaciones se anotará el nombre, dirección, número de contacto, distancia en km y tiempo en horas.

Seguridad

Cuando el atractivo cuenta con algún tipo de vigilancia para brindar seguridad a los turistas, instalaciones o equipamientos in situ o en un radio de 500m; en observaciones se anotará el nombre, dirección, número de contacto, distancia en km y tiempo en horas.

Políticas y regulaciones.

Hace referencia a identificar si el atractivo turístico se halla incluido dentro de los planes de ordenamiento y desarrollo territorial, además de determinar si la operación cumple con la normativa vigente para las actividades que se desarrollan tanto en el atractivo como en su entorno e identifica al administrador del mismo.

Actividades que se practican

Las actividades que se practican en el atractivo están relacionadas para el caso de los atractivos naturales con aquellas concernientes a turismo de aventura en la mayoría de casos; para los atractivos culturales las actividades consideradas están en función de características tangibles e intangibles.

Manifestaciones culturales

Se tomará atención únicamente a todos aquellos atractivos que sean de índole cultural.

Tipo de visitante y afluencia

Se refiere al tipo de visitante ya sea turista o excursionista sea este local, nacional o internacional y su afluencia hacia el atractivo.

Recurso humano.

Hace referencia al talento humano profesionalizado o capacitado en turismo con el que cuenta el atractivo turístico para su manejo turístico adecuado.

Descripción del atractivo.

Dentro de este espacio se sintetizará la información relacionada con el atractivo tomando como base lo especificado en la clasificación de atractivos, columna de “características”; adicionalmente se podrá ubicar información que se considere relevante (datos estadísticos, históricos, generales, específicos, intrínsecos y extrínsecos, etc.), que aporten en la descripción del atractivo.

Anexo 2. Ficha del atractivo turístico. “Balneario La Molienda”.



FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																																
Código del atractivo:				0	5	A	N	0	5	0	2	0	3	0	0	1																
	Provincia	Cantón	Parroquia	Categoría			Tipo	Subtipo	Jerarquía			Atractivo																				
1. DATOS GENERALES																																
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																																
Balneario la Molienda																																
1.2 Categoría			1.3 Tipo				1.4 Subtipo																									
ATRATIVOS_NATURALES			RÍOS				RIACHUELO																									
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO																																
2.1 Provincia			2.2 Cantón				2.3 Parroquia																									
ZAMORA_CHINCHIPE			YANTAZA				YANTAZA (YANZATZA)																									
2.4 Barrio, Sector o Comuna			2.5 Calle Principal			2.6 Número		2.7 Transversal																								
Montalvo			Via montalvo																													
2.8 Latitud (grados decimales)			2.9 Longitud (grados decimales)				2.10 Altura (msnm)																									
3°48'24,"S			78°46'38"O				851																									
2.11 Información del administrador																																
a. Tipo de Administrador:			Publico				b. Nombre de la Institución:			Gad Municipal del cantón Yantzaza																						
c. Nombre del Administrador:			Jhaely Esparza				d. Cargo que ocupa:			Jefa del departamento de turismo del Gad Yantzaza																						
e. Teléfono / Celular:			0980017663				f. Correo Electrónico:			unidadturismoyantzaza@gmail.com																						
Observaciones:																																
3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO																																
3.1 Características climatológicas																																
<input checked="" type="checkbox"/>																																
a. Clima:			Calido Humedo				b. Temperatura(°C):		22.5		c. Precipitación Pluviométrica (mm):		2000																			
3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U)																																
<input checked="" type="checkbox"/>																																
a. Cultura			<input type="checkbox"/>			b. Naturaleza			<input checked="" type="checkbox"/>			c. Aventura			<input type="checkbox"/>																	
3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico																																
<input checked="" type="checkbox"/>																																
a. Pristino			<input type="checkbox"/>			b. Primitivo			<input type="checkbox"/>			c. Rústico Natural			<input type="checkbox"/>			d. Rural			<input checked="" type="checkbox"/>			e. Urbano			<input type="checkbox"/>					
3.4 Ingreso al atractivo (U)																																
<input checked="" type="checkbox"/>																																
a. Tipo de Ingreso		b. Horario de Atención			c. Atención																											
		Ingreso	Salida	Todos los días	Fines de semana y feriados	Solo días hábiles	Otro	Especificar																								
Libre		<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>																					
Restringido		<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>																					
Pagado		<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>																					
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	Hasta	Tarjeta de Crédito			<input type="checkbox"/>			Transferencia Bancaria			<input type="checkbox"/>			Cheque			<input type="checkbox"/>													
g. Meses recomendables de visita:			Enero a Diciembre																													
Observaciones:																																
4. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO																																
SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>																																
5 YANTAZA																																
b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano:		2 km		c. Tiempo estimado de desplazamiento en auto:		de 00/15 h/min		d. Coordenadas (grados decimales):					Lat.: 3°49'59"S		Long.: 78°45'40"O																	
Observaciones:																																
4.2 Vías de Acceso (M)																																
<input checked="" type="checkbox"/>																																
Tipo de vía		Coordenada de inicio		Coordenada de fin		Distancia (km)		Tipo de material		Estado																						
a. Terrestre (M)		<input checked="" type="checkbox"/>																														



b. Segundo orden <input checked="" type="checkbox"/>		X:748813 Y:9578630	X:746838 Y:9578918	2	Lastre	Bueno
c. Tercer orden <input type="checkbox"/>						
Observaciones: Se tomo como referencia la gasolinera del barrio Pita						
b. Acuático (U) <input type="checkbox"/>	Marítimo <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	Estado		Puerto / Muelle de Llegada	Estado
	Lacustre <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida			Puerto / Muelle de Llegada	
	Fluvial <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida			Puerto / Muelle de Llegada	
Observaciones:						
c. Aéreo (U) <input type="checkbox"/>	Nacional: <input type="checkbox"/>		Internacional: <input type="checkbox"/>			
Observaciones:						
4.3 Servicio de transporte (M) <input checked="" type="checkbox"/>						
a. Bus <input checked="" type="checkbox"/>	b. Buseta <input type="checkbox"/>	c. Transporte 4x4 <input checked="" type="checkbox"/>	d. Taxi <input checked="" type="checkbox"/>	e. Moto taxi <input type="checkbox"/>	f. Teleférico <input type="checkbox"/>	
g. Lancha <input type="checkbox"/>	h. Bote <input type="checkbox"/>	i. Barco <input type="checkbox"/>	j. Canoa <input type="checkbox"/>	k. Avión <input type="checkbox"/>	l. Avioneta <input type="checkbox"/>	
m. Helicóptero <input type="checkbox"/>	n. Otro <input type="checkbox"/>	Especifique				
Observaciones:						
4.3.1 Detalle de transporte hacia el atractivo (M) <input type="checkbox"/>						
a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio	b. Estación / terminal	c. Frecuencia			d. Detalle (Traslado origen / destino)	
		Diana	Semanal	Mensual	Eventual	
Compania de taxis Yantzaza AMIGO	Barrio Jesus del gran Poder	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Yantzaza al Bañeario la Molienda
Compania de taxis Taxeyan	Barrio san francisco	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Yantzaza al Bañeario la Molienda
Compania Urmasharo	Barrio Central	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Yantzaza al Bañeario la Molienda
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
4.4 Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad (M) <input type="checkbox"/>						
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: No se han contemplado este tipo de acciones en la planificación territorial						
4.5 Señalización <input checked="" type="checkbox"/>						
a. Señalización de aproximación al atractivo <input checked="" type="checkbox"/>	Estado (U)	Bueno <input type="checkbox"/>	Regular <input checked="" type="checkbox"/>	Malo <input type="checkbox"/>		
Observaciones: La señalización es muy pequeña						
5. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS <input type="checkbox"/>						
SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>						
<input type="checkbox"/>						
a. En el Atractivo <input type="checkbox"/>				b. En la ciudad o poblado cercano <input checked="" type="checkbox"/>		
Alojamiento <input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas	Alojamiento <input checked="" type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones
						Número de Plazas



Hotel	<input type="checkbox"/>				Hotel	<input checked="" type="checkbox"/>	3	66	88
Hostal	<input type="checkbox"/>				Hostal	<input checked="" type="checkbox"/>	6	106	199
Hosteria	<input type="checkbox"/>				Hosteria	<input checked="" type="checkbox"/>	3	29	53
Hacienda Turística	<input type="checkbox"/>				Hacienda Turística	<input type="checkbox"/>			
Lodge	<input type="checkbox"/>				Lodge	<input type="checkbox"/>			
Resort	<input type="checkbox"/>				Resort	<input type="checkbox"/>			
Refugio	<input type="checkbox"/>				Refugio	<input type="checkbox"/>			
Campamento Turístico	<input type="checkbox"/>				Campamento Turístico	<input type="checkbox"/>			
Casa de Huéspedes	<input type="checkbox"/>				Casa de Huéspedes	<input type="checkbox"/>			
Observaciones:					Observaciones:				
Allmentos y bebidas	<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas	Allmentos y bebidas	<input checked="" type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas
Restaurantes	<input type="checkbox"/>				Restaurantes	<input checked="" type="checkbox"/>	30	189	868
Cafeterías	<input type="checkbox"/>				Cafeterías	<input checked="" type="checkbox"/>	6	28	90
Bares	<input type="checkbox"/>				Bares	<input checked="" type="checkbox"/>	8	51	406
Fuentes de soda	<input type="checkbox"/>				Fuentes de soda	<input type="checkbox"/>			
Observaciones:					Observaciones:				
Agencias de Viaje	<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados			Agencias de Viaje	<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados		
Mayoristas	<input type="checkbox"/>				Mayoristas	<input type="checkbox"/>			
Internacionales	<input type="checkbox"/>				Internacionales	<input type="checkbox"/>			
Operadoras	<input type="checkbox"/>				Operadoras	<input type="checkbox"/>			
Observaciones:					Observaciones:				
Guía	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	Guía	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura
<input type="checkbox"/>				Aventura	<input type="checkbox"/>				Aventura
Observaciones:					Observaciones:				
5.2 Facilidades en el entorno al atractivo					<input checked="" type="checkbox"/>				
Categoría (M)	Tipo (M)	Cantidad	Coordenadas	Administrador	Accesibilidad universal	Estado (U) B R M			
a. De apoyo a la gestión turística <input checked="" type="checkbox"/>	Punto de Información	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	I-Tur	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Centro de interpretación	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Centro de facilitación turística	<input checked="" type="checkbox"/>	1	x: 748661 / y: 9575993	Jhaely Esparza	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Centro de recepción de visitantes	<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
b. De observación y vigilancia <input type="checkbox"/>	Garitas de guardiana	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Miradores	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Torres de avistamiento de aves	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Torres de vigilancia para salvavidas	<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
c. De recorrido y descanso <input type="checkbox"/>	Senderos	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Estaciones de sombra y descanso	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Áreas de acampar	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Refugio de alta montaña	<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
d. De servicio <input type="checkbox"/>	Baterías sanitarias	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Estacionamientos	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
e. Otros	<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	



Observaciones:					
5.3 Complementarios a la actividad turística (M) <input checked="" type="checkbox"/>					
a. En el Atractivo <input type="checkbox"/>			b. En la ciudad o poblado cercano <input checked="" type="checkbox"/>		
Alquiler y venta de equipo especializado <input type="checkbox"/>	Venta de artesanías y merchandising <input type="checkbox"/>	Y <input type="checkbox"/>	Alquiler y venta de equipo especializado <input type="checkbox"/>	Venta de artesanías y merchandising <input checked="" type="checkbox"/>	Y <input checked="" type="checkbox"/>
Casa de cambio <input type="checkbox"/>	Cajero automático <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>	Casa de cambio <input type="checkbox"/>	Cajero automático <input checked="" type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>
Especifique:			Especifique:		
Observaciones:					
6. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>					
6.1 Atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>					
a. Conservado <input checked="" type="checkbox"/>		b. Alterado <input type="checkbox"/>		c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/>	
				d. Deteriorado <input type="checkbox"/>	
Observaciones:					
6.1.1 Factores de alteración y deterioro (M)					
6.1.1.1 Naturales (M)			6.1.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)		
a. Erosión <input checked="" type="checkbox"/>			a. Actividades agrícolas y ganaderas <input checked="" type="checkbox"/>	b. Actividades forestales <input checked="" 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 checked="" type="checkbox"/>			g. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/>	h. Condiciones de uso y exposición <input type="checkbox"/>	i. Falta de mantenimiento <input checked="" type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna <input type="checkbox"/>			j. Contaminación del ambiente <input checked="" type="checkbox"/>	k. Generación de residuos <input checked="" type="checkbox"/>	l. Expansión urbana <input 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:				
Observaciones: Contaminación de la quebrada por parte de las personas que visitan el atractivo al usar el agua de la quebrada para lavar sus vehículos					
6.2 Entorno (U) <input checked="" type="checkbox"/>					
a. Conservado <input checked="" type="checkbox"/>		b. Alterado <input type="checkbox"/>		c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/>	
				d. Deteriorado <input type="checkbox"/>	
Observaciones:					
6.2.1 Factores de alteración y deterioro (M)					
6.2.1.1 Naturales (M)			6.2.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)		
a. Erosión <input type="checkbox"/>			a. Actividades agrícolas y ganaderas <input checked="" type="checkbox"/>	b. Actividades forestales <input checked="" type="checkbox"/>	c. Actividades extractivas / minería <input type="checkbox"/>
b. Humedad <input type="checkbox"/>			d. Actividades industriales <input checked="" type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono <input type="checkbox"/>	f. Huaquearía <input type="checkbox"/>
c. Desastres naturales <input checked="" 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 checked="" type="checkbox"/>			j. Contaminación del ambiente <input checked="" type="checkbox"/>	k. Generación de residuos <input checked="" type="checkbox"/>	l. Expansión urbana <input type="checkbox"/>
e. Clima <input checked="" type="checkbox"/>			m. Conflicto político / social <input type="checkbox"/>	n. Desarrollo industrial / comercial <input checked="" type="checkbox"/>	o. Vandalismo <input type="checkbox"/>
Otro <input type="checkbox"/>	Especifique:				
Observaciones: Cerca de atractivo turístico existe una finca en la cual se talan árboles					
6.3. Declaratoria del espacio turístico asociado al atractivo <input checked="" type="checkbox"/>					
a. Declarante:	GAD MUNICIPAL DE YANTZAZA	b. Denominación:	BALNEARIO LA MOLIENDA	b. Fecha de declaración:	13/08/2018
				c. Alcance:	
Observaciones: NO SE CUENTA CON INFORMACIÓN DEL ATRACTIVO					
7. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>					
7.1 Servicios Básicos <input checked="" type="checkbox"/>					
a. En el atractivo <input type="checkbox"/>			b. En la ciudad o poblado mas cercano <input checked="" type="checkbox"/>		
Agua: <input type="checkbox"/>			Agua: <input checked="" type="checkbox"/>		
Especifique:			Especifique:		
Energía eléctrica: <input checked="" type="checkbox"/>			Energía eléctrica: <input checked="" type="checkbox"/>		
Especifique: Red de alumbrado público empresa ERSSA			Especifique: Red de alumbrado público empresa ERSSA		
Saneamiento: <input type="checkbox"/>			Saneamiento: <input checked="" type="checkbox"/>		



Especifique:		Especifique:						
Disposición de desechos <input type="checkbox"/>		Disposición de desechos <input checked="" type="checkbox"/>						
Especifique:		Especifique: Basureros por parte del gad municipal del cantón Yantzaa						
Observaciones:								
7.2 Señalética en el atractivo <input checked="" type="checkbox"/>								
7.2.1 Ambiente	7.2.2. Tipo	7.2.3. Materialidad				7.2.4. Estado		
		a. Madera	b. Aluminio	c. Otro	Especifique	B	R	M
En áreas urbanas <input type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de atractivos turísticos					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de sitio					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems direccionales					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
En áreas naturales <input checked="" type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas			X	ACERO INOXIDABLE	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Señales turísticas de aproximación					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Paneles de direccionamiento hacia atractivos					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de atractivos					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de direccionamiento hacia atractivos, servicios y actividades					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Mesas interpretativas					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótem de sitio					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótem de direccionamiento					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Letreros informativos <input type="checkbox"/>	De información botánica					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Normativos de concienciación					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Señalética interna de seguridad <input type="checkbox"/>	Protección de los elementos del atractivo					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otros <input type="checkbox"/>								
Observaciones:								
7.3 Salud (más cercano) (M) <input checked="" type="checkbox"/>								
a. En el atractivo <input type="checkbox"/>		b. En la ciudad o poblado mas cercano <input checked="" type="checkbox"/>						
Hospital o Clínica <input type="checkbox"/>	Cantidad		Hospital o Clínica <input checked="" type="checkbox"/>	Cantidad	1			
Puesto / Centro de salud <input type="checkbox"/>			Puesto / Centro de salud <input checked="" type="checkbox"/>		1			
Dispensario médico <input type="checkbox"/>			Dispensario médico <input type="checkbox"/>		0			
Botiquín de primeros auxilios <input type="checkbox"/>			Botiquín de primeros auxilios <input type="checkbox"/>		1			
Otros <input type="checkbox"/>			Otros <input type="checkbox"/>					
Observaciones:								
7.4 Seguridad (M) <input type="checkbox"/>								
a. Privada <input type="checkbox"/>	Cantidad			Cantidad				
b. Policía nacional <input type="checkbox"/>								



c. Policía metropolitana / Municipal	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
d. Otra	<input type="checkbox"/>					
Observaciones:						
7.5 Servicio de comunicación de uso público (M) <input checked="" type="checkbox"/>						
a. En el atractivo <input type="checkbox"/>			b. En la ciudad o poblado mas cercano <input checked="" type="checkbox"/>			
Telefonía (M) <input type="checkbox"/>		Conexión a internet (M) <input type="checkbox"/>		Telefonía (M) <input checked="" type="checkbox"/>		
Fija <input type="checkbox"/>		Linea telefónica <input type="checkbox"/>		Fija <input checked="" type="checkbox"/>		
Móvil <input type="checkbox"/>		Redes inalámbricas <input type="checkbox"/>		Móvil <input checked="" type="checkbox"/>		
Satelital <input type="checkbox"/>		Telefonía móvil <input type="checkbox"/>		Satelital <input type="checkbox"/>		
Observaciones:						
Radio portátil (U) <input type="checkbox"/>						
De uso exclusivo para el visitante <input type="checkbox"/>		De uso exclusivo para comunicación interna <input type="checkbox"/>		De uso exclusivo en caso de emergencia <input type="checkbox"/>		
Observaciones:						
7.6 Multiamenazas (M) <input type="checkbox"/>						
Deslaves <input checked="" type="checkbox"/>		Sismos <input checked="" type="checkbox"/>		Erupciones volcánicas <input type="checkbox"/>		
Sequia <input type="checkbox"/>		Inundaciones <input checked="" type="checkbox"/>		Tsunami <input type="checkbox"/>		
¿Existe un plan de contingencia en caso de catástrofes?		Institución que elaboró el documento:		Nombre del documento:		
<input type="checkbox"/>				Año de elaboración: de		
Observaciones:						
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 checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>		Año de elaboración: 2005	
b. ¿El atractivo se encuentra dentro de la planificación turística territorial (GAD S)?			SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>		Especifique:	
c. ¿Existen normativas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?			SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>		Especifique:	
d. ¿Existen ordenanzas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?			SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>		Especifique:	
Observaciones:						
9. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U) SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>						
9.1 ATRACTIVOS NATURALES (M) <input checked="" type="checkbox"/>						
9.1.1 En el Agua (M) <input type="checkbox"/>						
a. Buceo <input type="checkbox"/>		b. Kayak de mar <input type="checkbox"/>		c. Kayak lacustre <input type="checkbox"/>		
d. Kayak de Rio <input type="checkbox"/>		e. Surf <input type="checkbox"/>		f. Kite surf <input type="checkbox"/>		
g. Rafting <input type="checkbox"/>		h. Snorkel <input type="checkbox"/>		i. Tubing <input type="checkbox"/>		
j. Regata <input type="checkbox"/>		k. Paseo en panga <input type="checkbox"/>		l. Paseo en 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 checked="" type="checkbox"/>		
s. Pesca deportiva <input type="checkbox"/>		t. Otro <input checked="" type="checkbox"/>		Observaciones: Se puede realizar un paseo en boyas por el atractivo turístico		
9.1.2 En el Aire (M) <input type="checkbox"/>						
a. Alas Delta <input type="checkbox"/>		b. Canopy <input type="checkbox"/>		c. Parapente <input type="checkbox"/>		
d. Otro <input type="checkbox"/>		Observaciones: NO PERMITE EL MEDIO FISICO				
9.1.3 En Superficie Terrestre (M) <input type="checkbox"/>						
a. Montañismo <input checked="" type="checkbox"/>		b. Escalada <input type="checkbox"/>		c. Senderismo <input checked="" type="checkbox"/>		
d. Cicloturismo <input checked="" type="checkbox"/>		e. Canyoning <input type="checkbox"/>		f. Exploración de cuevas <input type="checkbox"/>		
g. Actividades Recreativas <input checked="" type="checkbox"/>		h. Cabalgata <input checked="" type="checkbox"/>		i. Caminata <input checked="" type="checkbox"/>		
j. Camping <input type="checkbox"/>		k. Picnic <input checked="" type="checkbox"/>		l. Observación de flora y fauna <input checked="" type="checkbox"/>		
m. Observación de astros <input type="checkbox"/>		n. Otro <input type="checkbox"/>		Observaciones: El lugar es propicio para realizar varias actividades deportivas		
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 checked="" 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"/>	
Observaciones:			
10. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>			
10.1. Medios de Promoción del Atractivo (M)			
¿Existe un plan de promoción turística cantonal? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> Especifique:			
¿El Atractivo se encuentra incluido en el plan de promoción turístico cantonal? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>			
Medio Promocional	Dirección y nombre de los medios promocionales		Periodicidad de la promoción
a. Página WEB <input type="checkbox"/>	URL:		
b. Red Social <input type="checkbox"/>	Nombre:		
c. Revistas Especializadas <input type="checkbox"/>	Nombre:		
d. Material POP <input type="checkbox"/>	Nombre:		
e. Oficina de Información Turística <input type="checkbox"/>	Nombre:		
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa) <input type="checkbox"/>	Nombre:		
g. Asistencia a ferias turísticas <input type="checkbox"/>	Nombre:		
h. Otro <input type="checkbox"/>	Nombre:		
Observaciones:			
10.2. El atractivo forma parte de una oferta establecida (paquete turístico) SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> Especifique:			
Observaciones:			
11. REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA (M) SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" 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 checked="" type="checkbox"/>	Tipo: Digital <input type="checkbox"/> Papel <input type="checkbox"/> Años de registro		
b. ¿Se genera reporte de estadísticas de visita al atractivo? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>	Frecuencia de los reportes:		
c. Temporalidad de visita al atractivo			
Alta (meses) <input checked="" type="checkbox"/>	Especifique	ENERO A DICIEMBRE	
Baja (meses) <input type="checkbox"/>		Número de visitantes	528
d. Llegada de turistas			
<input checked="" type="checkbox"/> Turista nacional	Llegadas mensuales	Total anual	<input type="checkbox"/> Turista extranjero
Ciudades de origen	Zamora	180	Países de origen
	Yantzaza	200	
	Panguí	148	
Observaciones: NO EXISTEN REGISTROS OFICIALES, LOS DATOS SON EN BASE A OBSERVACIÓN DIRECTA POR PARTE DE LA ENCARGADA...			
11.2. Frecuencia de visita según Informantes clave <input type="checkbox"/>			
Nombre del Informante Clave: Jhaely Esparza		Contactos: 0980017663	
Demanda según días de visita <input type="checkbox"/>		Demanda según frecuencia de visita <input type="checkbox"/>	
Lunes a viernes	Fines de semana	Días feriados	Permanente <input checked="" type="checkbox"/> Estacional <input type="checkbox"/> Esporádica <input type="checkbox"/> Inexistente <input type="checkbox"/>
Observaciones: LA VISITA ES PERMANENTE EN ESPECIAL POR PARTE DE LA GENTE DE LA ZONA			

12. RECURSO HUMANO						SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" 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"/>								
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	Secundaria	Primeros Auxilios	Hospitalidad	Inglés	Alemán						
Tercer Nivel	Cuarto Nivel	Atención al Cliente	Guianza	Francés	Italiano						
Otro		Sensibilización de discapacidades	Otro	Chino	Otro						
Observaciones:											
13. DESCRIPCION DEL ATRACTIVO (500 caracteres)											
<p>El Balneario posee una gran belleza natural, es visitado por propios y extraños, cuenta con un río, cascada, áreas verdes, espacios para recreación y varias especies de fauna y flora que hacen de este lugar un sitio perfecto para observar paisajes naturales de gran belleza o entrar en contacto con la naturaleza. El atractivo tiene alrededor de 1 ha, hablar de la calidad del agua, puente improvisado.</p>											
a. Archivo Fotográfico (dos) (HD)											
Fuente: Jhanela 2018											
b. Ubicación gráfica del Atractivo											
Fuente: Google Earth, Trabajo de campo 2018, software utilizado google earth											
FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)											
ELABORADO POR:				VALIDADO POR:				APROBADO POR:			
Apellido y Nombre		Cueva Jhanela		Apellido y Nombre				Apellido y Nombre			
Institución		Universidad Internacional del Ecuador		Institución				Institución			
Cargo		Estudiante de la carrera de gestión turística y medio ambiente		Cargo				Cargo			
Correo Electrónico		gane.666@hotmail.es		Correo Electrónico				Correo Electrónico			
Teléfono		0969530712		Teléfono				Teléfono			
Firma				Firma				Firma			
Fecha				Fecha				Fecha			

Anexo 3. Normativa de medio Ambiente

- Art. 2.- La gestión ambiental se sujeta a los principios de solidaridad, corresponsabilidad, cooperación, coordinación, reciclaje y reutilización de desechos, utilización de tecnologías alternativas ambientalmente sustentables y respecto a las culturas y prácticas tradicionales.
- Art. 5.- Se establece el Sistema Descentralizado de Gestión Ambiental como un mecanismo de coordinación transectorial, interacción y cooperación entre los distintos ámbitos, sistemas y subsistemas de manejo ambiental y de gestión de recursos naturales.
- Art. 6.-El aprovechamiento racional de los recursos naturales no renovables en función de los intereses nacionales dentro del patrimonio de áreas naturales protegidas del Estado y en ecosistemas frágiles, tendrán lugar por excepción previo un estudio de factibilidad económico y de evaluación de impactos ambientales.
- Art.39.- Las instituciones encargadas de la administración de los recursos naturales, control de la contaminación ambiental y protección del medio ambiental, establecerán con participación social, programas de monitoreo del estado ambiental en las áreas de su competencia; esos datos serán remitidos al Ministerio del ramo para su sistematización; tal información será pública.
- Art. 40.- Toda persona natural o jurídica que, en el curso de sus actividades empresariales o industriales estableciere que las mismas pueden producir o están produciendo daños ambientales a los ecosistemas, está obligada a informar sobre ello al Ministerio del ramo o a las instituciones del régimen seccional autónomo. La información se presentará a la brevedad posible y las autoridades competentes deberán adoptar las medidas necesarias para solucionar los problemas detectados.
- "Art. 83.- Quienes comercialicen productos forestales, animales vivos, elementos constitutivos o productos de la fauna silvestre, especialmente de la flora o productos forestales diferente de la madera, sin la respectiva autorización, serán sancionados con una multa de quinientos a mil salarios mínimos vitales." En caso de incumplimiento de la presente disposición, el infractor será sancionado con una multa de veinte a doscientos salarios mínimos vitales generales.

- Art. ... Quien case, pesque o capture especies animales sin autorización o utilizando medios proscritos como explosivos, sustancias venenosas y otras prohibidas por normas especiales, con una multa equivalente a entre quinientos y mil salarios mínimos vitales generales. Se exceptúa de esta norma el uso de sistemas tradicionales para la pesca de subsistencia por parte de etnias y comunidades indias.

Gráfico 22. Anexo 4 fotografías del Balneario la Molienda



*Fuente: Municipio del cantón Yantzaza
Elaboración: Jhanela Cueva 2018*

Gráfico 23. Balneario



*Fuente: Municipio del cantón Yantzaza
Elaboración: Jhanela Cueva 2018*

Gráfico 24. Foto Panorámica del Atractivo

*Fuente: Municipio del cantón Yantzaza
Elaboración: Jhanela Cueva 2018*

Gráfico 25. Puente Peatonal del Atractivo

*Fuente: Municipio del cantón Yantzaza
Elaboración: Jhanela Cueva 2018*

Gráfico 26. Mirador del Atractivo

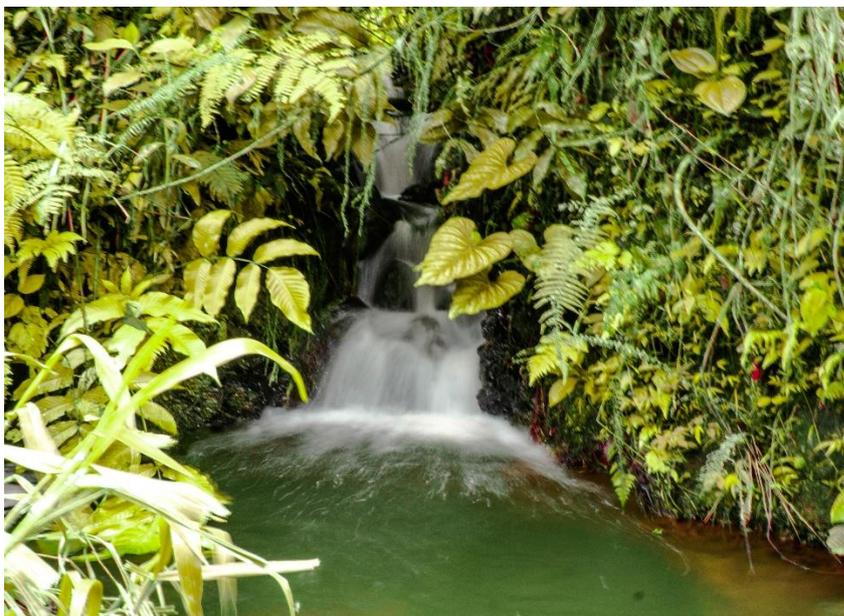
*Fuente: Municipio del cantón Yantzaza
Elaboración: Jhanela Cueva 2018*

Gráfico 27. Laguna

*Fuente: Municipio del cantón Yantzaza
Elaboración: Jhanela Cueva 2018*

Gráfico 28. Vista Panorámica

*Fuente: Municipio del cantón Yantzaza
Elaboración: Jhanela Cueva 2018*

Gráfico 29. Riachuelo

*Fuente: Municipio del cantón Yantzaza
Elaboración: Jhanela Cueva 2018*

Gráfico 30. Paja del árbol

*Fuente: Municipio del cantón Yantzaza
Elaboración: Jhanela Cueva 2018*

Anexo 5 Reglamento Técnico de Señalización Señales Turísticas y de Servicios

Clasificación. Se clasifican en Orientativas, Informativas de Destinos, Informativas de Servicios, Señales de Aproximación a Destinos Turísticos, Ejecutivas de Destinos Turísticos, Señales Identificativas y Pictogramas.

Informativas. Están en cualquier lugar del entorno y su función es de transmitir información sobre destinos y servicios turísticos; además agrupa toda aquella información que orienta el acceso a los servicios públicos de salud: hospitales, Cruz Roja, etc. de comunicación: teléfono, oficinas de correo, fax, internet, etc. Varios: hoteles, restaurantes, iglesias, vulcanizadoras, auxilio mecánico, estaciones de servicios, ayuda a discapacitados, etc

Pictogramas de atractivos naturales. Representan la riqueza biodiversa de un lugar, una región y un país.

Pictogramas de atractivos turísticos culturales. Son símbolos representativos de nuestra cultura que identifican a este tipo de bienes.

Pictogramas de actividades turísticas. Representan acciones de interés turístico y/o recreativo.

Pictogramas de apoyo a los servicios turísticos. Son símbolos de apoyo a los atractivos turísticos que permiten orientar al visitante al momento de acceder al uso de los servicios turísticos.

Advertencia a destinos, decisión de destinos (AD - ED). Son señales específicas de circulación, pueden ser rectangulares o flechas, se las llama también señalización para el turista.

Forma. Las señales turísticas serán rectangulares o cuadradas dependiendo del tipo de señal establecida en su clasificación.

Contenidos de los mensajes. Son variables y éstos dependerán de las condiciones particulares de cada vía, del atractivo o destino y del lugar a ubicarse.

Ubicación. Estos elementos se colocarán a lo largo de la vía, en lugares que garanticen buena visibilidad y no confundan al visitante o turista. Un avance de indicación de un atractivo, servicio o destino turístico debe normalmente darse, colocando una señal de aproximación o ejecutiva de destino sobre el lado derecho de la vía, no menos de 300 m antes del mismo, indicando la proximidad al sitio de interés turístico. Se deberá proveer de una segunda señal confirmativa al ingreso o junto al atractivo o servicio turístico.

Pictogramas atractivos naturales

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

Pictogramas Atractivos Culturales

Representa el conjunto de sitios y manifestaciones que se consideran de valor o aporte de una comunidad determinada y que permite al visitante conocer parte de los sucesos ocurridos en una región o país, reflejadas en obras de arquitectura, zonas históricas, sitios arqueológicos, iglesias, conventos, colecciones particulares, grupos étnicos, manifestaciones religiosas, artesanía, ferias y mercados, shamanismo, explotaciones mineras, centros científicos y técnicos, etc.

Pictogramas Actividades Turísticas

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

Pictogramas de Servicio de Apoyo

Son aquellas que indican a los visitantes turistas la ubicación de servicios públicos o privados sea de salud, de comunicaciones y varios. Las dimensiones en los pictogramas dependerán de la distancia a la que los usuarios se encuentren de la señal, el tamaño recomendado es de 600 x 600 mm.

Pictogramas de Restricción

Representan la prohibición de realizar determinada actividad de manera temporal o definitiva de acuerdo a la necesidad o circunstancia. Las dimensiones en los pictogramas dependerán de la distancia a la que los usuarios se encuentren de la señal, el tamaño recomendado es de 600 x 600 mm.

Criterio de aplicación – Rotulación

Estudiar y comprender las necesidades propias del lugar.

Contemplar la ubicación de la señal para que la misma sea legible en el contexto.

Lograr suficiente separación del entorno para no interferir con él, pero sí identificarlo.

Anticipación suficiente para su eficacia.

Determinar la distancia ideal para una buena legibilidad.

Evitar los mensajes ambiguos.

Clasificar y jerarquizar la información.

Utilizar tipografía normalizada INEN para la rotulación de letreros y señales

Anexo 6 Normativa técnica de aplicación tipográfica para rotulación de letreros y señales turísticas

El Reglamento Técnico Ecuatoriano RTE INEN 4:2008, Parte 4: Alfabetos Normalizados, emitido por el Instituto Ecuatoriano de Normalización INEN, contiene toda la norma técnica para la rotulación de letreros y dispositivos de Control y Regulación del Tránsito y Transporte Terrestre, utilizados en la señalización vial de calles, carreteras y autopistas del país.

Todos los parámetros de aplicación, así como los criterios de elegibilidad y legibilidad se encuentran debidamente normados en dicho reglamento. El MINTUR, facilitará este documento a quienes estén desarrollando proyectos de señalización turística para la institución, para su oportuna observación.

Las facilidades informáticas actuales contemplan el uso de la tipografía llamada “Roadgeek”, que se encuentra disponible para la instalación en computadores bajo licencia. Esto facilita el trabajo de diseño de rótulos, ya que los programas de edición permiten el control del espacio entre letras. Se recomienda la instalación de un administrador de fuentes para su aplicación.

Las ubicaciones sobre retículas permiten la composición manual de leyendas, siendo ésta la técnica tradicionalmente empleada en el diseño de rótulos. Para una amplia información consultar el RTE INEN 004 Parte 4, en la cual se encuentran todos los alfabetos normalizados los cuales se tiene que aplicar a la señalización turística.

Señales de aproximación/informativas de destino

Instrumentos específicos de circulación, pueden ser rectangulares o flechas, se las llama también ejecutivas de destino. “Señalización para el turista”. Miden 2,40 m x 0,60 m para los dos modelos que se presentan. Pueden ser rectangulares o troqueladas con forma de la flecha en el sentido que indica, en el segundo caso llevará un sólo pictograma al extremo contrario, a esta señal se la denomina “Ejecutiva”.

Tótems / Atractivos Turísticos

Los Tótems informativos deberán estar georeferenciados, por ello son ideales para colocar en gasolineras y autoservicios, o en puntos estratégicos de ciudad con alto nivel de flujo. Las características de información concreta que existe en el tótem, ayuda y permite orientar de mejor manera al turista. La pantalla puede estar a imagen completa de destino, o imagen de destino combinada con pictogramas de servicios; e imagen de atractivo combinada con mapa de ubicación