



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN**  
**CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA**  
**MODALIDA: PRESENCIAL**

**Trabajo de investigación previo a la  
Obtención del Título de Licenciado en Turismo y Hotelería de la Universidad  
Técnica de Ambato**

**Modalidad de Titulación: Proyecto de Investigación**

**TEMA:**

---

**“RECORRIDOS AUTOGUIADOS Y SU IMPORTANCIA EN EL INCREMENTO  
DE LA DEMANDA TURÍSTICA EN LA PARROQUIA SALINAS, CANTÓN  
GUARANDA, PROVINCIA DE BOLÍVAR”**

---

**AUTOR:** Chamorro Salazar Pablo Roberto

**TUTOR:** Lcdo. Mg. Adolfo Ricardo Guamán Guevara

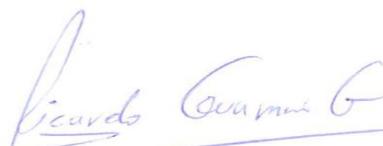
Ambato – Ecuador

2015

## **APROBACIÓN DEL TUTOR DEL TRABAJO DE GRADUACIÓN O TITULACIÓN**

### **CERTIFICA:**

Yo, Lcdo. Mg. Guamán Guevara Adolfo Ricardo con C.C 1802830123 en mi calidad de Tutor del Trabajo de Graduación o Titulación, sobre el tema: “**RECORRIDOS AUTOGUIADOS Y SU IMPORTANCIA EN EL INCREMENTO DE LA DEMANDA TURÍSTICA EN LA PARROQUIA SALINAS, CANTÓN GUARANDA, PROVINCIA DE BOLÍVAR**” desarrollado por el egresado Chamorro Salazar Pablo Roberto, considero que dicho informe investigativo, reúne los requisitos técnicos, como científicos y reglamentarios del mismo ante el Organismo pertinente, para que sea sometido a evaluación por parte de la Comisión calificadora designada por el H. Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación.



---

Lcdo. Mg. Adolfo Ricardo Guamán Guevara  
C.C 1802830123  
**TUTOR**

## **AUTORIA DE LA INVESTIGACIÓN**

Dejo constancia de que el presente informe es el resultado de la investigación del autor, quien en la experiencia profesional, en los estudios realizados durante la carrera, revisión bibliográfica y de campo, he llegado a las conclusiones y recomendaciones descritas en la Investigación.

Las ideas, opiniones y comentarios especializados en este informe, son de exclusiva responsabilidad de su autor.



**PABLO ROBERTO CHAMORRO SALAZAR**

C.I: 0202046892

**AUTOR**

## **CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR**

Cedo los derechos en línea patrimoniales del presente Trabajo Final de Grado o Titulación sobre el tema “**RECORRIDOS AUTOGUIADOS Y SU IMPORTANCIA EN EL INCREMENTO DE LA DEMANDA TURÍSTICA EN LA PARROQUIA SALINAS, CANTÓN GUARANDA, PROVINCIA DE BOLÍVAR**”, autorizo su reproducción total o parte de ella, siempre que esté dentro de las regulaciones de la Universidad Técnica de Ambato, respetando mis derechos de Autor y no se utilice con fines de lucro.



**PABLO ROBERTO CHAMORRO SALAZAR**

C.I: 0202046892

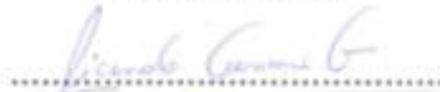
**AUTOR**

**AL CONSEJO DIRECTIVO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN:**

La comisión de Estudio y Calificación del Informe del Trabajo de Graduación o Titulación, sobre el Tema: **“RECORRIDOS AUTOGUIADOS Y SU IMPORTANCIA EN EL INCREMENTO DE LA DEMANDA TURÍSTICA EN LA PARROQUIA SALINAS, CANTÓN GUARANDA, PROVINCIA DE BOLÍVAR”**, Presentada por el Sr. Chamorro Salazar Pablo Roberto, egresado de la Carrera de Turismo y Hotelería, Promoción Octubre 2015 – Marzo 2016 , considera que, una vez revisado dicho Trabajo de Investigación, reúne los requisitos básicos, técnicos, científicos y reglamentarios establecidos.

Por lo tanto, se autoriza la presentación ante el Organismo pertinente para los trámites correspondientes.

**LA COMISIÓN**



Lcdo. Mg. Adolfo Ricardo Guamán Guevara

**PRESIDENTE DEL TRIBUNAL**



ic. Mg. Héctor Raúl Tamayo Soria

**MIEMBRO**



Dra. Mg. Yolanda Imelda Pérez Jerez

**MIEMBRO**

## **DEDICATORIA**

El presente proyecto le dedico primero a Dios por permitirme llegar hasta este momento tan singular con salud y vida.

A toda mi familia que me ha impulsado durante este arduo camino para convertirme en un profesional y en especial a mis Padres y hermanos por soportar largos y tormentosos momentos de ausencia durante mi época de estudiante y ser mi pilar fundamental en este arduo y sacrificado camino.

A todos mis amigos que han estado conmigo en todo momento compartiendo, riendo, al mismo trabajando y apoyándome en este trayecto de mi vida y en particular a mi maravilloso hermano Fernando, que con él he compartido éxitos, lágrimas y risas.

***Pablo***

## **AGRADECIMIENTO**

Me complace agradecer profundamente a la Universidad Técnica de Ambato, por el apoyo que brindan a los estudiantes con el objetivo más noble que es ilustrar a sus semejantes.

De manera muy particular a mis padres y hermanos que con su sacrificio y ejemplo supieron guiarme para poder alcanzar mis metas, finalmente a mis amigos con quienes compartí fiestas, aventuras y penumbras durante todo este trayecto de estudiantes.

¡Gracias, mil gracias!

*Pablo Ch.*

## ÍNDICE GENERAL

APROBACIÓN DEL TUTOR DEL TRABAJO DE GRADUACIÓN O TITULACIÓN .....	II
AUTORIA DE LA INVESTIGACIÓN .....	III
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR.....	IV
AL CONSEJO DIRECTIVO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN: .....	V
DEDICATORIA .....	VI
AGRADECIMIENTO.....	VII
ÍNDICE GENERAL.....	VIII
ÍNDICE DE TABLAS .....	XI
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	XI
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	XII
CAPÍTULO I.....	XV
1.1.-TEMA .....	1
1.2.- PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	1
1.2.1.- CONTEXTUALIZACIÓN .....	1
1.2.2    ANÁLISIS CRÍTICO.....	5
1.2.3 PROGNOSIS.....	7
1.2.4. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA .....	7
1.2.5. PREGUNTAS DIRECTRICES.....	7
1.2.6. DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA .....	7
1.3    JUSTIFICACIÓN.....	9
1.4. OBJETIVOS .....	10
1.4.1. OBJETIVO GENERAL .....	10
1.4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	10
CAPÍTULO II .....	11
2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS.....	11
2.2. FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA .....	14
2.4. CATEGORÍAS FUNDAMENTALES (SUPER ORDINACIÓN CONCEPTUAL).....	21
2.4.1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA (SUPERORDINACIÓN CONCEPTUAL VARIABLE INDEPENDIENTE).....	23

2.4.2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA (SUPERORDINACIÓN CONCEPTUAL VARIABLE DEPENDIENTE).....	30
2.6. SEÑALAMIENTO DE LAS VARIABLES.....	33
CAPÍTULO III.....	34
METODOLOGÍA.....	34
3.1 ENFOQUE DE LA INVESTIGACION.....	34
3.2. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN.....	34
3.3. NIVEL O TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	35
3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA.....	35
3.4.1. POBLACIÓN.....	35
3.4.2. MUESTRA.....	36
3.5 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.....	38
3.5.1 OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE.....	38
.....	39
3.5.2. VARIABLE DEPENDIENTE: DESARROLLO TURÍSTICO.....	40
3.6 RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN.....	42
3.7 PLAN DE PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN.....	43
CAPÍTULO IV.....	44
ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	44
4.1 ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	44
4.2. VERIFICACIÓN DE LA HIPÓTESIS.....	57
4.2.1 PLANTEAMIENTO DE LA HIPÓTESIS.....	57
4.2.2. SELECCIÓN DE SIGNIFICACIÓN.....	57
4.2.3. DESCRIPCIÓN DE LA POBLACIÓN.....	57
4.2.4. ESPECIFICACIÓN DE LO ESTADÍSTICO.....	58
4.2.5. ESPECIFICACIÓN DE LAS REGIONES DE ACEPTACIÓN Y RECHAZO.....	59
4.2.7. CÁLCULO DE CHI CUADRADO.....	61
4.2.8. DECISIÓN.....	61
CAPÍTULO VI.....	63
LA PROPUESTA.....	63
5.1. DATOS INFORMATIVOS.....	63
5.2. ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA.....	64
5.3. JUSTIFICACIÓN.....	64

5.4.	OBJETIVOS DE LA PROPUESTA .....	66
5.4.1.	GENERAL .....	66
5.4.2.	ESPECÍFICOS .....	66
5.5.	ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD .....	66
5.6.	FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICA TÉCNICA.....	67
5.7.	METODOLOGIA .....	68
5.8.	DESARROLLO OPERATIVO DE LA PROPUESTA .....	69
4.3	BIBLIOGRAFÍA Y LINKOGRAFÍA .....	111
4.3.1	BIBLIOGRAFÍA.....	111

## ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO 1: OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE. ....	38
CUADRO 2: OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE DEPENDIENTE. ....	40
CUADRO 3: RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN .....	42
CUADRO 4: DESCRIPCIÓN DE LA POBLACIÓN .....	58
CUADRO 5: GRADOS DE LIBERTAD .....	59
CUADRO 6: ESPECIFICACIÓN DE LO ESTADÍSTICO (FRECUENCIAS OBSERVADAS) .....	60
CUADRO 7: FRECUENCIAS ESPERADAS.....	60
CUADRO 8: CÁLCULO DE CHI-CUADRADO.....	61
CUADRO 9: GEO REFERENCIA Y MAPEO PARA LA UBICACIÓN DE SEÑALÉTICA TURÍSTICA.....	76
CUADRO 10: SEÑALES TURÍSTICAS A UBICAR .....	91
CUADRO 11: PRESUPUESTO DE LA SEÑALIZACIÓN .....	110

## ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1: MUESTRA .....	37
TABLA 2: TABULACIÓN PREGUNTA 1 .....	45
TABLA 3: TABULACIÓN PREGUNTA 2 .....	46
TABLA 4: TABULACIÓN PREGUNTA 3 .....	47
TABLA 5: TABULACIÓN PREGUNTA 4 .....	49
TABLA 6: TABULACIÓN PREGUNTA 5 .....	50
TABLA 7: TABULACIÓN PREGUNTA 6 .....	51
TABLA 8: TABULACIÓN PREGUNTA 7 .....	53
TABLA 9: TABULACIÓN PREGUNTA 8 .....	55
TABLA 10: METODOLOGÍA.....	69
TABLA 11: POTENCIAL TURÍSTICO .....	71

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

ILUSTRACIÓN 1. MACRO UBICACIÓN .....	8
ILUSTRACIÓN 2. MICRO UBICACIÓN.....	8
ILUSTRACIÓN 3: CROQUIS DE LUGARES CON POTENCIAL TURISTICO DE LA PARROQUIA SALINAS.....	73
ILUSTRACIÓN 4: CROQUIS DE LUGARES CON POTENCIAL TURISTICO DE LA PARROQUIA SALINAS.....	74
ILUSTRACIÓN 5: CROQUIS DE LUGARES GENERAL DE LA PARROQUIA SALINAS	75
ILUSTRACIÓN 6: TIPOS DE SEÑAL.....	116
ILUSTRACIÓN 7: TIPOS DE VALLAS EN CARRETERAS.....	117
ILUSTRACIÓN 8: SEÑALES DE SERVICIOS.....	118
ILUSTRACIÓN 9: SEÑALES PARA ATRACTIVOS TURÍSTICOS.....	119

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÀFICO 1: ÁRBOL DE PROBLEMAS .....	5
GRÀFICO2: SÚPER ORDINACIÓN CONCEPTUAL .....	21
GRÀFICO3: SUBORDINACIÓN CONCEPTUAL VARIABLE INDEPENDIENTE. ....	22
GRÀFICO4: SUBORDINACIÓN CONCEPTUAL VARIABLE DEPENDIENTE. ....	22
GRÀFICO 5: REPRESENTACIÓN GRÁFICA PREGUNTA 1 .....	45
GRÁFICO 6: REPRESENTACIÓN GRÁFICA PREGUNTA 2 .....	46
GRÀFICO 7: REPRESENTACIÓN GRÁFICA PREGUNTA 3 .....	47
GRÀFICO 8: REPRESENTACIÓN GRÁFICA PREGUNTA 4 .....	49
GRÀFICO 9: REPRESENTACIÓN GRÁFICA PREGUNTA 5 .....	50
GRÀFICO 10: REPRESENTACIÓN GRÁFICA PREGUNTA 6 .....	51
GRÀFICO 11: REPRESENTACIÓN GRÁFICA PREGUNTA 7 .....	53
GRÁFICO 12: REPRESENTACIÓN GRÁFICA PREGUNTA 8 .....	55

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO FACULTAD DE CIENCIAS  
HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN**

**CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA**

**RESUMEN EJECUTIVO**

**TEMA: “LA SEÑALÉTICA TURÍSTICA Y LA GESTIÓN TURÍSTICA DE LA PARROQUIA SAN BARTOLOMÉ DE PINLLO, CANTÓN AMBATO, PROVINCIA DE TUNGURAHUA”**

**AUTOR:** Pablo Roberto Chamorro Salazar

**TUTOR:** Ing. Mg. Adolfo Ricardo Guamán Guevara

**Resumen**

La presente investigación, tiene como principal objetivo determinar la incidencia de la señalética turística en la gestión turística del Gobierno Autónomo Descentralizado de la parroquia Salinas, cantón Guaranda, provincia de Bolívar, considerando que la actividad turística en el Ecuador en la actualidad es manejada desde otra perspectiva y es considerada por la administración nacional como política de estado.

Se ha identificado como problemática la insuficiente dotación de facilidades turísticas, específicamente respecto a la señalización en los atractivos turísticos, como una acción fundamental para que el turista entre otras actividades pueda ubicarse en el territorio, tener un conocimiento más exacto del atractivo que visita, y sobre todo es un proceso de ordenamiento turístico del territorio.

Se ha realizado como modalidad de la investigación la investigación de campo, misma que destaca dos acciones fundamentales, la aplicación de encuestas, realizada a los turistas nacionales que visitan el territorio; y por otra parte el conocimiento del territorio para la identificación de los atractivos turísticos mismos que con el apoyo de los sistemas de información geográfica cuenta con un registro espacial para la ubicación exacta de los elementos de señalización turística.

La conclusión más importante es definida por la necesidad de un sistema adecuado de señalización turística tanto por parte de los turistas que visitan el territorio como por los prestadores de servicios turísticos del territorio; hay que considerar que el destino turístico la parroquia Salinas, se destaca por su vocación micro-empresarial y atractivos culturales-naturales, misma que concita el interés de propios y extraños, por lo que la parroquia Salinas es una parada obligatoria para la visitación turística del cantón Guaranda de la provincia Bolívar.

Lo que se pretende con la presente investigación es presentar una propuesta técnica para la implementación de un sistema de señalización turística adecuada, técnica, que responda a los parámetros establecidos por el ministerio coordinador de la actividad turística en el país y de esta manera fortalecer el destino turístico.

**Palabras Claves:**

Demanda turística, señalética turística, competencia turística, destino turístico, atractivo turístico, vocación del territorio, sistema de información geográfica, turistas.

## INTRODUCCIÓN

Actualmente, las intervenciones turística en el país, responde a las necesidades de los territorios, de las competencias exclusivas de los gobiernos autónomos descentralizados, así como a los lineamientos técnicos emitidos por la autoridad nacional turística. El trabajo interinstitucional conjunto en referencia a las competencias, garantiza la optimización de recursos financieros, humanos, administrativos, así como resultados eficaces.

Por tal motivo se ha considerado importante realizar esta investigación con las siguientes temáticas:

**I CAPITULO**, principalmente destaca la problemática del territorio en función de la dotación de facilidades turísticas como un aspecto importante para que el turista pueda ubicarse en el territorio, así como ayuda a mejorar las condiciones de satisfacción del turista en el destino.

**II CAPITULO**, se considera el marco teórico y se mencionan los contenidos y los temas, los análisis técnicos respectivos en función de las variables dependiente e independiente.

**III CAPITULO**, aquí se destacan los procedimientos metodológicos más sobresalientes, principalmente la modalidad de la investigación, en este caso al investigación de campo, así como la elaboración de instrumentos de recolección de información.

**IV CAPITULO**, este ítem determina técnicamente las necesidades del mercado turístico en función de la oferta de facilidades turísticas, la aplicación de encuestas, la tabulación de resultados, el análisis e interpretación de resultados, y finalmente la verificación de hipótesis aplicando el método del chi cuadrado.

**V CAPITULO**, en función de los objetivos específicos y resultados obtenidos se procede a la determinación de conclusiones y recomendaciones respectivamente.

**VI CAPITULO**, finalmente se propone un sistema de señalética turística para la implementación en el territorio, mismo que permitirá ofrecer al turista mejores condiciones para disfrutar en su visita al territorio, así como fortalecer los procesos de gestión turística de la administración parroquial.

## **CAPÍTULO I**

### **1.1.-TEMA**

“Recorridos auto guiados y su importancia en el incremento de la demanda turística en la parroquia Salinas, cantón Guaranda, provincia de Bolívar”

### **1.2.- PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

#### **1.2.1.- CONTEXTUALIZACIÓN**

En la actualidad en el Ecuador se opta por fomentar un Turismo Consciente, basándose principalmente en la responsabilidad social, económica y también del cuidado del ambiente, promoviendo los valores innatos en cada una de las personas, como resultado de las buenas practicas turística. Estableciendo así un pacto de convivencia, responsabilidad y respeto entre los visitantes, las comunidades y por su puesto el patrimonio natural y cultural. (MINTUR, 2012). El Ministerio de Turismo del Ecuador, en concordancia con los lineamientos y objetivos del Plandetur 2020, decidió trabajar en una estructura integral de señalización y de orientación común para turistas nacionales y extranjeros; que les brinde facilidad y eficacia en el acceso a cada uno de los destinos del país, con el fin de mejorar la seguridad, información y su tiempo de desplazamiento. (MINTUR, 2007). Un total de 416.037 turistas arribaron a Ecuador durante el primer trimestre del 2015, evidenciando un crecimiento del 6,4% con relación a igual período del 2014. La Coordinación General de Estadística e Investigación del Ministerio de Turismo señala, en su boletín trimestral, que Ecuador en este primer trimestre espera obtener USD 388 millones por concepto de turismo; es decir USD 24 millones más que de lo que se recibió en el primer trimestre del año anterior.

El documento destaca, además, que 252.993 turistas, que representa el 61% de visitantes, llegaron al país vía aérea; mientras que el 34% (142.332) lo hicieron por vía terrestre y el 5% (20.710) por vía marítima. Este último segmento, de acuerdo con el informe, mostró un mayor dinamismo al incrementarse en 24% respecto al primer trimestre de 2014. (MINTUR, 2015).

Son cifras realmente alentadoras para nuestro país y para las personas que de alguna manera participan de una actividad que está en auge como es el turismo, y que poco a poco mediante los proyectos y planes que el gobierno nacional se encuentra ejecutando, nuestro país se está insertando como una potencia turística y siguiendo los pasos de otros países con mayor desarrollo turístico, todo esto se está desarrollando con el fin que es ser un país líder en turismo consiente y sustentable, y su vez posicionarse como uno de los mejores destinos en el mundo .

Las autoridades provinciales de turismo en Bolívar trabajan conjuntamente con los municipios de los cantones, en especial con los departamentos encargados de la actividad turística en cada cantón, para implementar señalética turística que facilite la ubicación del turista cuando se dirige a cualquier atractivo que posee los siete cantones de la provincia. Por este motivo la intervención de las entidades públicas, privadas y comunitarias se vuelve fundamental para poder desarrollar la actividad turística, convirtiéndose esta en una alternativa válida para el mejoramiento de las condiciones de vida de las localidades, y a su vez promoviendo la conservación del patrimonio natural y cultural que poseen los pueblos, a su vez la iniciativa tomada por las autoridades causara en la provincia un incremento de la demanda turística para un mayor desarrollo del sector. (GADGUARANDA, 2013)

Al analizar el documento del GAD Municipal de Guaranda, se puede decir que gracias al turismo se puede obtener grandes beneficios económicos los mismos que podrán contribuir a la mejora de la calidad de vida de los ecuatorianos, al momento en que la

demanda turística crezca, los operadores de turismo incrementarían sus servicios y por ende crearían más plazas de trabajo que será beneficioso para el Ecuador y aportaría al buen vivir.

Hace 40 años, Salinas de Tomabelas era un pueblo donde no existían vías de acceso, comunicación y mucho menos servicios básicos, debido a su ubicación geográfica nadie se interesaba por las personas que habitaban allí, ni el potencial que allí existía, resultado de esto nadie optaría por vivir allí y mucho menos intentar desarrollar alguna actividad turística. Pero todo cambió cuando un salesiano italiano llamado Padre Antonio Polo F. llegó a Salinas con nuevos ideales y pensamientos de economía solidaria, trabajo en equipo, promoviendo valores como la solidaridad, amistad, cooperación, ética, entre otros y motivado por la fe católica impulsó a los pobladores para poner en marcha sus proyectos, al pasar los años, transformó a Salinas de un pueblo olvidado por el mundo a un pueblo netamente turístico y lo posicionó como uno de los puntos más importantes para visitantes y turistas nacionales y extranjeros tanto en la provincia de Bolívar como a nivel nacional. (POLO, 2003)

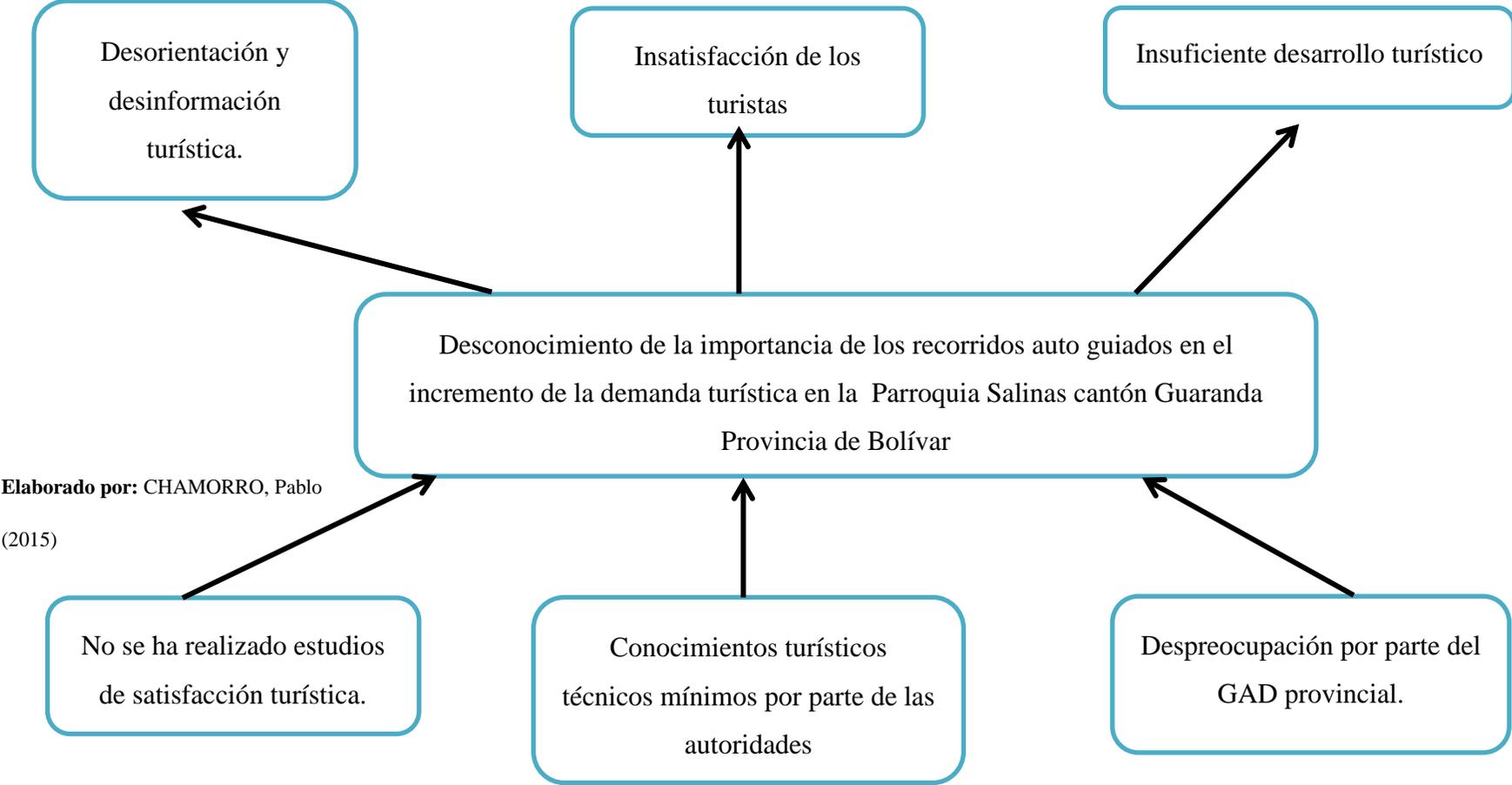
El turismo tuvo una trayectoria peculiar, pues no surgió por iniciativa externa sino que fue consecuencia del proyecto global. Hubo una intervención extranjera para la edificación de albergues e, incluso construirlos, pero esta intervención no se centraba netamente en una iniciativa turística, pero que con el paso del tiempo se convirtió en una. En el fenómeno salinero el turismo es paradójico, creció sin que nadie lo esperara, como fue el caso con los hongos bajo el bosque de pinos. En pocos años se han abierto que toman en cuenta la riqueza ambiental y sus múltiples perspectivas. Si funciona el turismo en Salinas es debido más a la fama de los productos que ahí se elaboran en sus distintas empresas ubicadas en toda la parroquia y a la notoriedad del proyecto en su conjunto con los productos turísticos propiamente dichos o a la armazón de un proyecto cohesionado. En la actualidad, las actividades turísticas en la parroquia Salinas cantón Guaranda provincia de Bolívar han sufrido grandes cambios positivos, fomentando el interés en las personas por visitar y conocer sus micro-empresas, la economía solidaria,

sus atractivos naturales y por ende logrando que las comunidades aledañas desarrollen su economía local, generando fuentes de empleo y evitando que las personas migren a otros lugares fortaleciendo así sus actividades. Gracias al interés que los pobladores y los salesianos han puesto, se ha mejorado la calidad de los productos que se elaboran en las micro-empresas turísticas y también se ha mejorado los senderos turísticos, se ha logrado concientizar a la sociedad en lo valioso que es impulsar el turismo en los distintos sectores aptos para esta actividad y de esta manera obtener una mejor conservación de sus recursos naturales y culturales.

1.2.2 Análisis Crítico

Árbol de problemas

Gráfico 1: Árbol de problemas



Elaborado por: CHAMORRO, Pablo (2015)

Los inexistentes estudios que midan el grado de satisfacción turística en esta parroquia adicionado a la escasa formación profesional por parte de las personas y autoridades orientada al turismo de la parroquia Salinas, además por ser una parroquia en donde existen varias micro-empresas que se encuentran ubicadas indistintamente en la parroquia y cada una de ellas elaboran distintos productos, pero estas no se encuentran debidamente señalizadas para que el turista pueda visitarlas o hacer realizar recorridos auto guiados, debido a las labores que realizan las micro-empresas las autoridades se han preocupados más por la mejora de las mismas y esto ha causado que exista mayor apoyo a otras actividades productivas que generan un cierto grado de impacto ambiental; han sido las principales causas que ocasionan un insuficiente desarrollo turístico y una escasa demanda en la parroquia Salinas.

Consecuencia de lo descrito anteriormente, es que exista desorientación y deficiente información que ayude a intensificar de mejor manera a la demanda turística, lo que consecuente produce insatisfacción y malas experiencias al visitante perjudicando gravemente al sector y a sus habitantes; de esta forma la demanda turística del territorio tiende a sufrir una deflación de visitantes debido a la mala nombradía que va recibiendo la parroquia por no contar con buenas facilidades turísticas tal es el ejemplo de una buena señalética turística.

También se ha establecido que existe una despreocupación por parte del GAD provincial hacia el sector turístico en mención, porque no cuenta con la suficiente sensatez sobre los beneficios económicos que representa el turismo, es una actividad de crecimiento no solo para las grandes empresas turísticas sino también para muchas personas y familias que se benefician de esta actividad directa o indirectamente. Lo que ha provocado que las autoridades muestren un desinterés por las necesidades que los turistas tienen, lo que a futuro podría causar un escaso desarrollo turístico en el sector.

### **1.2.3 Prognosis**

De no realizarse la presente investigación, continuará la problemática encontrada sobre el Desconocimiento de la importancia de los recorridos auto guiados en el incremento de la demanda turística en la Parroquia Salinas cantón Guaranda Provincia de Bolívar, los turistas nacionales como extranjeros no contarán con una herramienta indispensable para conocer este hermoso lugar así como todas sus actividades micro-empresariales y también sus atractivos naturales, la población no podrá fortalecer de una mejor manera el turismo y aprovechar sus benéficos.

### **1.2.4. Formulación del Problema**

¿Cuál es la importancia de los recorridos auto guiados en el incremento de la demanda turística en la Parroquia Salinas?

### **1.2.5. Preguntas directrices**

¿Cuál es la situación actual en que se encuentra las facilidades turísticas de la parroquia Salinas con respecto a la señalética turística?

¿Cuáles son los índices de la demanda turística actual de la Parroquia Salinas?

### **1.2.6. Delimitación del Problema**

#### **Delimitación del contenido:**

- Campo: Social
- Área: Turismo
- Aspecto: Señalética turística y demanda turística

### **Delimitación espacial:**

La presente investigación se realizara en la parroquia Salinas, cantón Guaranda, provincia de Bolívar, Ecuador; ubicada ubicada en la zona nororiental de la ciudad de Guaranda, a una altitud de 3.550 msnm.

**Ilustración 1. Macro Ubicación**



Fuente: (GoogleMaps, 2015)

**Ilustración 2. Micro ubicación**



Fuente: (GoogleMaps, 2015)

### **Delimitación temporal:**

Este trabajo de investigación se realizara en el periodo comprendido entre: Octubre 2015 – Marzo 2016

### **1.3 JUSTIFICACIÓN**

Este trabajo de investigación es **importante** y necesario realizarlo porque gran parte a las comunidades están encaminadas a potencializar las actividades turísticas, creando así nuevas fuentes de ingresos que posteriormente servirán para el bien común de toda la sociedad. Por tal motivo el objetivo del presente trabajo está encaminado al estudio técnico y responsable de la señalización turística como una facilidad para el turista en recorridos auto guiado en la parroquia Salinas, cantón Guaranda, provincia de Bolívar.

Es **factible** que se realice esta investigación a mención, porque la parroquia está muy interesada en el desarrollo de actividades turísticas e incremento del turismo de una forma consiente y sostenible, para lo cual se busca el apoyo tanto del Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia de Bolívar, como de otras instituciones de la parroquia que han podido apreciar la potencialidad turística de este sector.

La señalética en si será **fundamental** para que los turistas tanto nacionales como extranjeros puedan realizar recorridos auto guiados más fácilmente en donde se emplace la señalética y con eso aprovechar más el tiempo, gozar de una mayor experiencia, disfrutar de todos los productos que se realiza en las diferentes micro-empresas y a la vez de los atractivos con los que cuenta la parroquia Salinas.

## **1.4. OBJETIVOS**

### **1.4.1. Objetivo General**

Analizar la importancia de los recorridos auto guiados en el incremento de la demanda turística de la parroquia Salinas, cantón Guaranda, provincia de Bolívar.

### **1.4.2. Objetivos Específicos**

- Indagar la situación actual de las facilidades turísticas de la parroquia Salinas con respecto a recorridos auto guiados.
- Determinar los requerimientos que demanda el turista antes, durante y después de la visita a la parroquia “Salinas”.
- Redacción de un paper científico como aporte en la investigación a los Recorridos auto guiados y su importancia en el incremento de la demanda Turística.

## **CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO**

### **2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS**

Para la presente investigación se han tomado como antecedentes los siguientes trabajos investigativos:

Según: CUNALATA HIDALGO, Mayra Janeth (2011), quien menciona en su Tesis: “**LA SEÑALÉTICA Y EL DESARROLLO TURÍSTICO DEL CANTÓN SAQUISILÍ, PROVINCIA DE COTOPAXI**”, (CUNALATA, 2011) concluye que:

- Se ha constatado que el Cantón Saquisilí no existe una adecuada señalética por lo que hace que el turista no pueda guiarse con facilidad hacia los diferentes atractivos.
- Los medios de comunicación son suficientes para dar a conocer los atractivos que posee el Cantón.

**Comentario:** Se puede evidenciar que la señalética turística fomenta el desarrollo del sector en el que se ha implementado y que mediante los diferentes medios de comunicación y señalética se puede promocionar de una manera adecuada.

Según: ROSAS PACHA, Gabriela Elizabeth (2009), quien menciona en su tesis: “**LA SEÑALIZACIÓN TURÍSTICA INTERPRETATIVA ACTUAL IMPLANTADA POR EL H. CONSEJO PROVINCIAL DE TUNGURAHUA Y SU APOORTE EN EL DESARROLLO TURÍSTICO DE LA ZONA CÉNTRICA DEL CANTÓN BAÑOS**”, (ROSAS, 2009) concluye que:

- En el proyecto se determinó el aporte al desarrollo turístico que tiene la Señalización en el Cantón Baños.
- Se consiguió el apoyo de los gobiernos seccionales para obtener información sobre la efectividad de la señalética turística.

**Comentario personal:** Podemos aludir que es muy importante que se realice este tipo de estudios para conocer el aporte de la implementación de la señalética y por ende conseguir el apoyo necesario para poner en marcha dichos proyectos que son de gran importancia los lugares turísticos.

Según: GALARZA MAYORGA, Luis Edmundo (2013), quien menciona en su tesis: “**SEÑALÉTICA TURÍSTICA INTERPRETATIVA Y SU APOORTE EN LA ORIENTACIÓN TURÍSTICA EN LA CIUDAD DE AMBATO PROVINCIA DE TUNGURAHUA**” (GALARZA, 2013), concluye que:

- Los conocimientos con los que cuentan las personas sobre orientación turística son mínimos.
- La señalética con la que cuenta la ciudad no es práctica para brindar un aporte a la orientación turística.
- Es difícil para los turistas poder visitar nuestra ciudad y poder conocer sus atractivos.
- Casi no existen señales para orientarse en y hacia los lugares turísticos en la ciudad de Ambato.

**Comentario.** En este trabajo de investigación se puede constatar que es muy importante la implementación de la señalética orientativa, puesto que su aporte beneficia a las

personas con escasos conocimientos de turismo y mejorar las facilidades turísticas brindando así un mejor servicio a las personas que realizan actividades turísticas.

Según ACOSTA VELASCO, Deysi Maricela (2014), quien menciona en su tesis: **“POSICIONAMIENTO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS Y SU INCIDENCIA EN LA DEMANDA TURÍSTICA DE LA PARROQUIA PANZALEO DEL CANTÓN SALCEDO PROVINCIA DE COTOPAXI”**, (ACOSTA, 2014) concluye que:

### **CONCLUSIONES**

- A través de las encuestas realizadas se logró comprobar que los cantones aledaños como referencia el cantón Pillarlo y Ambato pertenecientes a la provincia de Tungurahua ofertan mejores servicios y productos turísticos debido al trabajo en unión con el ministerio de turismo de su provincia que ha logrado implementar mejores facilidades turísticas.
- Los servicios turísticos que ofrece la parroquia Panzaleo son básicos y no cubren las necesidades del turistas que desea pernoctar en el lugar por lo que se ven obligados a visitar otros cantones , llegando a ser solo visitantes en el lugar.

**Comentario.** Al realizar este estudio se ha constatado que no existe una buena demanda turística en el cantón Salcedo y que los servicios turísticos con los que cuenta dicho cantón no cubren las necesidades del turista, por lo tanto se puede evidenciar que el mejoramiento de las facilidades turísticas y los atractivos mejoran la demanda de cualquier lugar.

Según ORTIZ CUJILEMA, Gabriela Cristina (2012), quien menciona en su tesis: **“DESARROLLO TURÍSTICO COMUNITARIO Y SU INCIDENCIA EN LA DEMANDA TURÍSTICA EN LA COMUNIDAD PONDOA DE LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA”**, (ORTIZ, 2012) concluye que:

## **CONCLUSIONES**

- Con un mejor ingreso económico, tomará más importancia la Comunidad Pondoá para poder producir y mejorar su ámbito turístico.
- Podríamos decir que la Comunidad Pondoá en el cantón Baños es necesario tener una micro empresa comunitaria con empresas turísticas e identidades públicas del gobierno
- Motivar a los operadores turísticos y guías de la Comunidad Pondoá para que ellos sean emprendedores del proyecto y para mejorar su estilo de vida.

**Comentario.** Los estudios realizados para estos trabajos de investigación son de suma importancia, porque se puede evidenciar debilidades dentro del ámbito turístico y que con la realización de él trabajo en mención, se puede mejorar ciertas falencias que tiene dicho cantón referente a la demanda turística y a la demanda.

### **2.2. FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA**

El presente trabajo de investigación se fundamenta mediante el paradigma crítico propositivo, porque se examina una realidad social así como son Los recorridos auto guiados y su importancia en el incremento de la demanda turística y se expone alternativas proactivas, de manera que se pueda dar solución a esta problemática encontrada, al mismo tiempo contribuir al desarrollo del turismo en la parroquia Salinas.

### **2.3. FUNDAMENTACIÓN LEGAL**

La presente investigación se fundamenta mediante el paradigma crítico propositivo por la siguiente razón:

Porque se analiza una realidad social como son los recorridos auto guiados y su importancia en el incremento de la demanda turística en la parroquia Salinas, cantón Guaranda, provincia de Bolívar y se propone una alternativa propositiva para solucionar esta problemática y coadyuvar en la dinamización del turismo en la parroquia Salinas.

Además se enmarca dentro de los objetivos plan nacional del **Buen Vivir o sumak kawsay**:

**Art. 14.-** Se reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir, sumak kawsay. (BIESS, 2013)

**Art. 23.-** Las personas tienen derecho a acceder y participar del espacio público como ámbito de deliberación, intercambio cultural, cohesión social y promoción de la igualdad en la diversidad. El derecho a difundir en el espacio público las propias expresiones culturales se ejercerá sin más limitaciones que las que establezca la ley, con sujeción a los principios constitucionales. (BIESS, 2013)

**Art. 24.-** Las personas tienen derecho a la recreación y al esparcimiento, a la práctica del deporte y al tiempo libre. (BIESS, 2013)

**Objetivo 5** Construir espacios de encuentro común y fortalecer la identidad nacional, las identidades diversas, la plurinacionalidad y la interculturalidad. (BIESS, 2013)

Además se fundamenta legalmente en el Manual de **Procedimientos Plan Nacional de Señalización Turística** que está amparado en artículos de La Constitución de la República del Ecuador, la ley de turismo del Ecuador y la Normativa Técnica de Aplicación del Manual de Señalización Turística del Ministerio de Turismo. (MINTUR, 2013)

## **MANUAL DE PROCEDIMIENTOS**

### **Plan Nacional de Señalización Turística**

### **Constitución de la República del Ecuador**

## **TÍTULO II**

### **Capítulo segundo**

#### **Sección tercera**

#### **Comunicación e Información**

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

Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos.

La creación de medios de comunicación social, y al acceso en igualdad de condiciones al uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, y a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas.

El acceso y uso de todas las formas de comunicación visual, auditiva, sensorial y a otras que permitan la inclusión de personas con discapacidad.

Integrar los espacios de participación previstos en la Constitución en el campo de la comunicación. (MINTUR, 2008)

#### **Dentro de la Organización Territorial del Estado se considera:**

Art. 238.- Los gobiernos autónomos descentralizados gozarán de autonomía política, administrativa y financiera, y se regirán por los principios de solidaridad, subsidiariedad, equidad interterritorial, integración y participación ciudadana. En

ningún caso el ejercicio de la autonomía permitirá la secesión del territorio nacional. (MINTUR, 2008)

Constituyen gobiernos autónomos descentralizados las juntas parroquiales rurales, los concejos municipales, los concejos metropolitanos, los concejos provinciales y los concejos regionales. (MINTUR, 2008)

### **Régimen de Competencias**

Art. 262.- Los gobiernos regionales autónomos tendrán las siguientes competencias exclusivas, sin perjuicio de las otras que determine la ley que regule el sistema nacional de competencias: (se presentan únicamente los literales relacionados).

Fomentar las actividades productivas regionales. Junto con la descentralización aparecen aspectos fundamentales en el cumplimiento de objetivos planteados por el Gobierno de la Revolución Ciudadana y el Plan Nacional del Buen Vivir, canalizados a través de esta Cartera de Estado.

Proyectos relacionados con la comunicación e información turística difundida mediante el equipamiento de un Sistema Nacional de Señalización Turística, son acciones priorizadas por el Ministerio de Turismo y amparadas en las garantías y derechos que se otorgan a los ciudadanos en la Constitución de la República del Ecuador. (MINTUR, 2008)

SERVICIO DE INFORMACION SEGÚN ACUERDO MINISTERIAL CON  
FECHA MARTES 7 DE ABRIL DEL 2009 -- N" 565;

#### **Manifiesta lo siguiente:**

13.1 Contará con medios de información como por ejemplo: pizarra, exhibición, gigantografía, carpeta, etc. Que sean apropiados, que contengan información sobre servicios, actividades que se ofrecen en el CTC y en la comunidad con horarios y precios, mapa del área, atractivos turísticos de las cercanías, horarios y frecuencias de transportes públicos.

13.2 Se ofrecerá información sobre el ámbito natural, cultural y social de la comunidad a la cual pertenece el CTC y de cómo ésta trabaja diariamente y cómo el visitante o turista puede participar activamente en la aplicación de dichas medidas, ya sea mediante ahorro de agua, energía, separación de desechos, etc. Se comunicará a los visitantes el Código de Conducta del CTC a través de un medio apropiado.

13.3 Se tendrá a soltura del visitante y del personal de planta en general, información sobre las especies de flora y fauna que en el área de operación existen.

13.4 Se ofrecerá un formulario de sugerencias, opiniones e información con respecto al servicio.

14.11 Contará con una señalización de tipo bandera, faro, o algún distintivo para su ubicación, desde cualquier lugar. (JOSSE, 2009)

## **REGLAMENTO GENERAL A LA LEY DE TURISMO.**

### **TÍTULO PRIMERO**

#### **DEL REGIMEN INSTITUCIONAL**

#### **CAPÍTULO I**

#### **DEL MINISTERIO DE TURISMO**

“Art. 4.- Funciones y atribuciones del Ministerio de Turismo.- A más de las atribuciones generales que les corresponden a los ministerios contenidas en el Título VII, Capítulo III de la Constitución Política de la República del Ecuador y el Estatuto del Régimen Jurídico Administrativo de la Función Ejecutiva, en virtud de la Ley de Turismo le corresponde al Ministerio de Turismo: (MINTUR, 2008)

7. Promover y fomentar todo tipo de turismo, especialmente receptivo interno y social y la ejecución de proyectos, programas y prestación de servicios complementarios con organizaciones, entidades e instituciones públicas y privadas incluyendo comunidades indígenas y campesinas en sus respectivas localidades. Las instituciones del Estado no

podrán ejercer las actividades de turismo definidas en la ley y en este reglamento.  
(MINTUR, 2008)

## **LEY DE TURISMO**

### **CAPITULO I**

#### **GENERALIDADES**

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

- b) La participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización;
- c) El fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas;
- d) La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país; y,
- e) La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afro ecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta Ley y sus reglamentos. (MINTUR, 2007)

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

- a) Reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión, y al Estado en cuanto debe potencializar las actividades mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo;
- c) Proteger al turista y fomentar la conciencia turística;
- d) Propiciar la coordinación de los diferentes estamentos del Gobierno Nacional, y de los gobiernos locales para la consecución de los objetivos turísticos;

e) Promover la capacitación técnica y profesional de quienes ejercen legalmente la actividad turística;

g) Fomentar e incentivar el turismo interno. (MINTUR, 2007)

## **LEY DE TURISMO**

### **GENERALIDADES**

#### **CAPÍTULO X**

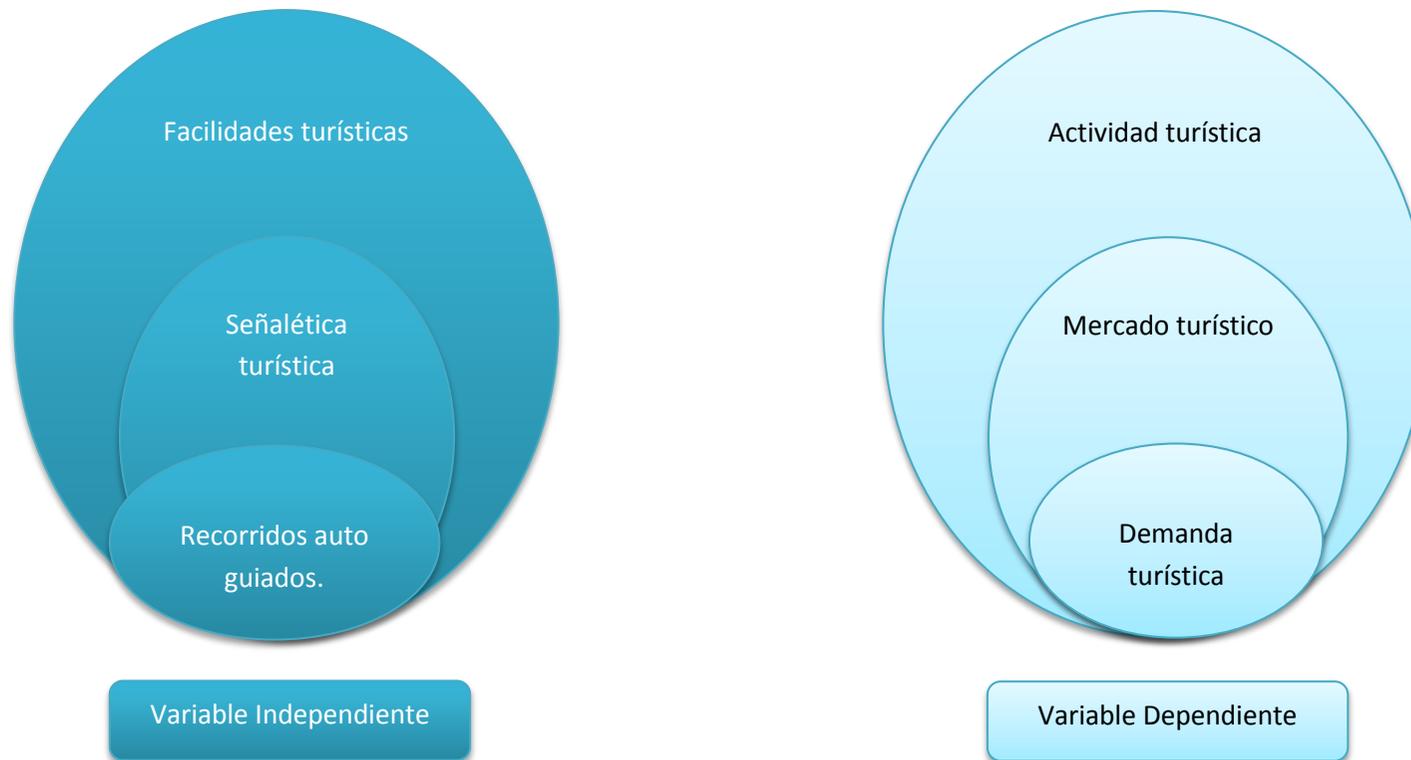
##### **PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR DE SERVICIOS TURÍSTICOS**

Art. 42.- Corresponde al Ministerio de Turismo la defensa de los derechos del usuario de servicios turísticos en los términos que señala la Constitución Política, la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor y esta Ley. (MINTUR, 2008)

Art. 43.- De conformidad con el artículo 23 numeral 3 de la Constitución Política, se prohíbe todo discrimen a los extranjeros o a cualquier otro grupo humano en las actividades turísticas, especialmente en lo que concierne a tarifas y tasas por cualquier servicio turístico. (MINTUR, 2008)

## 2.4. CATEGORÍAS FUNDAMENTALES (SUPER ORDINACIÓN CONCEPTUAL).

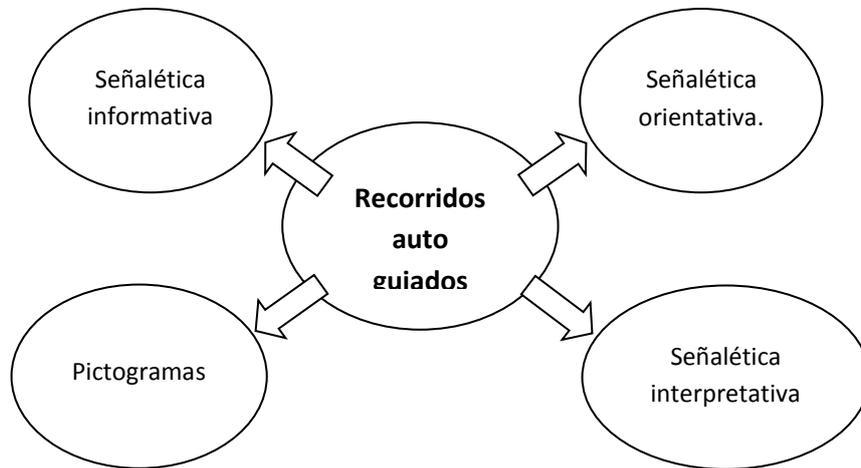
Gráfico2: Súper ordenación Conceptual



Elaborado por: CHAMORRO, Pablo (2015)

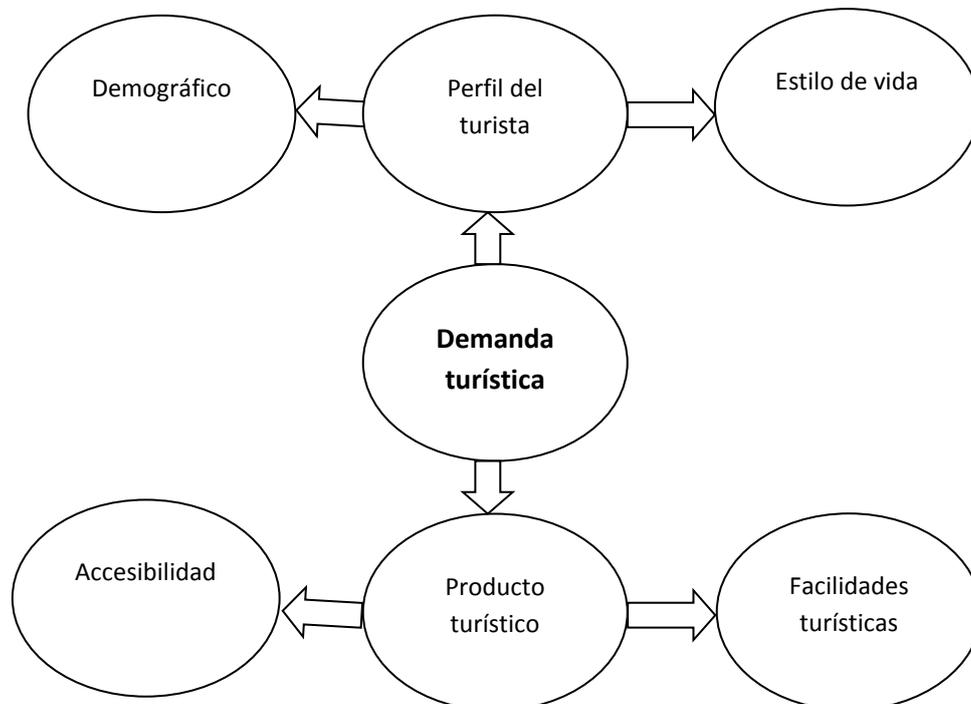
## SUBORDINACIÓN CONCEPTUAL.

Gráfico3: Subordinación conceptual variable independiente.



Elaborado por: CHAMORRO, Pablo (2015).

Gráfico4: Subordinación conceptual variable dependiente.



Elaborado por: CHAMORRO, Pablo (2015).

#### **2.4.1. Fundamentación Teórica (Superordinación conceptual variable independiente).**

##### **FACILIDADES TURÍSTICAS.**

“Son las instalaciones y servicios predestinados a facilitar el hospedaje y la alimentación como las distracciones, atractivos, y servicios similares para el turista. Es el conjunto de actividades perfectamente diferenciadas entre sí, pero íntimamente relacionadas, que funcionan en forma armónica y coordinada.” (yanitravel.blogspot, 2008)

“La palabra facilitación tiene que ver con facilidades para que el turista pueda desplazarse sin problemas por un territorio, tiene que ver con eliminar todas aquellas barreras, obstáculos o trabas que pudieran frenar el normal desenvolvimiento de las actividades turísticas y de los turistas.” (erranteviajero.blogspot, 2010)

La necesidad de complementación entre los atractivos y las facilidades turísticas surge como consecuencia de que los atractivos, como tales, constituyen de hecho la denominada oferta original, es decir, la que genera la corriente turística hacia el lugar; las facilidades turísticas son la oferta derivada, que se desarrolla para que el turista pueda permanecer y disfrutar de los atractivos que motivaron su viaje. (ISISUFG, 2008)

“Tienen la apreciación de facilidades turísticas la prestación de los siguientes servicios: alojamiento, gastronomía, agencia de viajes, información turística, amenidades, transporte, servicio al cliente”. (PARRA, 2011)

“Alojamiento, cuando se proporcione alojamiento o aposento a los usuarios de servicios turísticos, con o sin prestación de otros servicios adicionales.” (PARRA, 2011)

“Gastronomía, cuando se proporcione comida y bebida, para ser consumidas en el mismo local o en instalaciones ajenas.” (PARRA, 2011)

Agencia de viajes, empresa turística e intermediaria activa entre los sujetos de desplazamiento y prestadores de servicios específicos con fines de lucro. Se dedica a la elaboración de paquetes turísticos y a la vez presta servicios a la corriente turística para facilitar la realización de un viaje. (DREAM TRAVEL INDUSTRIES.BLOGSPOT, 2012)

Información turística, son todos de servicios que se brindan al turista con el objetivo de informarle, orientarle, facilitarle y atenderle durante su viaje o estancia vacacional en oficinas de información turística a través de informadores turísticos o a través de guías, intérpretes, correos de turismo, acompañantes de grupo, videos, etc. (PARRA, 2011)

Infraestructura vial turística, que tiene el propósito de orientar y facilitar la identificación y ubicación de los principales atractivos turísticos ubicados en la determinada localidad del país, además de la señalización vial y turística con el respectivo equipamiento de vallas, pórticos, banderas y parantes para brindar una adecuada orientación e información a los turistas. (PARRA, 2011)

El Servicio al Cliente, es el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece un proveedor con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo. El servicio al cliente es una poderosa herramienta de mercadeo. Se trata de una herramienta que puede ser muy eficaz en una organización si es utilizada de forma adecuada, para ello se deben seguir ciertas políticas institucionales. (REPO.UTA, 2013)

**Comentario.-** Las facilidades turísticas son todas aquellas que ayudan como complemento para los atractivos turísticos, pues permite la permanencia y el disfrute de un lugar o centro receptor. Sin ellas, el recurso turístico no puede constituirse como un producto y se basa en la calidad como una herramienta integradora de los diferentes componentes del mismo.

**LA SEÑALIZACIÓN TURÍSTICA.-** Es un sistema de información que, mediante vallas ubicadas en lugares estratégicos, permite la identificación de atractivos y bienes de interés turístico. Para tal fin, la Organización Mundial del Turismo ha establecido y recomendado una simbología y las características básicas de diseño, de tal manera que pueden ser reconocidos por los viajeros en cualquier lugar del mundo. (VALENCIA, 2003)

### **CARACTERÍSTICAS DE LA SEÑALIZACIÓN**

1. El objetivo de la señalización es la ordenación de los flujos humanos y motorizados en el espacio externo.
2. Es un sistema preciso de conductas.
3. El sistema es universal y está creado como tal íntegramente.
4. Las señales preceden a los problemas.
5. Las señales han sido ya normalizadas, homologadas y se encuentran en la industria.
6. Es indiferente a las características del medio.
7. Aporta al medio factores de similitud.
8. No influye en la imagen del medio.
9. La señalización finiquita en sí misma. (VALENCIA, 2003)

## **LA SEÑALÉTICA**

“La señalética es la parte de la ciencia de la comunicación visual que estudia las relaciones funcionales entre los signos de orientación en el espacio y comportamientos de los individuos.” (COSTA, 2007)

## **SEÑALÉTICA TURÍSTICA.**

“El objetivo tradicional de la señalética es el de localizar un sitio determinado. Sin embargo, la señalización en sitios naturales abarca un concepto mucho más amplio, en el que se incluye el trayecto mismo y se involucran veredas, caminos y recorridos cuyos elementos estéticos, naturales, deportivos o culturales contienen un valor y atractivo propios.” (SECTUR, 2004)

“Estudia el empleo de signos gráficos para orientar el flujo de las personas en un espacio determinado e informar de los servicios disponibles, los identifica y regula para una mejor y más rápida accesibilidad a ellos, y para una mayor seguridad en sus desplazamientos y acciones.” (MINTUR, 2013)

“La señalética se refiere a los carteles, señales o marcas necesarias para orientar al usuario durante su recorrido por el sendero, pudiendo además entregar información acerca de elementos atractivos o destacables, sobre la duración del recorrido, altitud (msnm), distancia a puntos de interés o descripción de flora y fauna.” (TACON & FIRMANI, 2004)

## **Fundamentación Teórica (Subordinación conceptual variable independiente).**

### **SEÑALÉTICA INFORMATIVA.**

La información precisa es una de las más grandes herramientas del turista que ha decidido adentrarse en un área natural sin conocerla a fondo. Las señales ofrecen información geográfica sobre destinos, distancias y actividades que es posible efectuar y los servicios disponibles. (SECTUR, 2004)

Están ubicados en cualquier lugar del medio y su función es de transmitir información sobre destinos y servicios turísticos; además asocia 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. (MINTUR, 2013)

### **SEÑALÉTICA INTERPRETATIVA.**

“Este tipo de señalética ayuda a organizar la información y presentarla de un modo racional; además, está diseñada de forma de no tener una forma correcta de recorrido y poder hacer el abordaje desde distintos puntos. Lo fundamental en la consideración de la señalética interpretativa en cualquier exhibición es: el título, la introducción, el grupo o sección de señalética y el encabezamiento.” (COSENTINO, 2009)

“Señalización interpretativa; es aquel tipo de señalización que facilita al visitante una explicación detallada, referente a uno o varios elementos de interés relacionados con la flora y la fauna, la arquitectura, el paisaje, las costumbres, etc.” (GOBIERNO DE ARAGON , 2007)

“Un panel interpretativo se puede explicar y dar sentido a un paisaje, manifestando sus características, se puede explicar un cruce de sendas, una ruina, un edificio antiguo, una técnica, un material, una producción, etc. La señalética interpretativa accede que el visitante, aun sin un guía, perciba la profundidad del valor del lugar que está visitando.” (CARRERA, 2008)

## **PICTOGRAMAS.**

“Un pictograma es un signo claro y esquemático que representa un objeto real, figura o concepto. Sintetiza un mensaje que puede señalar o informar sobrepasando la barrera de las lenguas. Es un recurso comunicativo de carácter visual que podemos encontrar en diversos contextos de nuestra vida diaria y nos aporta información útil conocida por todos.” (Logopedia del Ponce de León.org, 2012)

- 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. (MINTUR, 2013)

**Comentario.-** La señalética turística es una herramienta de comunicación y de información para el turista, a su vez cumple da a conocer cuán importante es un lugar o la importancia que tiene dicho lugar. La señalética esta dirigía a orientar tanto a los habitantes de un sector como a los turistas o visitantes del mismo sea este urbano o rural. Esta señales deben facilitar con rapidez de forma clara y concisa la percepción de un mensaje que se desea transmitir.

## **RECORRIDOS AUTOGUIADOS**

“Los senderos interpretativos auto guiados son considerados como espacios en los cuales se llevan a cabo actividades educativas que buscan la integración de la sociedad civil, grupos humanos locales y visitantes” (SECTUR, 2004)

“Los senderos interpretativos se definen como infraestructuras organizadas que se encuentran en el medio natural, rural o urbano para facilitar y favorecer al visitante la realización y recreación con el entorno natural o área protegida donde se emplace el sendero”. (VÁSCONEZ, 2014)

Los senderos interpretativos se pueden plantear desde distintas perspectivas, resaltamos algunas de ellas: para racionalizar y reducir al mínimo el impacto humano en zonas naturales; como ejes de recuperación del patrimonio cultural e histórico, como recurso didáctico e interdisciplinario que favorece la educación ambiental y la recreación en el entorno natural, o para despertar sensaciones y percepciones de los visitantes, entre otras. (PHILLIPS, 2009)

Se resalta que un sendero interpretativo no es solamente un sendero adaptado con letreros, puentes y miradores rústicos en un entorno natural, este concepto equívoco sobre los mismos puede causar un impacto contrario al sitio y a la región en que se ubique. (PHILLIPS, 2009)

**Comentario.-** Los recorridos auto guiados hace referencia un lugar o sendero en específico y los turistas pueden realizar el recorrido con la ayuda de una señalética bien organizada, folletos, guías, señales interpretativas, preventivos, restrictivos e informativos u otros, estos pueden hallarse en el medio natural, urbano o rural para proporcionar al turista o visitante su recreación con el medio en donde se sitúe el sendero.

#### **2.4.2. Fundamentación Teórica (Superordinación conceptual variable dependiente).**

##### **ACTIVIDAD TURÍSTICA**

El abanico de las actividades turísticas es infinito. Desde el disfrute de la playa a las actividades deportivas, las de aventura y riesgo, las eco turísticas... El turismo permite una amplia gama de experiencias que no se vive habitualmente y que, precisamente por ello, resultan un aliciente especialmente atractivo para el visitante. Pues bien, cualquiera de ellas, desde la observación de aves al golf, desde el submarinismo al descenso de cañones, excursiones a caballo, moto náutica, bicicleta, o todo terreno, todas las actividades turísticas debe tender a ser sostenibles. (PERÉZ, 2004)

La vinculación tan directa de estas actividades con el turismo viene del hecho de estar relacionadas con las características de desplazamiento y estancias fuera de su residencia, circunstancias por las cuales no puede vivir el turismo, hasta tal punto que a veces han llegado a identificarse este subsistema con el sector turístico y con el turismo en general. Sin embargo, esto supone una visión inexacta, reduccionista y sobre todo poco operativa para comprender lo que es el turismo, su alcance y las posibilidades para su regulación y fomento. (GARCÍA, 2006)

La actividad turística en la zona rural debe tener por objetivo su desarrollo sostenido. Es decir, sabe administrar los ambientes, los recursos, y las comunidades receptoras, con la finalidad de atender las necesidades económicas y sociales, preservando la integridad cultural, ecológica ambiental, para que puedan ser disfrutadas por las generaciones futuras. (ARVELO, 2004)

**Comentario.-** Aludiendo a los conceptos anteriores, podemos decir que la actividad turística hacer referencia al desplazamiento de un lugar de residencia hacia otro donde puede pernotar un periodo mayor a 24 horas, pero menor a un año, lo que implica hacer uso de otros servicios vinculados con esta actividad, finalmente dicha actividad es para

algunas zonas rurales su medio de subsistencia por lo cual ellos lo ven desde un punto de vista sostenible cumpliendo con los requerimientos tanto económicos como sociales y manteniendo su identidad.

## **MERCADO TURÍSTICO**

“El mercado turístico constituye el lugar de encuentro entre la oferta y la demanda turística. Si bien la oferta es una función controlable por el empresario, la demanda está condicionada por numerosos factores y variables que no siempre puede controlar la empresa” (PÉREZ, 2008)

“El mercado turístico, por lo tanto, es el rubro económico que engloba a todas las compañías que comercializan productos y servicios vinculados a los viajes. Este mercado suele tener ofertas asociadas al ocio, pero también a los viajes por negocios, estudios y otros motivos”. (DEFINICION.DE, 2015)

El mercado turístico presenta unas características particulares que lo hacen diferente a los demás sectores económicos, el mercado no se intercambia con productos sino, fundamentalmente, servicios. Esto le confiere una naturaleza intangible que condiciona la mayor parte de las actividades que en él se realizan. (JUAREZ, 2011)

**Comentario.-** Se puede decir que es el lugar en donde fluye la oferta y la demanda además de los servicios turísticos, el mismo puede tener temporadas altas y bajas en donde las empresas suben o bajan los precios de acuerdo a la estación.

## **DEMANDA TURISTICA**

“Es el conjunto de actividades que cumplen las personas durante sus traslados y estancias en otros lugares diferentes al de su entorno familiar, por un periodo de tiempo consecutivo menor a un año, con fines ocio, negocios u otra actividad”  
(CABARCOS, 2006)

“El turismo es el movimiento temporal de la gente por periodos temporales a un año, a destinos fuera del lugar de residencia y de trabajo, las actividades emprendidas durante la estancia y las facilidades creadas para satisfacer las necesidades”.  
(CROSBY, 1996)

El turismo se caracteriza por ser una actividad social y económica relativamente joven y por englobar a una gran variedad de sectores económicos y disciplinas académicas. Ello ha dado lugar a una dificultad evidente para establecer definiciones unánimes de la actividad turística y ha originado una multitud de ellas, cada una subrayando aspectos distintos de dicha actividad. (CROSBY, 1996)

**Comentario.-** Analizando los conceptos podemos decir que la demanda son todos los productos que son consumidos por un cierto número de personas en un tiempo y lugar determinado.

## **2.5. HIPÓTESIS.**

Los recorridos auto guiados si incrementan la demanda turística en la parroquia Salinas, cantón Guaranda, provincia de Bolívar

## **2.6. SEÑALAMIENTO DE LAS VARIABLES.**

**Variable Independiente:** Recorridos auto guiados

**Variable Dependiente:** Demanda turística

## **CAPÍTULO III**

### **METODOLOGÍA**

#### **3.1 ENFOQUE DE LA INVESTIGACION**

Para esta investigación se empleará el enfoque cualitativo puesto que se buscará establecer preguntas de investigación para conocer el criterio de los habitantes del sector y de turistas que llegan a la zona, y así investigar su importancia en el incremento de la demanda turística en la parroquia Salinas. Y es cuantitativa porque examina explicar los hechos con datos numéricos, orienta a la verificación de la hipótesis la misma que deberá ser comprobada a través de la recolección de información, tabulación de datos que estarán representados en cuadros estadísticos y contendrán conclusiones.

#### **3.2. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN**

Las modalidades que se tomarán en cuenta para la elaboración del presente trabajo de investigación serán:

- **De campo**

El desarrollo de esta investigación se lo realizará en el lugar donde ocurren los acontecimientos, en este caso la parroquia Salinas.

- **De intervención social**

Es crucial que exista el contacto directo con los habitantes de la parroquia y con los turistas que visitan la misma, sus aportaciones u opiniones son de gran importancia para el presente trabajo de investigación.

- **Documentación bibliográfica**

Es necesario basarse en toda la documentación necesaria que se pueda hallar en libros, folletos, textos, revistas, periódicos, etc., así también como toda la información virtual que se pueda obtener de páginas WEB, que serán de gran refuerzo para el desarrollo de la investigación.

### **3.3. NIVEL O TIPO DE INVESTIGACIÓN**

Para la estructuración del presente trabajo de investigación será de **tipo exploratorio**, puesto que a través de ello permitirá recabar datos e información real y relevante para realizar la comprobación de la hipótesis esbozada. Además, será de **tipo descriptivo** porque se realiza un análisis recóndito de las variables planteadas a través de la contextualización de, y de una descripción meticulosa del marco teórico. Y por último será de **tipo explicativo** puesto que el avance de la investigación y de la comprobación de la hipótesis, es permisible establecer conclusiones y recomendaciones que servirán para generar un paper científico que será de gran beneficio al momento de su publicación.

### **3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA**

#### **3.4.1. Población**

El actual trabajo de investigación involucra a los habitantes de la parroquia Salinas, cantón Guaranda, provincia de Bolívar. La población de la parroquia Salinas es de aproximadamente 8700 según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (INEC)

### **3.4.2. Muestra**

La presente muestra ira dirigida únicamente a las personas que se involucran dentro del ámbito turístico y cuyo aporte será de importancia relevante para la investigación.

Debido a aquello la población es reducida y no se extraerá una muestra y la encuesta se aplicara al total de la población para obtener un alto nivel de veracidad de la información requerida para la investigación.

La presente investigación tomo como universo a 10 guías te turismo comunitario quienes laboran ahí, 10 representantes de las diferentes micro empresas comunitarias, 3 representantes quienes brindan el servicio de hospedaje, 3 representantes de centros de acopio, 7 representantes de restauración gastronómica debido a sus conocimientos gastronómicos y turísticos, 6 operadoras de turismo quienes aportan con sus conocimientos turísticos, 20 personas que laboran brindando el transporte, además se realizara a un grupo selectivo de personas las mismas que están inmersas dentro del carácter turístico como es el GAD parroquial de Salinas de Guaranda 2 representantes y 1 persona quien está a cargo del CTC de Salinas.

Por lo cual se ha elaborado el siguiente cuadro:

Tabla 1: Muestra

<b>Entidad</b>	<b>Número de Entidades</b>	<b>N° Representantes</b>
<b>GAD Parroquial</b>	1	2
<b>Restauración</b>	7	7
<b>Guías de turismo</b>	10	10
<b>Operadores de Turismo</b>	6	6
<b>Transporte</b>	2	20
<b>Micro empresas</b>	15	10
<b>CTC</b>	1	1
<b>Hospedaje</b>	3	3
<b>Centros de acopio</b>	3	3
	<b>Total</b>	<b>62</b>

Elaborado por: CHAMORRO, Pablo (2015).

Por lo tanto se aplicarían 62 encuestas, las mismas que tendrán un 100% de veracidad en la información ya que el universo al que se realizó las encuestas son personas que están inmersas en turismo y por lo tanto tienen vastos conocimientos sobre el tema y la información brindada será de suma importancia para la realización en este trabajo de investigación.

### 3.5 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

#### 3.5.1 Operacionalización de la variable Independiente

**Cuadro 1: Operacionalización de la variable independiente.**

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORÍAS	INDICADORES	ÍTEMS BÁSICOS	TÉCNICAS	INSTRUMENTOS
<p>Recorridos auto guiados</p> <p>Los visitantes realizan el recorrido del sendero con la ayuda de folletos, guías, señales interpretativas, señalamientos preventivos, restrictivos e informativos u otros materiales que existan en los centros de visitantes o lugares de información. Esto, junto con íconos de recomendación e información, ayudan a realizar el recorrido de una forma segura e informativa. (biobol.org, 2012)</p>	<p>Localización</p> <p>Señalización</p> <p>Trayecto</p> <p>Elementos</p> <p>Valor</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dirección, tiempo y distancia.</li> <li>• Regulatorias</li> <li>• Preventivas</li> <li>• Información</li> <li>• Delineadoras</li> <li>• Trabajos en las vías y propósitos especiales.</li> <li>• Flora, Fauna y elementos biofísicos del ambiente.</li> <li>• Estéticos</li> <li>• Naturales</li> <li>• Deportivos</li> <li>• Culturales</li> <li>• Intrínseco</li> <li>• Extrínseco</li> </ul>	<p>¿Conoce usted la distancia y tiempo de recorrido por los atractivos turísticos de la parroquia?            MUCHO <input type="checkbox"/> POCO <input type="checkbox"/>            NADA <input type="checkbox"/></p> <p>¿Tiene conocimientos acerca de las actividades relacionadas con el turismo que se realizan en la zona?            SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>            EN PARTE <input type="checkbox"/></p> <p>¿La flora la fauna, montañas y demás elementos naturales deben ser una alternativa complementaria para el turismo comunitario de la parroquia?            MUY ACUERDO <input type="checkbox"/>            DE ACUERDO <input type="checkbox"/>            EN DESACUERDO <input type="checkbox"/></p>	<p>Encuesta</p>	<p>Cuestionario estructurado</p>

			<p>¿Piensa usted que es necesaria la implementación de una señalética turística adecuada para la parroquia Salinas?</p> <p>SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/></p> <p>EN PARTE <input type="checkbox"/></p>		
--	--	--	---	--	--

**Elaborado por:** CHAMORRO, Pablo (2015)

### 3.5.2. Variable Dependiente: Desarrollo turístico.

Cuadro 2: Operacionalización de la variable dependiente.

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORÍAS	INDICADORES	ÍTEMES BÁSICOS	TÉCNICAS	INSTRUMENTOS
<p>Demanda turística.</p> <p>“El número total de personas que viajan o desean viajar , para disfrutar de facilidades turísticas y de servicios en lugares distintos al lugar de trabajo y de residencia habitual” (ALISTER &amp; WALL, 1982)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Personas</li> <li>➤ Viajan</li> <li>➤ Facilidades turísticas</li> <li>➤ Servicios</li> <li>➤ Residencia habitual</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Visitantes frecuentes u ocasionales</li> <li>• Visitar</li> <li>• Señalética</li> <li>• Demanda potencial</li> <li>• Productos</li> <li>• Servicios</li> <li>• Demanda diferida</li> <li>• Temporalidad</li> <li>• Clima</li> </ul>	<p>¿Cree usted que existiría el apoyo de la comunidad para ejecutar este proyecto?            SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>            EN PARTE <input type="checkbox"/></p> <p>6. ¿Conoce usted qué tipo de problemas pueden enfrentar los turistas al llegar a la parroquia?            Falta de orientación <input type="checkbox"/>            Inseguridad <input type="checkbox"/>            Facilidad de transporte <input type="checkbox"/></p> <p>¿Considera usted que una correcta adecuación de señalética turística aportaría positivamente al sector?            SI <input type="checkbox"/>            NO <input type="checkbox"/>            EN PARTE <input type="checkbox"/></p>	Encuesta	Cuestionario estructurado

			<p>¿Cómo considera usted el nivel de satisfacción que tendría el turista al encontrar información en el sendero?</p> <p>MUY SATISFARIO <input type="checkbox"/></p> <p>SATISFACTORIO <input type="checkbox"/></p> <p>NADA SATISFACTORIO <input type="checkbox"/></p>		
--	--	--	--	--	--

**Elaborado por:** CHAMORRO, Pablo (2015)

### 3.6 RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

Metodológicamente para la construcción de la información se opera en dos fases: El plan de recolección de información contempla estrategias metodológicamente requeridas para los objetivos de hipótesis de la investigación de acuerdo con el enfoque escogido. Es recomendable seguir las preguntas directrices del plan de recolección.

**Cuadro 3: Recolección de la información**

	<b>PREGUNTAS BÁSICAS</b>	<b>EXPLICACIÓN</b>
1	¿Para qué?	Para alcanzar los objetivos de la investigación y plantear alternativas de solución al problema.
2	¿De qué personas u objetivos?	Visitantes de la parroquia Salinas
3	¿Sobre qué aspectos?	Recorridos auto guiados y su importancia en el incremento de la demanda turística en la parroquia Salinas, cantón Guaranda, provincia de Bolívar.
4	¿Quién? ¿Quiénes?	PABLO ROBERTO CHAMORRO SALAZAR
5	A quienes	Moradores de la parroquia
6	¿Cuándo?	Octubre 2015- Marzo 2016 Fines de semana, feriados
7	¿Dónde?	Parroquia de Salinas provincia de Bolívar.
8	¿Cuántas veces?	Primera vez.
9	¿Con qué técnica?	Encuesta.
10	¿Con qué instrumento?	Cuestionario.

**Elaborado por:** CHAMORRO, Pablo (2015)

### **3.7 PLAN DE PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN**

El trabajo de investigación se desarrollará siguiendo los siguientes pasos:

1. Revisión crítica de la información la misma que debe ser de fuentes confiables de autores los cuales dan la búsqueda correcta acerca del tema.
2. Categorización, organización, sistematización y filtrado de información.
3. Tabulación de datos
4. Análisis, revisión y revisión de la hipótesis.
5. Esquema, interpretación y presentación de resultados.

## **CAPÍTULO IV**

### **ANÁLISIS DE RESULTADOS**

#### **4.1 ANÁLISIS DE RESULTADOS**

Encuesta dirigida a personas involucradas en área de turismo de la parroquia Salinas, cantón Guaranda.

A continuación detallaremos cada una de las preguntas realizadas en la encuesta.

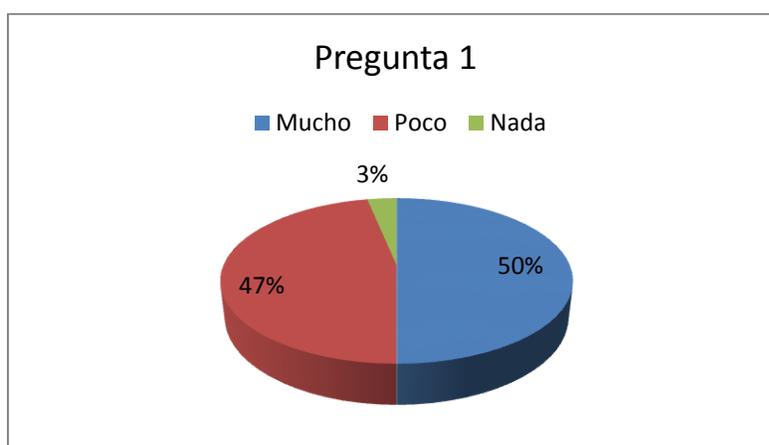
**PREGUNTA 1:** ¿Conoce usted la distancia y tiempo de recorrido por los atractivos turísticos de la parroquia?

**Tabla 2: Tabulación Pregunta 1**

Opción	Cantidad	Porcentaje
Mucho	31	50,00
Poco	29	46,77
Nada	2	3,23
Total	62	100,00

Fuente: Encuestas Aplicadas  
Elaborado por: CHAMORRO, Pablo (2015)

**Gráfico 5: Representación Gráfica Pregunta 1**



Fuente: Encuestas Aplicadas  
Elaborado por: CHAMORRO, Pablo (2015)

**Análisis:** Luego de realizada la encuesta, el 50% de las personas, es decir 31 respondieron que el nivel de conocimiento es MUCHO en cuanto respecta a la distancia y tiempo de recorrido por los atractivos turísticos de la parroquia, mientras que el 46% respondieron que su nivel de conocimiento es POCO y apenas el 3% opino EN PARTE.

**Interpretación:** La mayor parte de las personas encuestadas conocen muy bien el tiempo y la distancia que tiene el recorrido por la parroquia Salinas.

**Pregunta 2:** ¿Tiene conocimientos acerca de las actividades relacionadas con el turismo que se realizan en la zona?

**Tabla 3: Tabulación Pregunta 2**

Opción	Cantidad	Porcentaje
Si	43	69,35
No	4	6,45
En parte	15	24,19
<b>Total</b>	<b>62</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Encuestas Aplicadas

Elaborado por: CHAMORRO, Pablo (2015)

**Gráfico 6: Representación Gráfica Pregunta 2**



Fuente: Encuestas Aplicadas

Elaborado por: CHAMORRO, Pablo (2015)

**Análisis:** Del total de las personas encuestadas, un 69% respondió que SI tienen conocimientos acerca de las actividades relacionadas con el turismo que se realizan en la zona; en minoría el 4% respondió que NO, mientras que un 7% manifestó EN PARTE.

**Interpretación:** La mayoría de personas que fueron encuestadas tienen vastos conocimientos sobre todas las actividades realizadas en la zona, lo que es positivo para la zona y el turismo.

**Pregunta 3:** ¿La flora, la fauna, montañas y demás elementos naturales deben ser una alternativa complementaria para el turismo comunitario de la parroquia?

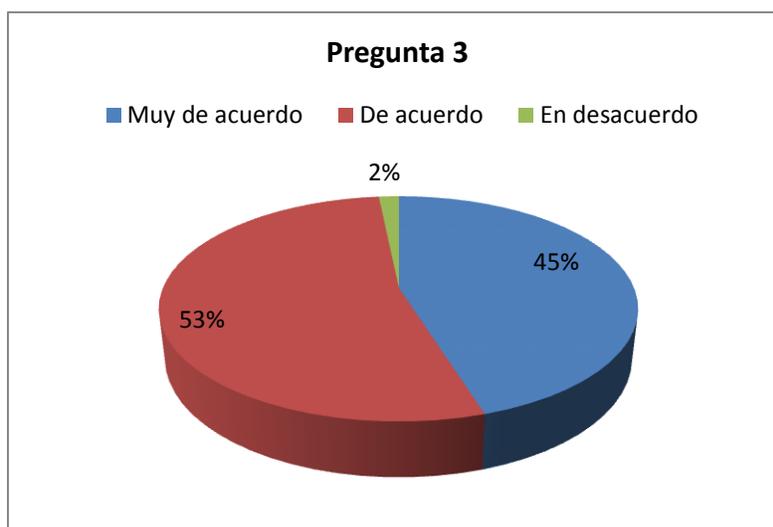
**Tabla 4: Tabulación Pregunta 3**

Opción	Cantidad	Porcentaje
Muy de acuerdo	28	45,16
De acuerdo	33	53,23
En desacuerdo	1	1,61
<b>Total</b>	<b>62</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Encuestas Aplicadas

Elaborado por: CHAMORRO, Pablo (2015)

**Gráfico 7: Representación Gráfica Pregunta 3**



Fuente: Encuestas Aplicadas

Elaborado por: CHAMORRO, Pablo (2015)

**Análisis:** El 45% del total de encuestados manifiesta que están MUY DE ACUERDO que la flora, la fauna, montañas y demás elementos naturales deben ser una alternativa complementaria para el turismo comunitario de la parroquia, mientras el 53% que sería la mayoría están DE ACUERDO y en su minoría con 2% están EN DESACUERDO.

**Interpretación:** Hay un gran porcentaje de personas quienes afirman que la flora, la fauna, montañas y demás elementos naturales son un complemento para potenciar el turismo comunitario en la parroquia Salinas.

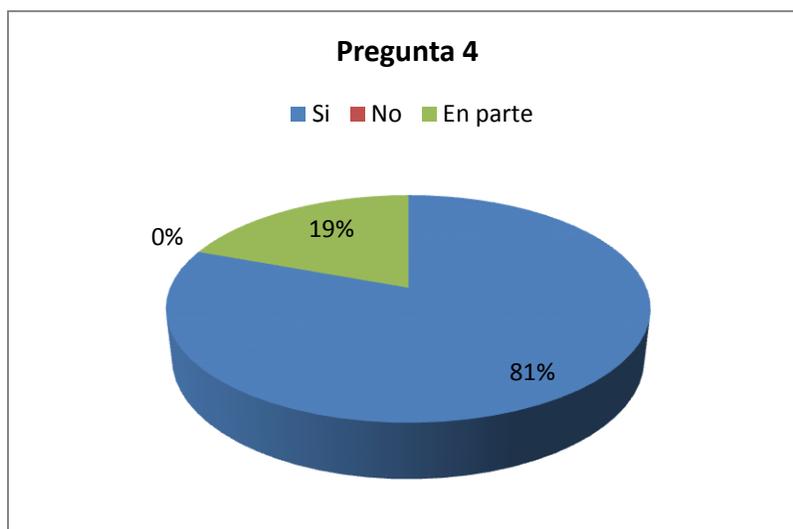
**Pregunta 4:** ¿Piensa usted que es necesaria la implementación de una señalética turística adecuada para la parroquia Salinas?

**Tabla 5: Tabulación Pregunta 4**

Opción	Cantidad	Porcentaje
Si	50	80,65
No	0	0,00
En parte	12	19,35
Total	62	100,00

Fuente: Encuestas Aplicadas  
Elaborado por: CHAMORRO, Pablo (2015)

**Gráfico 8: Representación Gráfica Pregunta 4**



Fuente: Encuestas Aplicadas  
Elaborado por: CHAMORRO, Pablo (2015)

**Análisis:** Del total de los encuestados el 81% dicen que SI es necesaria la implementación de una señalética turística adecuada para la parroquia Salinas, en 0% NO y un 19% menciona EN PARTE.

**Interpretación:** Se puede concluir que en la parroquia Salinas es necesaria implementar una buena señalética turística, esto aportaría positivamente a la orientación de los turistas.

**Pregunta 5:** ¿Cree usted que existiría el apoyo de la comunidad para ejecutar este proyecto?

**Tabla 6: Tabulación Pregunta 5**

Opción	Cantidad	Porcentaje
Si	45	72,58
No	1	1,61
En parte	16	25,81
<b>Total</b>	<b>62</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Encuestas Aplicadas  
Elaborado por: CHAMORRO, Pablo (2015)

**Gráfico 9: Representación Gráfica Pregunta 5**



Fuente: Encuestas Aplicadas  
Elaborado por: CHAMORRO, Pablo (2015)

**Análisis:** En el siguiente gráfico se evidencia que el 72% de los encuestados SI creen que existiría el apoyo de la comunidad para ejecutar este proyecto, con 1% dicen que NO y finalmente el 26% dicen que EN PARTE.

**Interpretación:** La mayor parte de las personas encuestadas apoyarían para que este proyecto se implemente en la parroquia Salinas y sería de gran beneficio para la misma.

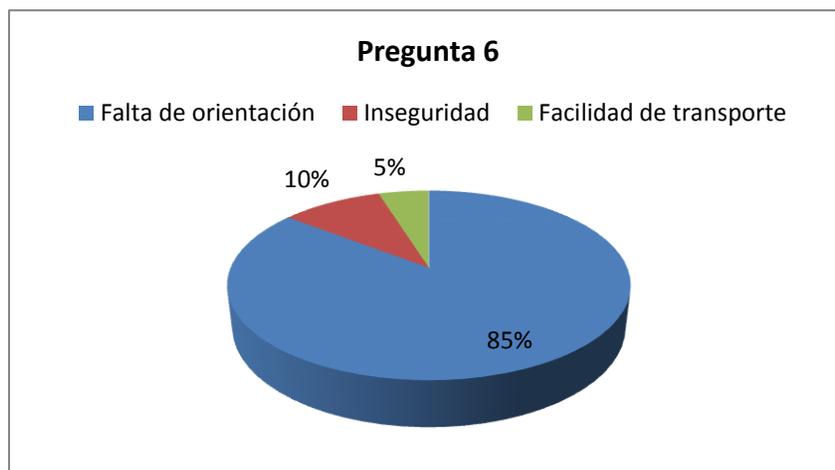
**Pregunta 6:** ¿Conoce usted qué tipo de problemas pueden enfrentar los turistas al llegar a la parroquia?

**Tabla 7: Tabulación Pregunta 6**

Opción	Cantidad	Porcentaje
Falta de orientación	53	85,48
Inseguridad	6	9,68
Facilidad de transporte	3	4,84
Total	62	100,00

Fuente: Encuestas Aplicadas  
Elaborado por: CHAMORRO, Pablo (2015)

**Gráfico 10: Representación Gráfica Pregunta 6**



Fuente: Encuestas Aplicadas  
Elaborado por: CHAMORRO, Pablo (2015)

**Análisis:** El 85% del total de encuestados menciona que la FALTA DE ORIENTACIÓN es uno de los problemas que los turistas enfrentan al llegar a la parroquia Salinas, el 5% menciona que es la INSEGURIDAD y finalmente con un 10% dice que otro problema es la FACILIDAD DE TRANSPORTE.

**Interpretación:** La falta de facilidades turísticas en este caso la señalética causa la desorientación de los turistas al llegar a la parroquia Salinas, es uno de los mayores

problemas que enfrenta la parroquia, pero que podría ser mitigado con la implementación de una buena señalética turística.

**Pregunta 7:** ¿Considera usted que una correcta adecuación de señalética turística aportaría positivamente al sector?

**Tabla 8: Tabulación Pregunta 7**

Opción	Cantidad	Porcentaje
Si	47	85,48
No	7	1,61
En parte	8	12,90
<b>Total</b>	<b>62</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Encuestas Aplicadas

Elaborado por: CHAMORRO, Pablo (2015)

**Gráfico 11: Representación Gráfica Pregunta 7**



Fuente: Encuestas Aplicadas

Elaborado por: CHAMORRO, Pablo (2015)

**Análisis:** Del total de encuestados el 76% considera que una correcta adecuación de señalética turística SI aportaría positivamente al sector, por otra parte un 11% piensa que NO contribuirá y un 13% dice que la contribución sería EN PARTE.

**Interpretación:** Una de las facilidades turísticas y de gran importancia es la señalética turística la misma que aporta positivamente al desarrollo de esta actividad, por lo tanto es significativo para el turista y para los habitantes de una lugar que posea un atractivo turístico, siendo así el caso de Salinas de Guaranda que se caracteriza por su riqueza natural

y desarrollo micro empresarial, que al implementar una correcta señalética aportaría a fortalecer el turismo y al desarrollo socio-económico del sector.

**Pregunta 8:** ¿Cómo considera usted el nivel de satisfacción que tendría el turista al encontrar información en el sendero?

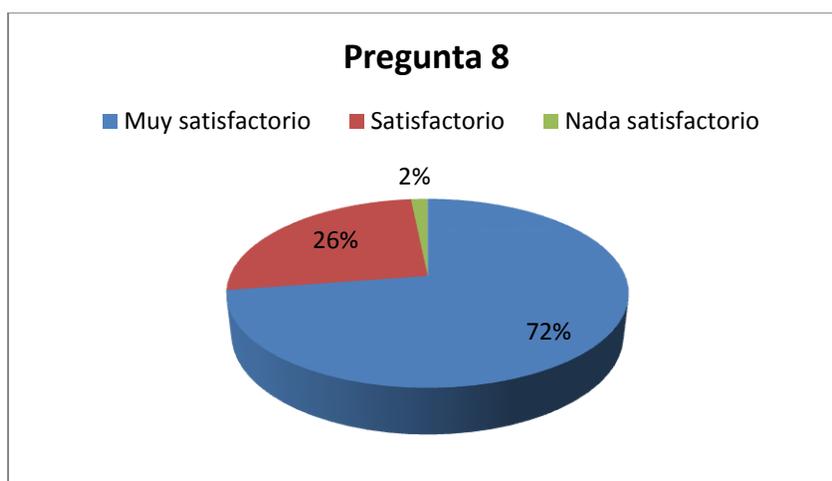
**Tabla 9: Tabulación Pregunta 8**

Opción	Cantidad	Porcentaje
Muy satisfactorio	45	72,58
Satisfactorio	16	25,81
Nada satisfactorio	1	1,61
<b>Total</b>	<b>62</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Encuestas Aplicadas

Elaborado por: CHAMORRO, Pablo (2015)

**Gráfico 12: Representación Gráfica Pregunta 8**



Fuente: Encuestas Aplicadas

Elaborado por: CHAMORRO, Pablo (2015)

**Análisis:** Se evidencia que 72% del total de encuestados consideran que el nivel de satisfacción que tendría el turista al encontrar información en el sendero sería MUY SATISFACTORIO, por otra parte el 16% considera que sería SATISFACTORIO, mientras que apenas un 2% menciona NADA SATISFACTORIO.

**Interpretación:** El turista busca facilidades al momento de visitar un lugar, en este caso sería muy satisfactorio para el turista encontrar una correcta información en los senderos,

esto aportaría positivamente a que se puedan auto orientarse por sí solos al momento de recorrer un lugar o sendero turístico.

## **1.2. Verificación de la Hipótesis.**

Para la verificación de la hipótesis del presente trabajo investigativo se utilizará el siguiente método estadístico conocido como Chi cuadrado ( $\chi^2$ ).

### **4.2.1 Planteamiento de la hipótesis.**

**H<sub>0</sub>:** Recorridos auto guiados NO tienen importancia en el incremento de la demanda turística en la parroquia Salinas, cantón Guaranda, provincia de Bolívar.

**H<sub>1</sub>:** Recorridos auto guiados SI tienen importancia en el incremento de la demanda turística en la parroquia Salinas, cantón Guaranda, provincia de Bolívar.

### **4.2.2. Selección de significación**

Para la verificación de la hipótesis se utilizará un nivel de significación de  $\alpha=0.05$ .

### **4.2.3. Descripción de la población**

La población investigada son personas que tienen un alto grado de conocimientos turísticos así como; representantes del CTC, técnicos del GAD parroquial de Salinas, dueños de restaurantes, representantes de hospedaje, personas que brindan, operadores turísticos, guías y representantes de las micro-empresas comunitarias que habitan en la parroquia Salinas, los cuales ascienden a un número de 62, según datos del directorio general del CTC de Salinas.

**Cuadro 4: Descripción de la población**

<b>Muestra Personas involucradas en el área de turismo de la parroquia Salinas.</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>62</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas Aplicadas

Elaborado por: CHAMORRO, Pablo (2015)

#### **4.2.4. Especificación de lo estadístico**

Para el efecto se utilizara la siguiente formula

$X^2$ = Chi cuadrado

$\Sigma$ = Sumatoria

O= Frecuencias observadas

E= Frecuencias esperadas

$$x^2 = \sum \frac{(O - E)^2}{E}$$

Para lo cual se especificará un cuadro de contingencia de 4 filas por 3 columnas con el cual se determinará las frecuencias observadas.

#### 4.2.5. Especificación de las regiones de aceptación y rechazo

Cuadro 5: Grados de libertad

GRADOS DE LIBERTAD		
	FILAS	COLUMNAS
gl=	(4-1)	(3-1)
gl=	3	2
gl=	3*2	
gl=	6	
		<b>X<sup>2</sup>T: 12,59</b>

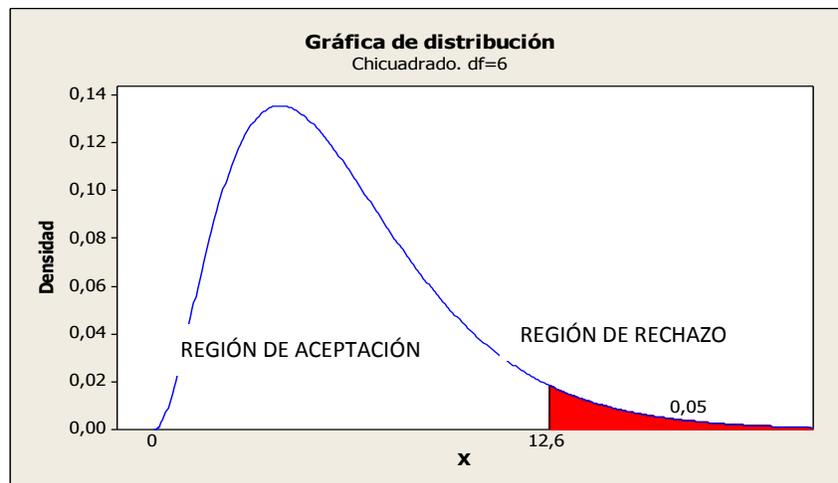
Fuente: Encuestas Aplicadas

Elaborado por: CHAMORRO, Pablo (2015)

Entonces con 6 gl y un nivel de 0,05 tenemos en la tabla  $X^2$  el valor de 12,59 por consiguiente se acepta la hipótesis nula para todo valor de chi-cuadrado que se encuentra hasta el valor 12,59 y se rechaza la hipótesis cuando los valores calculados son mayores a 12,59 y a representación gráfica sería:

#### Curva estadística de aceptación y rechazo.

Gráfico 13: Representación gráfica  $X^2$



Fuente: Encuestas Aplicadas

Elaborado por: CHAMORRO, Pablo (2015)

#### 4.2.6. Recolección de datos y cálculo de lo estadístico

Cuadro 6: Especificación de lo estadístico (Frecuencias Observadas)

Preguntas	Categorías			Subtotal
	Opción 1	Opción 2	Opción 3	
2	43	4	15	62
4	50	0	12	62
5	45	1	16	62
7	47	7	8	62
<b>Total</b>	185	12	51	248

Fuente: Encuestas Aplicadas

Elaborado por: CHAMORRO, Pablo (2015)

Una vez determinadas las frecuencias observadas, y con los resultados obtenidos, se procede a establecer las frecuencias esperadas.

Cuadro 7: Frecuencias Esperadas

FRECUENCIAS ESPERADAS	
$(185*62)/248$	46.25
$(12*62)/248$	3
$(51*62)/248$	12.75

Fuente: Encuestas Aplicadas

Elaborado por: CHAMORRO, Pablo (2015)

#### 4.2.7. Cálculo de Chi Cuadrado

Cuadro 8: Cálculo de Chi-cuadrado

O	E	O - E	(O - E) <sup>2</sup>	(O - E) <sup>2</sup> /E
43	46.25	-3.25	10.56	0.22
4	3	1	1	0.30
15	12.75	2.25	5.06	0.3
50	46.25	3.75	14.06	0.1
0	3	-3	9	0.33
12	12.75	-0.75	0.56	3.00
45	46.25	-1.25	1.56	1.33
1	3	-2	4	5.33
16	12.75	3.25	10.56	0.39
47	46.25	0.75	0.56	0.04
7	3	4	16	0.82
8	12.75	-4.75	22.56	1.77
248	248			13.61

Fuente: Encuestas Aplicadas

Elaborado por: CHAMORRO, Pablo (2015)

#### 4.2.8. Decisión

Como se puede observar  $X^2(13.61)$  es mayor que  $X^2_T(12.59)$  por tanto se acepta la hipótesis alternativa H1 (Recorridos auto guiados SI tienen importancia en el incremento de la demanda turística en la parroquia Salinas, cantón Guaranda, provincia de Bolívar) y con esto se ha verificado la hipótesis satisfactoriamente.

## **CAPÍTULO V**

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

**5.**

#### **5.1. Conclusiones**

Una vez realizada la investigación pertinente se ha llegado a las siguientes conclusiones.

- La señalética con la que cuenta la parroquia Salinas en la actualidad no es apropiada para brindar un aporte a la orientación de los turistas al momento de recorrer un sendero.
- Uno de los inconvenientes principales que tienen los turistas es que no saben direccionarse al momento de realizar un recorrido por un sendero, por eso es de suma importancia la implementación de una señalética que sirva como aporte para la orientación del turista.
- Los recorridos auto guiados deben poseer facilidades turísticas, como por ejemplo la señalética que es un medio de facilitación para que se pueda desarrollar una actividad turística en cualquier lugar porque es un medio de fácil interpretación.
- Un atractivo turístico a más de poseer una infraestructura, debe contar con un recurso natural como es el caso de la parroquia Salinas, la misma que ha venido desarrollando un turismo comunitario, el cual se centra en el desarrollo comunal y también en la apreciación de aspectos naturales.

#### **5.2. Recomendaciones**

- Colocar señalética la misma que aporte a la orientación del turista y dinamice el turismo.
- Implementar planes para incrementar la demanda turística de la parroquia Salinas.
- Se recomienda también mejorar la infraestructura turística, poniendo hincapié en las facilidades turísticas y en los servicios que son indispensables para satisfacer al turista.
- Capacitar a los habitantes de la parroquia para que tengan vastos conocimientos sobre los beneficios del turismo.

## CAPÍTULO VI

### LA PROPUESTA

#### 6. DATOS INFORMATIVOS

**Título:**

Diseño de un sistema de señalización turística para la Parroquia Salinas, cantón Guaranda, Provincia de Bolívar.

**Institución Ejecutora:** Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia Salinas

**Instituciones Cooperantes:** Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Guaranda y Bolívar, Ministerio de Turismo.

**Ubicación:**

- **Provincia:** Bolívar
- **Cantón:** Guaranda
- **Parroquia:** Salinas
- **Dirección:** Plaza Central

**Equipo técnico responsable:** Investigador Pablo Chamorro Salazar

**Beneficiarios:**

- **Directos:** Microempresas de la parroquia Salinas, servidores turísticos locales, turistas y visitantes.
- **Indirectos:** Pobladores de la Parroquia Salinas y pequeños comerciantes.

**Encuestados:** 62 personas involucradas en turismo y turistas.

**Principal actividad económica:** Micro empresarial turística.

## 6.1. ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA.

En la actualidad en el Ecuador se opta por fomentar un Turismo Consciente, basándose principalmente en la responsabilidad social, económica y también del cuidado del ambiente, promoviendo los valores innatos en cada una de las personas, como resultado de las buenas practicas turística. Estableciendo así un pacto de convivencia, responsabilidad y respeto entre los visitantes, las comunidades y por su puesto el patrimonio natural y cultural. (MINTUR, 2012).

La actividad turística, es una de las principales fuentes dinamizadoras de la economía nacional; para ello el estado ecuatoriano. Apunta a una transformación de la matriz productiva, como una estrategia de fortalecimiento del aparato productivo nacional, dentro de esta estrategia se encuentra la actividad turística, sin embargo es importante resaltar que el desarrollo turístico del territorio debe ser coordinado con todos los niveles de gobierno, considerando que el turismo es una actividad concurrente.

A partir de la aprobación del **Código Orgánico de Ordenamiento Territorial Autonomía y Descentralización**; las parroquias rurales del país, pasan a convertirse en gobiernos autónomos descentralizados, y junto a esto el requerimiento de construir el plan de ordenamiento territorial, como una herramienta de desarrollo local. (COOTAD, 2008)

Para fortalecer el plan de desarrollo y ordenamiento territorial parroquial, que menciona la necesidad de crear ejes de desarrollo que permitan mejorar las condiciones de vida de los habitantes del territorio, si se consideran las competencias de cada gobierno autónomo descentralizado, así como el potencial turístico que determina la necesidad de fortalecer el territorio dotándolo de facilidades turísticas, en el caso de investigación la señalética turística como un insumo para la ubicación del turista en el territorio así como del ordenamiento territorial parroquial.

## 6.2. JUSTIFICACIÓN

Además se fundamenta legalmente en el Manual de **Procedimientos Plan Nacional de Señalización Turística** que está amparado en artículos de La Constitución de la República del Ecuador, la ley de turismo del Ecuador y la Normativa Técnica de Aplicación del Manual de Señalización Turística del Ministerio de Turismo. (MINTUR, 2013)

**SERVICIO DE INFORMACION SEGÚN ACUERDO MINISTERIAL CON  
FECHA MARTES 7 DE ABRIL DEL 2009 -- N" 565;**

Manifiesta lo siguiente:

13.1 Contará con medios de información como por ejemplo: pizarra, exhibición, gigantografía, carpeta, etc. Que sean apropiados, que contengan información sobre servicios, actividades que se ofrecen en el CTC y en la comunidad con horarios y precios, mapa del área, atractivos turísticos de las cercanías, horarios y frecuencias de transportes públicos.

13.2 Se ofrecerá información sobre el ámbito natural, cultural y social de la comunidad a la cual pertenece el CTC y de cómo ésta trabaja diariamente y cómo el visitante o turista puede participar activamente en la aplicación de dichas medidas, ya sea mediante ahorro de agua, energía, separación de desechos, etc. Se comunicará a los visitantes el Código de Conducta del CTC a través de un medio apropiado..

14.11 Contará con una señalización de tipo bandera, faro, o algún distintivo para su ubicación, desde cualquier lugar. (JOSSE, 2009)

Del análisis situacional desarrollado, se puede determinar que la parroquia Salinas, tiene un alto potencial turístico con enfoque a desarrollar nuevas alternativas de turísticas como; deportes de aventura, visitas culturales, senderismo, etc.; considerándolo a futuro como un patrimonio de la Provincia de Bolívar.

Según el artículo 135 del COOTAD, manifiesta “El fomento de la actividad productiva y agropecuaria debe estar orientada al acceso equitativo a los factores de producción, para lo cual los diferentes niveles de gobierno evitaren la concentración a acaparamiento de estos recursos productivos; impulsaran la eliminación de privilegios o desigualdades en el acceso a ellos; y, desarrollaran políticas específicas para erradicar la desigualdad y discriminación hacia las mujeres productoras. El turismo es una actividad productiva que poder ser gestionada concurrentemente por todos los niveles de gobierno.” (COOTAD, 2008)

El Ministerio de Turismo del Ecuador, en concordancia con los lineamientos y objetivos del Plandetur 2020, decidió trabajar en una estructura integral de señalización y de orientación común para turistas nacionales y extranjeros; que les brinde facilidad y eficacia en el acceso a cada uno de los destinos del país, con el fin de mejorar la seguridad, información y su tiempo de desplazamiento. (MINTUR, 2007).

El turismo al ser una de las áreas estratégicas de desarrollo y asumido como política de estado, existiendo además los parámetros de las institución rectora de la actividad en el país, cada territorio debe implementar las facilidades turísticas que permitan a los turistas obtener la mayor satisfacción posible al momento de su visita.

Por consiguiente la implementación de un sistema de señalización turística, aportara positivamente con el ordenamiento territorial turístico para incrementar la demanda turística en la parroquia Salinas, así como mejorara el proceso de gestión turística local, pues los beneficiados del presente estudio son los visitantes y/o turistas que visitan el pueblo de Salinas, así también las micro empresas comunitarias de salinas, los mismos pobladores del casco parroquial y sus alrededores, pequeños emprendimientos privados y demás micro actividades de comercio; el GAD Parroquial, conjuntamente con los demás niveles jerárquicos y con competencia turística en el estado tienen la responsabilidad de fortalecer el sistema turístico.

### **6.3. OBJETIVOS DE LA PROPUESTA**

#### **6.3.1. GENERAL**

Diseño de un sistema de señalización turística para la Parroquia Salinas, cantón Guaranda, Provincia de Bolívar.

#### **6.3.2. ESPECÍFICOS**

- ✓ Identificar las zonas prioritarias de señalización turística para mejorar la actividad turística en la Parroquia Salinas.
- ✓ Desarrollar la geo referencia para la ubicación de señalética turística que ayudara a mejorar los recorridos turísticos dentro de la parroquia Salinas.
- ✓ Identificar los requerimientos técnicos y gráficos de la señalética turística propuesta para su implementación en lugares estratégicos que ayudaran al incremento de la demanda turística.
- ✓ Determinar los costos de implementación de la señalética propuesta, la misma que aportara positivamente al Plan de Ordenamiento y Desarrollo Territorial de la parroquia Salinas.

### **6.4. ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD**

#### **Factibilidad social**

Existe la apertura del GAD parroquial de Salinas para la gestión del proyecto en la parroquia Salinas, para la implementación en función de las competencias establecidas en la constitución.

#### **Factibilidad cultural**

La implementación de facilidades turísticas permitirá ordenar el territorio y por lo tanto fortalecer procesos de concienciación ciudadana, además de promover una cultura de cuidado y conservación de los atractivos del territorio.

## **Factibilidad operativa**

La implementación de la señalización turística propuesta, en su totalidad será coordinada por el GAD parroquial de Salinas, considerando la necesidad de cooperación con instituciones competentes como el GAD municipal de Guaranda, GAD provincial Bolívar y el Ministerio de Turismo. Ya que estas instituciones tienen la competencia de contribuir con la actividad turística, así como la facilidad de establecer presupuestos en base a herramientas técnicas como los planes de desarrollo y ordenamiento territorial, Plan de Competitividad Provincial, la Agenda de Desarrollo provincial, el Plan de Desarrollo Turístico nacional PLANDETUR 2020 y plan de Marketing Turístico del Ecuador PIMTE; estas consideraciones vuelven a la propuesta factible.

## **6.5. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICA TÉCNICA**

### **Sistema**

Un sistema está conformado por un conjunto de entes u objetos componentes que interactúan entre sí para el logro de objetivos. De allí que la teoría general de sistemas no solo estudia la estructura del sistema sino su comportamiento, su funcionamiento, dependiendo esta última de su estructura. Un sistema tiene la propiedad de que toda acción que produce cambios en una de las partes de los sistemas, también estos cambios se dan en el resto del sistema. (Modelación del Desarrollo Sustentable en la ciudad de Piura con visión de Dinámica de Sistemas Mediante Software de Simulación Vensim ple”, 2012)

### **Sistema**

Un sistema es un conjunto de "elementos" relacionados entre sí, de forma tal que un cambio en un elemento afecta al conjunto de todos ellos. Los elementos relacionados directa o indirectamente con el problema, y sólo estos, formarán el sistema que vamos a estudiar. Para estudiar un sistema hemos de conocer los elementos que lo forman y las relaciones que existen entre ellos. (García, 2014)

### **Señalética turística**

El objetivo tradicional de la señalética es el de localizar un sitio determinado. Sin embargo, la señalización en sitios naturales abarca un concepto mucho más amplio, en el que se incluye el trayecto mismo y se involucran veredas, caminos y recorridos cuyos elementos estéticos, naturales, deportivos o culturales contienen un valor y atractivo propios.” (SECTUR, 2004)

### **Señalética turística**

“Estudia el empleo de signos gráficos para orientar el flujo de las personas en un espacio determinado e informar de los servicios disponibles, los identifica y regula para una mejor y más rápida accesibilidad a ellos, y para una mayor seguridad en sus desplazamientos y acciones.” (MINTUR, 2013)

### **Facilidades turísticas**

Las facilidades turísticas comprenden el conjunto de bienes y servicios que hacen posible la actividad turística. Se refiere a las instalaciones donde los visitantes pueden satisfacer sus necesidades y los servicios complementarios para la práctica de turismo. (TIERRA, 2009)

### **Facilidades turísticas**

“Tienen la apreciación de facilidades turísticas la prestación de los siguientes servicios: alojamiento, gastronomía, agencia de viajes, información turística, amenidades, transporte, servicio al cliente”. (PARRA, 2011)

### **Gestión turística.**

Por su naturaleza el turismo es una actividad multisectorial, porque requiere de una eficiente gestión en la toma de decisiones y ejecución de acciones que involucren a todos los sectores vinculados a la actividad turística. La actividad política del Estado en materia turística, ubica a la actividad turística en un nivel prioritario de decisión, coordinación e implementación entre todos los objetivos de desarrollo del país. Esta decisión de vincular al turismo con los demás sectores económicos y sociales del país es con la finalidad de cumplir con los objetivos propuestos. (MINISTERIO DE TURISMO DE PERÚ, 2013)

### **Demanda turística**

“Es el conjunto de actividades que cumplen las personas durante sus traslados y estancias en otros lugares diferentes al de su entorno familiar, por un periodo de tiempo consecutivo menor a un año, con fines ocio, negocios u otra actividad” (CABARCOS, 2006)

### **Demanda turística**

El turismo se caracteriza por ser una actividad social y económica relativamente joven y por englobar a una gran variedad de sectores económicos y disciplinas académicas. Ello ha dado lugar a una dificultad evidente para establecer definiciones unánimes de la actividad turística y ha originado una multitud de ellas, cada una subrayando aspectos distintos de dicha actividad. (CROSBY, 1996)

## **6.6. METODOLOGIA**

**Tabla 10: Metodología**

<b>FASES</b>	<b>OBJETIVO</b>	<b>ACTIVIDADES</b>	<b>RECURSOS</b>	<b>RESPONSABLES</b>
<b>Socialización</b>	Socializar la propuesta con las autoridades locales para coordinar el proceso de estudio ejecución e implementación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Coordinar una reunión técnica.</li> <li>• Presentación de los alcances de la propuesta.</li> <li>• Establecer un plan de acción.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Computador portátil.</li> <li>• Proyector.</li> </ul>	Investigador Presidente del GAD parroquial de Salinas.
<b>Planificación</b>	Planificar de una manera efectiva y conjunta todas las actividades, proceso y acciones que permitirán el desarrollo de la investigación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Validación y aprobación de los objetivos de la propuesta</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Socialización técnica.</li> </ul>	Investigador
<b>Ejecución</b>	Ejecutar las acciones y actividades que permitan la elaboración correcta de la propuesta.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desarrollo de los objetivos planteados.</li> <li>• Utilizar los sistemas de información geográfica para la ubicación espacial exacta de la señalética.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• GPS</li> <li>• Manual de señalética turística del MINTUR</li> </ul>	Investigador
<b>Evaluación</b>	Evaluar los resultados para identificar posibles errores	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Seguimiento, monitoreo y evaluación final de la propuesta.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ordenador portátil</li> </ul>	Investigador

Fuente: CHAMORRO, Pablo  
Elaborado por: CHAMORRO, Pablo (2016)

## 6.7. DESARROLLO OPERATIVO DE LA PROPUESTA

A partir del año 2011, por mandato de la constitución de la República del Ecuador, se estableció que los Gobiernos Autónomos Descentralizados en todas sus jerarquías, deberán Elaborar y actualizar el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (PDOT), lo que implica dos procesos determinantes en el territorio, el primero el ordenamiento territorial, es decir el establecimiento de todas las políticas sociales, culturales, económicas y otras necesarias para propender a mejorar la calidad de vida de los habitantes, aterrizadas en el territorio.

A partir de un territorio ordenado, se facilitan los procesos de planificación para el desarrollo o de los Planes de Desarrollo, que constituye el segundo proceso determinante en el territorio. Según la investigación realizada y el Plan de Desarrollo y Ordenamiento de la Parroquia Salinas, se determinan las siguientes zonas con potencial turístico.

**Tabla 11: Potencial Turístico**

<b>PARROQUIA SALINAS</b>
1. Plaza central, punto de encuentro de turistas, visitantes y demás personas.
2. Iglesia de Salinas, santuario del Señor de la Buena Esperanza
3. Escalinatas al Mirador, La Cruz del Calvario
4. Sendero Ecológico, Atractivo turístico El Columpio de las Alturas
5. Hilandería Salinas, Micro-empresa comunitaria encargada de producir hilo.
6. Secadora de Hongos y Frutas Deshidratadas, Micro-empresa comunitaria encargada del procesamiento de hongos comestibles y la deshidratación de frutas.
7. Texal Salinas, Micro-empresa comunitaria en donde se fabrican prendas de vestir hechas a mano por mujeres del sector.
8. Ali Salinas, Micro-empresa comunitaria, dedicado al procesamiento de la soya para obtener productos comestibles de sal y dulce derivados de la misma.
9. Embutidora Salinas, Micro-empresa comunitaria, dedicada a la producción de embutidos de una manera artesanal.
10. Fábrica de Balones, Micro-empresa privada, dedicada a la producción de balones para indor, futbol sala, futbol y ecua vóley, utilizando una técnica manual.

11. Fábrica de Confites, Micro-empresa comunitaria, reconocida por producir chocolates de calidad y también turrone, los mismos que son exportados a otros países extranjeros.

12. Fábrica de Aceites Esenciales, Micro-empresa comunitaria, encargada de aprovechar el recurso natural de la zona para producir varios productos, utilizando las plantas medicinales y la medicina tradicional.

13. Minas de Sal, Patrimonio natural de la Provincia de Bolívar, por poseer historia y un valor cultural de tiempos ancestrales y ser fuentes hídricas de agua sal para la producción de sal en grano.

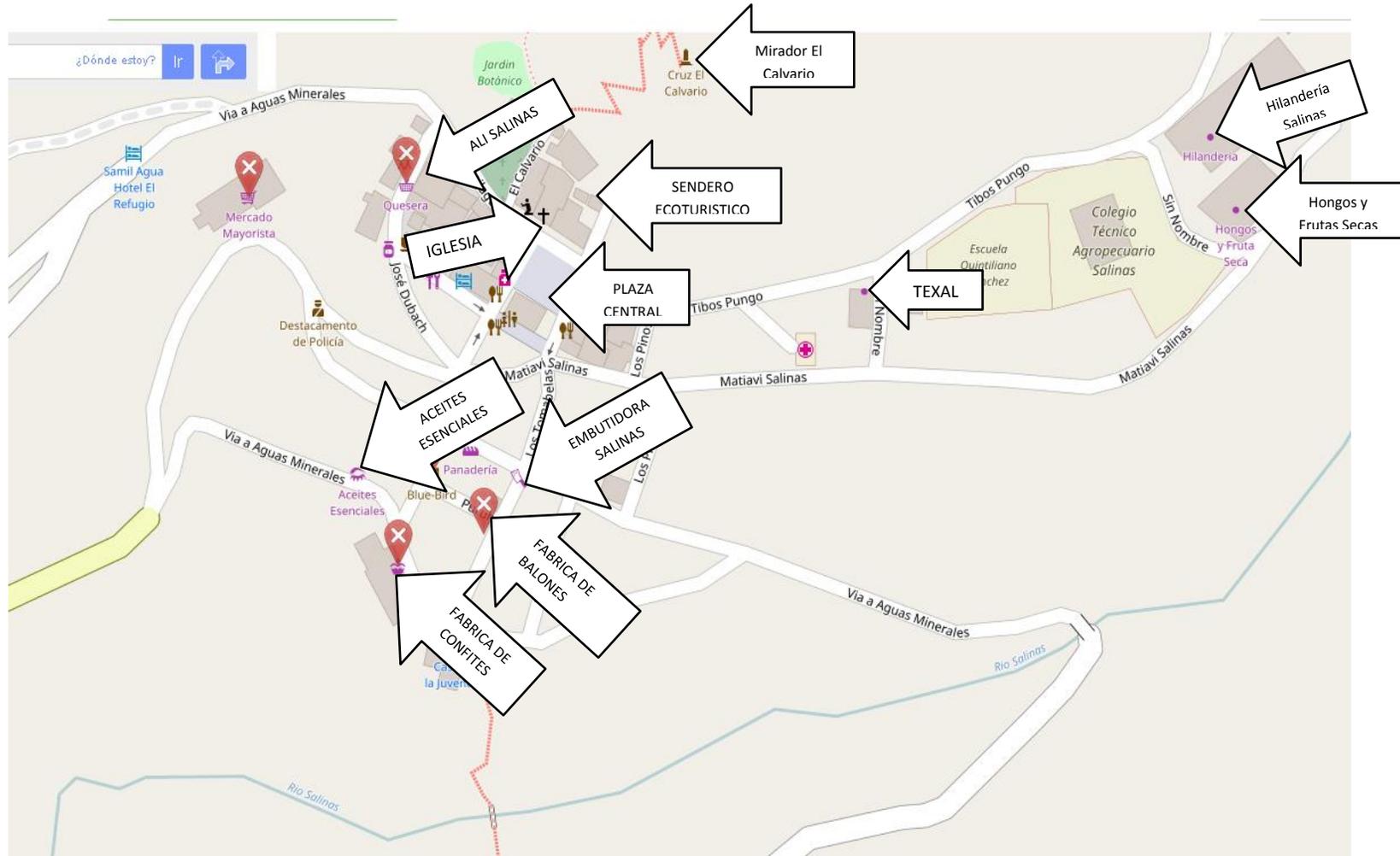
14. PRODUCOOP (Quesera el Salinerito), Micro-empresa comunitaria, encargada netamente del procesamiento de lácteos y famosa por sus quesos y su historia.

**Fuente:** CHAMORRO, Pablo

**Elaborado por:** CHAMORRO, Pablo (2016)

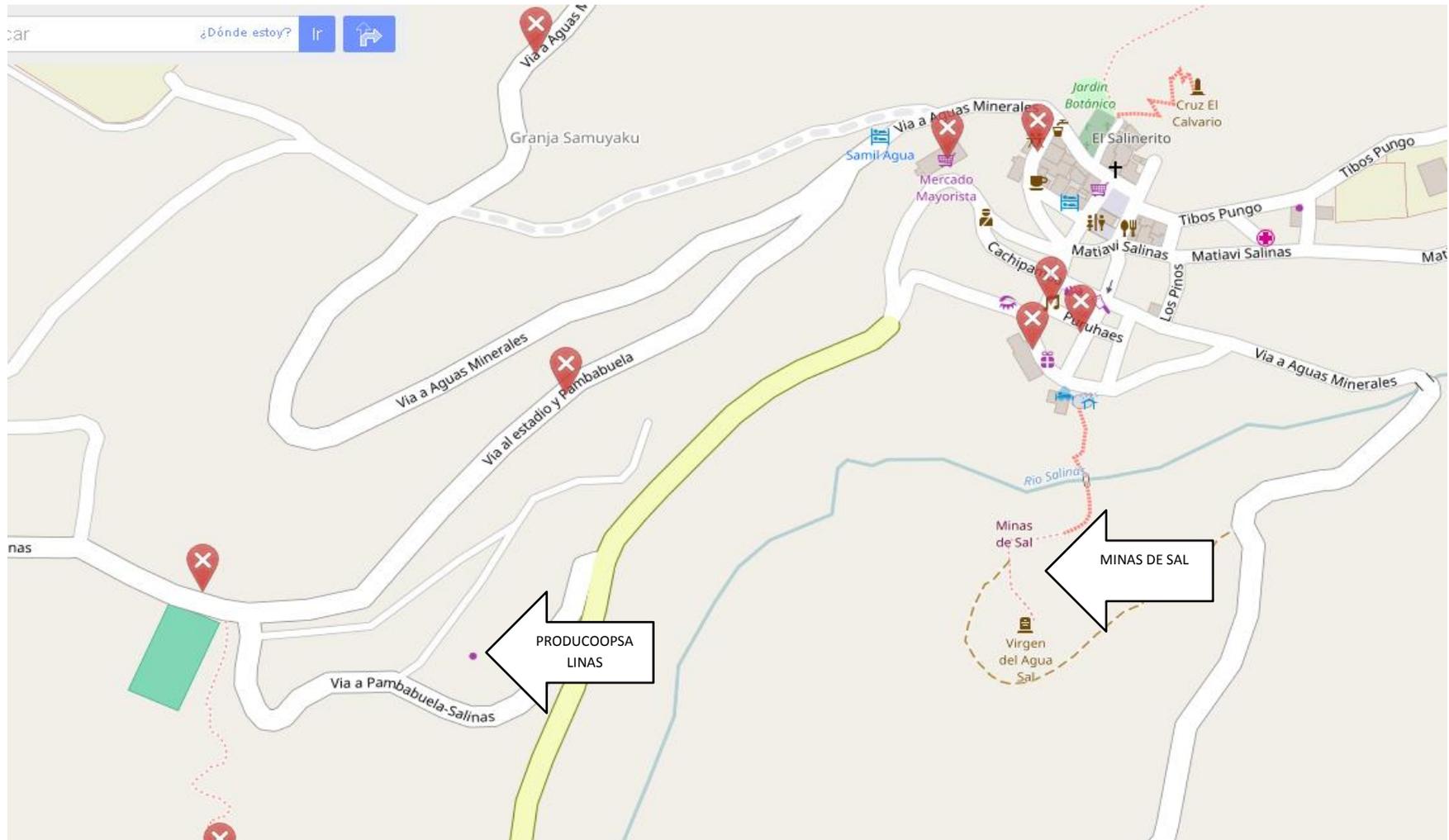
Se han determinado 14 potenciales atractivos turísticos en el territorio del casco Parroquial, los mismos que serán parte del proceso de señalización turística, pues también se debe considerar aspectos importantes como la distancia, la calidad, características y por otra parte la capacidad de gestión que permitirá viabilizar los recursos económicos para la ejecución de esta investigación.

**Ilustración 3: CROQUIS DE LUGARES CON POTENCIAL TURISTICO DE LA PARROQUIA SALINAS**



Fuente: [www.openstreetmap.org](http://www.openstreetmap.org)  
Elaborado por: Giulio Giacón (2016)

**Ilustración 4: CROQUIS DE LUGARES CON POTENCIAL TURISTICO DE LA PARROQUIA SALINAS**



**Fuente:** www.openstreetmap.org  
**Elaborado por:** Giulio Giacon (2016)

**Ilustración 5: CROQUIS DE LUGARES GENERAL DE LA PARROQUIA SALINAS**



**Fuente:** www.openstreetmap.org  
**Elaborado por:** Giulio Giacon (2016)

## Desarrollar la geo referencia y mapeo para la ubicación de señalética turística

Una vez definidos los lugares y/o atractivos para la señalética turística, en este objetivo se determinaran los puntos geográficos que permitirán tener la ubicación espacial de los sitios exactos para la implementación de la señalética turística, lo que posteriormente será identificada en un mapa.

**CUADRO 9: GEO REFERENCIA Y MAPEO PARA LA UBICACIÓN DE SEÑALÉTICA TURÍSTICA**

UBICACIÓN	REFERENCIA	COORDENADAS UTM		
		LATITUD	LONGITUD	ALTITUD
<b>PASO LATERAL DESVIÓ DE VEHÍCULOS PESADOS ENTRADA A LA PRODUCCION</b>	Vía principal Salinas	1°98'4423"	71°99'54"	3497
	Guaranda.	1°98'4416"	71°97'72"	3527
	Vía al Estadio. PRODUCCION	1°98'4417"	71°98'06"	3529
<b>INGRESO VÍA AGUA SAL, VÍA A YACUVIANA</b>	Vía principal Salinas Guaranda-Casa del Sr. Víctor Rea	1°98'4451"	72°02'26"	3524
<b>ACEITES ESENCIALES</b>	Junto a la cancha deportiva	1°98'537"	72°03'28"	3529
<b>CONFITES EL SALINERITO</b>	Junto a la Junta de Aguas de Salinas	1°98'4449"	72°03'56"	3529
<b>SENDERO MINAS DE SAL</b>	Junto a la Casa de la Juventud	1°98'4445"	72°04'05"	3528
<b>FÁBRICA DE BALONES</b>	Calle Puruhaes y Tomabelas esqu.	1°98'4452"	72°03'96"	3538
<b>EMBUTIDORA FUNORSAL</b>	Calle Cachipamaba y Los Pinos-Junto A la Mecánica Arias	1°98'4453"	72°04'75"	3543
<b>PLAZA CENTRAL</b>	Frente al GAD Parroquial Salinas	1°98'4463"	72°04'26"	3557
<b>SENDERO ECO TURÍSTICO</b>	Calle los Tomabelas, Subida al Calvario.	1°98'4467"	72°04'71"	3565
<b>IGLESIA</b>	Junto al GAD Parroquial Salinas	1°98'4465"	72°04'26"	3558
<b>ESCALINATAS MIRADOR LA CRUZ-EL CALVARIO</b>	Pasaje el Calvario, Junto a la Casa Del Padre Antonio Polo	1°98'4467"	72°04'08"	3558
<b>ALI SALINAS</b>	Calle José Dubatch, Frente a la Casa del Adulto Mayor	1°98'4469"	72°03'62"	3552
<b>ASOCIACIÓN TEXAL</b>	Calle Tibos Pungo, Junto a la FUNORSAL	1°98'4464"	72°05'99"	3565

<b>HILANDERÍA SALINAS</b>	Calle Tibos Pungo Vía a Verdepamba Detrás del ex Colegio Salinas	1°98'4470"	72°07'46"	3575
<b>SECADORA DE HONGOS Y FRUTAS DESHIDRATADOS</b>	Junto a la Hilandería Salinas, detrás del Colegio Salinas	1°98'4466"	72°07'80"	3568

**Fuente:** CHAMORRO, Pablo  
**Elaborado por:** CHAMORRO, Pablo (2016)

## IDENTIFICAR LOS REQUERIMIENTOS TÉCNICOS Y GRÁFICOS DE LA SEÑALÉTICA TURÍSTICA PROPUESTA

Señal de aproximación según MINTUR

**Gráfico 2: Señalética - Modelo MINTUR**

<b>CARACTERÍSTICA</b>
Instrumentos específicos de circulación, pueden ser rectangulares o flechas, se las llama también ejecutivas de destino. “señalización para el turista”. Miden 2.40m x 0.60m para los dos modelos que se presentan.
<b>OSIFICACIONES TÉCNICAS</b>
<p><b>Sustrato:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>El elemento sobre el que se adherirá el material retroreflectivo, está constituido por láminas de aluminio liso anodizado de las dimensiones que se requiera.</li> </ul> <p><b>Plintos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Serán cubos de hormigón de 180 kg/cm2 fundidos en sitio una vez que se hayan nivelado</li> </ul>

los postes, tendrán las siguientes dimensiones:

- Para soporte de señales de aproximación y vallas informativas de destinos 300mm x 300mm x 1000mm

#### **Postes o parantes:**

- Para el pictograma se usa un solo tubo galvanizado de 25.4mm x 25.4mm (1" x 1") y 1.2 mm de espesor.
- Para el caso de los otros letreros serán 2 Materiales utilizados-Especificaciones técnicas dispuestos uno a cada lado de la señal. En tubo cuadrado de 50.8mm x 2mm (2" x 2mm) de espesor, de 5.00m de longitud, galvanizados.
- Deberán dejar una altura libre bajo la señal de 2.20m.
- El oferente podrá presentar la opción de acabado niquelado.

#### **Pantallas**

- Para las pantallas de las señales de aproximación y vallas informativas y vallas informativas de destinos Tendrán 2 componentes: La estructura, fabricada en tubo cuadrado de 50.8mm x 1.5mm (2" x 1.5 mm), sus uniones serán soldadas mediante suelda eléctrica, electrodos 6011, totalmente limpias y esmeriladas; esta estructura estará conformada por un marco y diagonales de refuerzo del mismo tubo y será tratada mediante anticorrosivo promotor de adherencia y laca automotriz al menos 2 manos.
- La pantalla usara como sustrato láminas de aluminio liso anodizado. Estas pantallas se sujetaran a los postes mediante acoples y pernos de carrocería galvanizados de 50.8mm x 12.7mm (2" x ½"), su presencia no debe ser advertida por el frente de la señal, deberán quedar ocultos de forma que no interfieran en la estética de la señal.
- Para las señales de aproximación y las vallas informativas de destino, será una composición de vinilos retroreflectivos prismáticos, que cumplirán los niveles de retroreflectividad tipo XI con normas ASTM, laminas translucidas de electro corte que cumplirán los niveles de reflectancia mencionadas anteriormente.

#### **Composición gráfica**

- Láminas de electro corte para textos, símbolos de servicios y escudos viales.

## MODELO MINTUR



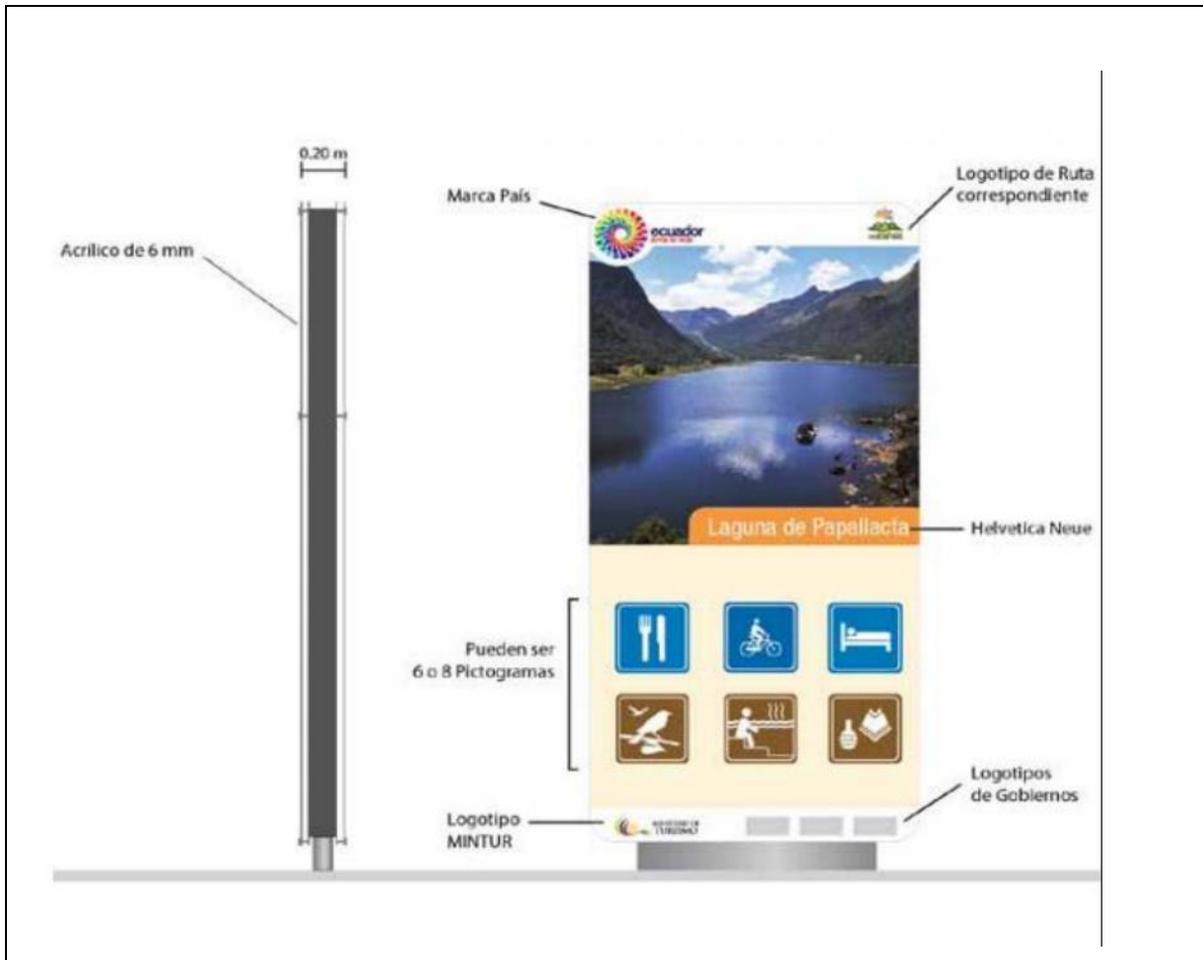
Fuente: MINTUR

Elaborado por: CHAMORRO, Pablo (2016)

## TÓTEMES DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

Gráfico 3: Tótems - Modelo MINTUR

<b>CARACTERÍSTICAS</b>
Dimensión: 2400 x 1200 mm Los tótems informativos deberán estar geo referenciados. Son ideales para colocar en plazas, parques, miradores o en puntos estratégicos con alto nivel de flujo peatonal. Las características de información concreta que existe en el tótem ayuda y permite orientar de mejor manera al turista.
<b>ESPECIFICACIONES TÉCNICAS</b>
<p>Paneles con iluminación: sustrato de vinyl flexible traslucido (panaflex, panagraphics, ultralon, ect) vinilos autoadhesivos. Paneles no luminosos (opaco): lamina de tol inoxidable de 1mm de espesor, logos y/o textos en: lamina reflectiva de alta intensidad (AI) y lamina reflectiva blanca para el fondo.</p> <p><b>MATERIALES.</b>- el material retroreflectivo de los tótems deben cumplir como mínimo el tipo IV, de la Norma ASTM 4956; dependiendo de las condiciones climáticas predominantes, la intensidad de la retroreflectividad deben ser incrementada.</p> <p>Se puede aplicar cualquier modelo indicad, tomando en cuenta que se puede colocar logotipos de cada provincia en la parte inferior del tótem, también se puede colocar una fila más de pictogramas en una cara del tótem. Aplicar según los ejemplos indicados.</p>
<b>MODELO MINTUR</b>



Fuente: MINTUR  
Elaborado por: CHAMORRO, Pablo (2016)

## TÓTEMS DE SITIO

### CARACTERÍSTICAS

Dimensión: 2400 x 400 mm Los Tótems de Sitio deberán colocarse en puntos visibles para identificar el nombre de atractivos presentes en espacios urbanos o centros poblados. En la parte superior va la Marca País en negro entero. En la parte central va un pictograma identificativo del sitio y el nombre con letras grandes de color negro. En la parte inferior, sobre el fondo negro, se colocan dos logos de las instituciones involucradas en color blanco entero. Los Tótems de sitio deberán colocarse en puntos estratégicos de ciudades con alto nivel de flujo peatonal, especialmente en atractivos turísticos locales.

## **ESPECIFICACIONES TÉCNICAS**

Paneles con iluminación: sustrato de vinyl flexible traslucido (panaflex, panagraphics, ultralon, ect) vinilos autoadhesivos. Paneles no luminosos (opaco): lamina de tol inoxidable de 1mm de espesor, logos y/o textos en: lamina reflectiva de alta intensidad (AI) y lamina reflectiva blanca para el fondo.

### **Sustrato:**

Es importante indicar que el tótem de sitio es totalmente no luminoso, si se desea poner iluminación es necesario la instalación de reflectores al piso que direccionen a la señal.

El sustrato del tótem deberá estar constituido por dos láminas de panel de aluminio compuesto de 5 mm de espesor, sujetos a los tubos cuadrados de la estructura interna mediante tornillos planos, su presencia no debe ser advertida en el frente de la pantalla. Adicionalmente las pantallas se fijarán mediante un sistema de remaches o tornillos, la uniones serán reforzadas por perfiles de acero cubiertos por pintura electroestática de color gris.

Los dobleces para formar las pantallas serán redondeados, mas no totalmente rectangulares.

### **Fondo:**

El fondo será el panel de aluminio compuesto, donde se grabará el contenido de la señal, en la parte superior se colocará el pictograma, el mismos que estará compuesto.

### **Materiales utilizados**

Especificaciones técnicas por una lámina retrorreflectiva que cumpla con la las especificaciones

ASTM IV, sobre la cual se ubicará la lámina de electrocorte que ve la forma y color del pictograma utilizado.

### **Estructura**

El soporte interno deberá estar construido de la siguiente forma:

La estructura deberá ser construida con tubos cuadrados galvanizados de 2" formando un armazón que deberá estar fijado a los paneles de aluminio compuesto.

La estructura estará constituida por 4 tubos cuadrados de 2" y 2 mm de espesor dispuestos verticalmente a distancias simétricas, unidos a 5 tubos de 2" y 2 mm de espesor dispuestos horizontalmente, soldados con electrodos 6011, formando un panel rectangular. Para la construcción del tótem serán necesarios 2 paneles unidos por 10 segmentos laterales de tubo cuadrado a distancias simétricas, consiguiendo un armazón rígido, al que se unirán las demás estructuras del tótem.

El armazón rígido deberá estar soldado con electrodos 6011 a una base formada por un placa metálica de 400 mm x 200 mm x 5 mm de espesor, que tendrá 4 perforaciones de 1 pulgada de diámetro. Éstas servirán para sujetar el tótem al plinto de hormigón.

La estructura interior tendrá un tratamiento anticorrosivo y dos manos de pintura automotriz.

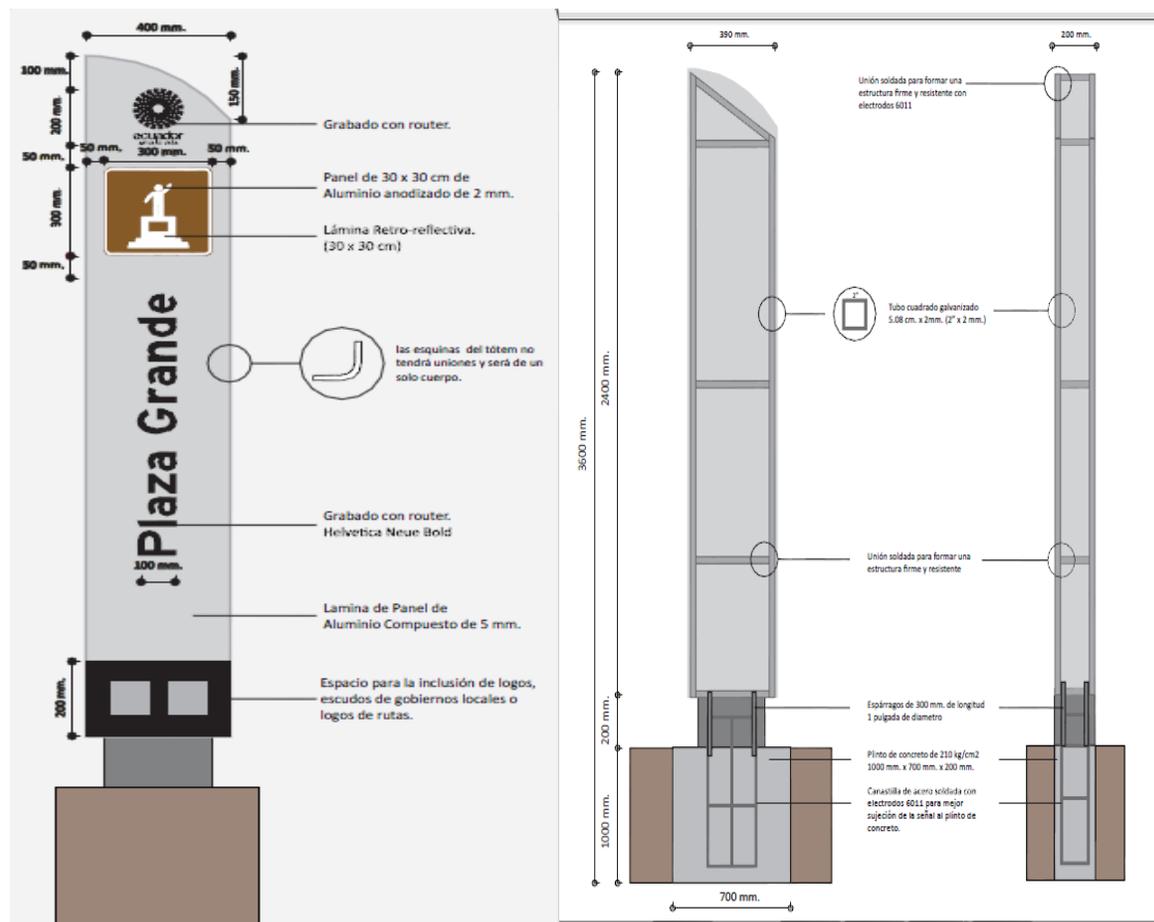
La garantía técnica conferida por el fabricante de la señal, así como por el proveedor de los materiales, deberá cubrir al menos 8 años.

### **Plinto:**

Será de hormigón simple  $f'c = 180 \text{ kg/cm}^2$  con las siguientes medidas: 700 mm x 200 mm x 1000 mm. 20 cm serán de hormigón visto con enlucido paletado fino. La base deberá tener un refuerzo estructural construido con acero de refuerzo  $f_y = 4200 \text{ kg/cm}^2$ , que será tejido de manera que forme

una "T", siendo incrustado en el centro del dado de hormigón.

### MODELO MINTUR



Fuente: MINTUR

Elaborado por: CHAMORRO, Pablo (2016)

## VALLA INFORMATIVA DE DESTINO SEGÚN MINTUR

Gráfico 4: Valla Informativa - Modelo MINTUR

<b>CARACTERÍSTICA</b>
Instrumentos específicos de ubicación de destino, por lo general se la ubica al inicio del territorio Miden 6.00m x 3.00m
<b>ESPECIACIONES TÉCNICAS</b>
<b>Sustrato:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• El elemento sobre el que se adherirá el material retroreflectivo, está constituido por láminas de aluminio liso anodizado de las dimensiones que ser requiera.</li></ul>
<b>Plintos</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Serán cubos de hormigón de 180 kg/cm<sup>2</sup> fundidos en sitio una vez que se hayan nivelado los postes, tendrán las siguientes dimensiones:</li><li>• Para soporte de señales de aproximación y vallas informativas de destinos 300mm x 300mm x 1000mm.</li></ul>
<b>Postes o parantes:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Para el pictograma se usa un solo tubo galvanizado de 25.4mm x 25.4mm (1" x 1") y 1.2mm de espesor.</li></ul>
<b>Materiales utilizados – Especificaciones técnicas</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Dispuestos uno a cada lado de la señal. En tubo cuadrado de 50.8mm x 2mm (2" x</li></ul>

2mm) de espesor, de 5.00m de longitud, galvanizados.

- Deberán dejar una altura libre bajo la señal de 2.20m
- El oferente podrá presentar la opción de acabado niquelado.

**Pantallas:**

- Para las pantallas de las señales de aproximación y vallas informativas de destinos Tendrán 2 componentes: La estructura, fabricada en tubo cuadrado de 50.8mm x 1.5mm (2" x 1.5mm), sus uniones serán soldadas mediante suelda eléctrica, electrodos 6011, totalmente limpias y esmeriladas; esta estructura estará conformada por un marco y diagonales de refuerzo del mismo tubo y será tratada mediante anticorrosivo promotor de adherencia y laca automotriz al menos 2 manos.
- La pantalla usara como sustrato láminas de aluminio liso anodizado. Estas pantallas se sujetaran a los postes mediante acoples y pernos de carrocería galvanizados de 50.8 mm x 12.7 mm (2" x ½"), su presencia no debe ser advertida por el frente de la señal, deberán quedar ocultos de forma que no interfieran en la estética de la señal.
- Para las señales de aproximación y las vallas informativas de destino, será una composición de vinilos retroreflectivos prismáticos, que cumplirán los niveles de retroreflectividad tipo XI con norma ASTM, laminas traslucidas de electro corte que cumplirán los niveles de reflectancia mencionada anteriormente.

**Composición gráfica:**

- Láminas de electro corte para textos, logotipos, símbolos de servicios escudos viales.

**MODELO MINTUR**



**Fuente:** MINTUR  
**Elaborado por:** CHAMORRO, Pablo (2016)

## PICTOGRAMAS SEGÚN MINTUR

Gráfico 5: Pictogramas - Modelo MINTUR

<b>CARACTERÍSTICAS</b>
<p>Son aquellas que indican a los visitantes y 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.</p>
<b>ESPECIFICACIONES TÉCNICAS</b>
<p><b>Sustrato</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• El elemento sobre el que se adherirá el material retroreflectivo, está constituido por láminas de aluminio liso anodizado de las dimensiones que se requiera.</li></ul> <p><b>Plintos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Serán cubos de hormigón de 180 kg/cm<sup>2</sup> fundidos en sitio una vez que se hayan nivelado los postes, tendrán las siguientes dimensiones:</li><li>• Para soporte de señales de aproximación y vallas informativas de destinos 300mm x 1000mm</li></ul> <p><b>Postes o parantes:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Para el pictograma se usa un solo tubo galvanizado de 25.4 mm x 25.4 mm (1" x 1") y de 1.2 mm de espesor.</li><li>• Deberán dejar una altura libre bajo la señal de 2.20m.</li><li>• El oferente podrá presentar la opción de acabado niquelado.</li></ul>

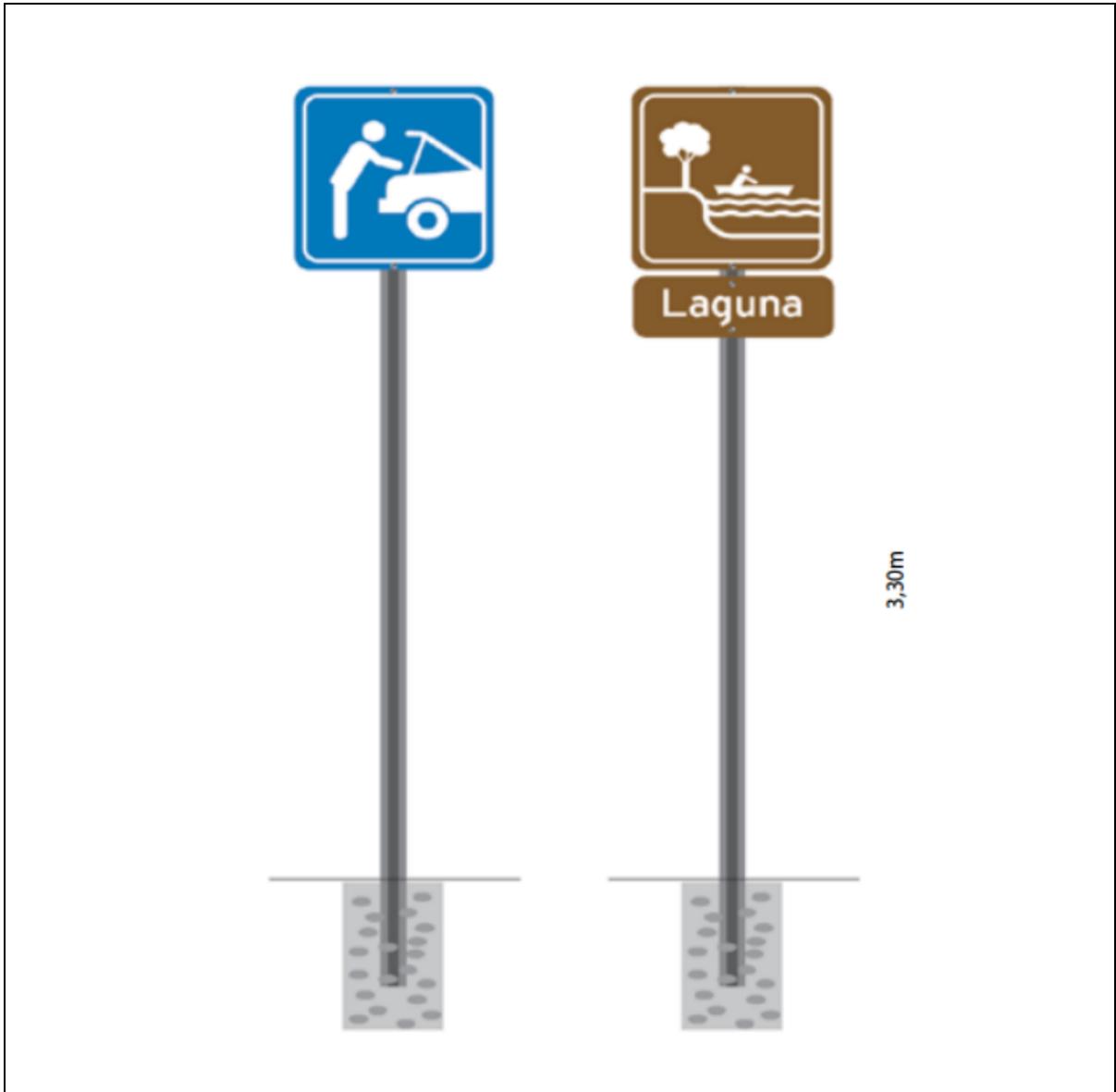
**Pantallas:**

- Para las pantallas de las señales de aproximación y vallas informativas de destinos tendrán 2 componentes: La estructura, fabricada en tubo cuadrado de 50.8 mm x 1.5 mm (2" x 1.5 mm), sus uniones serán soldados mediante suelda eléctrica, electrodos 6011, totalmente limpias y esmeriladas; esta estructura estará conformada por un marco y diagonales de refuerzo del mismo tubo y será tratada mediante anticorrosivo promotor de adherencia y laca automotriz al menos 2 manos.
- La pantalla usara como sustrato láminas de aluminio liso anodizado. Estas pantallas se sujetaran a los postes mediante acoples y pernos de carrocería galvanizados de 50.8 mm x 12.7 mm (2" x ½"), su presencia no debe ser advertida por el frente de la señal, deberán quedar ocultos de forma que no interfieran en la estética de la señal.
- Para las señales de aproximación y las vallas informativas de destino, será una composición de vinilos retroreflectivos prismáticos, que cumplirán los niveles de retroreflectividad tipo XI con norma ASTM, laminas translucidas de electro corte que cumplirán los niveles de reflectancia mencionada anteriormente.

**Composición gráfica:**

- Láminas de electro corte para textos, logotipos, símbolos de servicios y escudos viales.

**MODELO MINTUR**



Fuente: MINTUR  
Elaborado por: CHAMORRO, Pablo (2016)

**Determinar los tipos de señales turísticas a ubicar en el territorio.**

**Cuadro 10: Señales Turísticas a Ubicar**

<b>UBICACIÓN</b>	<b>REFERENCIA</b>	<b>TIPO DE SEÑAL</b>
<b>PASO LATERAL VÍA A GUARANDA</b>	Desvió transporte pesado (Y) Ingreso Producoop	Señal de aproximación
<b>PASO LATERAL ENTRADA A PRODUCCOOP</b>	Puerta principal PRODUCCOOP	Señal de aproximación
<b>INGRESO A SALINAS</b>	Desvío Chocolates el Salinerito y Aceites Esenciales (Y)	Señal de aproximación
<b>ACEITES ESENCIALES</b>	Junto a la cancha deportiva	Tótem de sitio
<b>CONFITES EL SALINERITO</b>	Junto a la Junta de Aguas de Salinas	Tótem
<b>SENDERO MINAS DE SAL</b>	Junto a la Casa de la Juventud	Pictograma
<b>FÁBRICA DE BALONES</b>	Calle Puruhaes y Tomabelas esqu.	Tótem de sitio
<b>EMBUTIDORA FUNORSAL</b>	Calle Cachipamaba y Los Pinos-Junto A la Mecánica Arias	Tótem de sitio
<b>PLAZA CENTRAL</b>	Frente al GAD Parroquial Salinas	Tótem

<b>SENDERO ECO TURÍSTICO</b>	Calle los Tomabelas, Subida al Calvario.	Pictograma
<b>IGLESIA</b>	Junto al GAD Parroquial Salinas	Tótem de sitio
<b>ESCALINATAS MIRADOR LA CRUZ-EL CALVARIO</b>	Pasaje el Calvario, Junto a la Casa Del Padre Antonio Polo	Pictograma
<b>ALI SALINAS</b>	Calle José Dubatch, Frente a la Casa del Adulto Mayor	Tótem de sitio
<b>ASOCIACIÓN TEXAL</b>	Calle Tibos Pungo, Junto a la FUNORSAL	Tótem de sitio
<b>HILANDERÍA SALINAS</b>	Calle Tibos Pungo Vía a Verdepamba Detrás del ex Colegio Salinas	Tótem
<b>SECADORA DE HONGOS Y FRUTAS DESHIDRATADOS</b>	Junto a la Hilandería Salinas, detrás del Colegio Salinas	Tótem de sitio

Fuente: CHAMORRO, Pablo  
Elaborado por: CHAMORRO, Pablo (2016)

**Señalética propuesta.**

**Imagen 1**

<b>UBICACIÓN</b>	<b>REFERENCIA</b>	<b>TIPO DE SEÑAL</b>
PASO LATERAL VÍA A GUARANDA	Desvió transporte pesado (Y) Ingreso PRODUCCOOP	Señal de aproximación
		

Fuente: CHAMORRO, Pablo  
Elaborado por: CHAMORRO, Pablo (2016)

Imagen 2

UBICACIÓN	REFERENCIA	TIPO DE SEÑAL
PASO LATERAL ENTRADA A PRODUCCOOP	Puerta principal PRODUCCOOP	Señal de aproximación
		

Fuente: CHAMORRO, Pablo  
 Elaborado por: CHAMORRO, Pablo (2016)

Imagen 3

UBICACIÓN	REFERENCIA	TIPO DE SEÑAL
INGRESO A SALINAS	Desvio Chocolates el Salinerito y Aceites Esenciales (Y)	Señal de aproximación
		

Fuente: CHAMORRO, Pablo  
 Elaborado por: CHAMORRO, Pablo (2016)

Imagen 4

UBICACIÓN	REFERENCIA	TIPO DE SEÑAL
ACEITES ESENCIALES	Junto a la cancha deportiva	Tótem de sitio

Fuente: CHAMORRO, Pablo  
Elaborado por: CHAMORRO, Pablo (2016)

Imagen 1

UBICACIÓN	REFERENCIA	TIPO DE SEÑAL
CONFITES EL SALINERITO	Junto a la Junta de Aguas de Salinas	Tótem

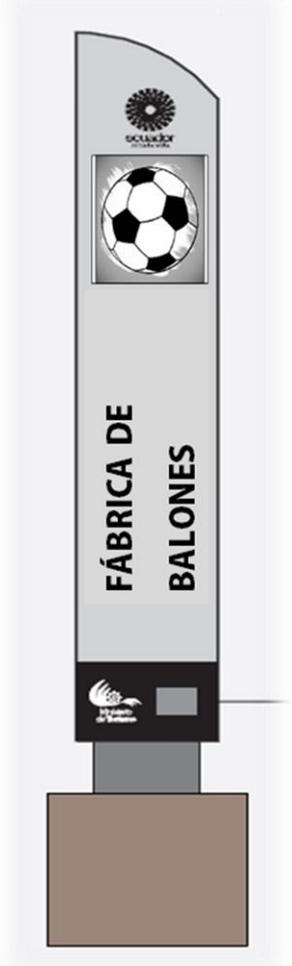
Fuente: CHAMORRO, Pablo  
 Elaborado por: CHAMORRO, Pablo (2016)

Imagen 2

UBICACIÓN	REFERENCIA	TIPO DE SEÑAL
SENDERO MINAS DE SAL	Junto a la Casa de la Juventud	Pictograma
<div data-bbox="609 485 1019 894" data-label="Image">Un pictograma de senderismo que muestra un caminante con una mochila caminando sobre un camino que se curva. Al final del camino hay una planta. El pictograma está dentro de un recuadro azul con una línea blanca.</div> <p data-bbox="732 919 889 957">Senderismo</p>		

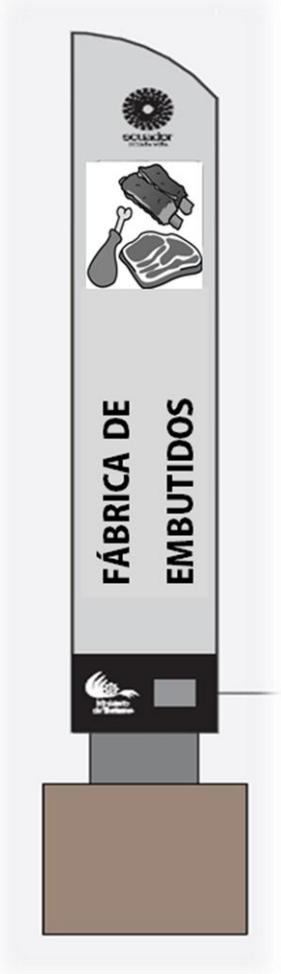
Fuente: CHAMORRO, Pablo  
Elaborado por: CHAMORRO, Pablo (2016)

Imagen 3

UBICACIÓN	REFERENCIA	TIPO DE SEÑAL
FÁBRICA DE BALONES	Calle Puruhaes y Tomabelas esqu.	Tótem de sitio
		

Fuente: CHAMORRO, Pablo  
Elaborado por: CHAMORRO, Pablo (2016)

Imagen 4

UBICACIÓN	REFERENCIA	TIPO DE SEÑAL
EMBUTIDORA FUNORSAL	Calle Cachipamaba y Los Pinos- Junto A la Mecánica Arias	Tótem de sitio
		

Fuente: CHAMORRO, Pablo  
Elaborado por: CHAMORRO, Pablo (2016)

Imagen 5

UBICACIÓN	REFERENCIA	TIPO DE SEÑAL
PLAZA CENTRAL	Frente al GAD Parroquial Salinas	Tótem



Fuente: CHAMORRO, Pablo  
 Elaborado por: CHAMORRO, Pablo (2016)

Imagen 6

UBICACIÓN	REFERENCIA	TIPO DE SEÑAL
SENDERO ECO TURÍSTICO	Calle los Tomabelas, Subida al Calvario.	Pictograma
<div data-bbox="609 550 1019 961" style="text-align: center;"></div> <p data-bbox="730 987 893 1024" style="text-align: center;">Senderismo</p>		

Fuente: CHAMORRO, Pablo  
Elaborado por: CHAMORRO, Pablo (2016)

Imagen 7

UBICACIÓN	REFERENCIA	TIPO DE SEÑAL
IGLESIA	Junto al GAD Parroquial Salinas	Tótem de sitio
		

Fuente: CHAMORRO, Pablo  
Elaborado por: CHAMORRO, Pablo (2016)

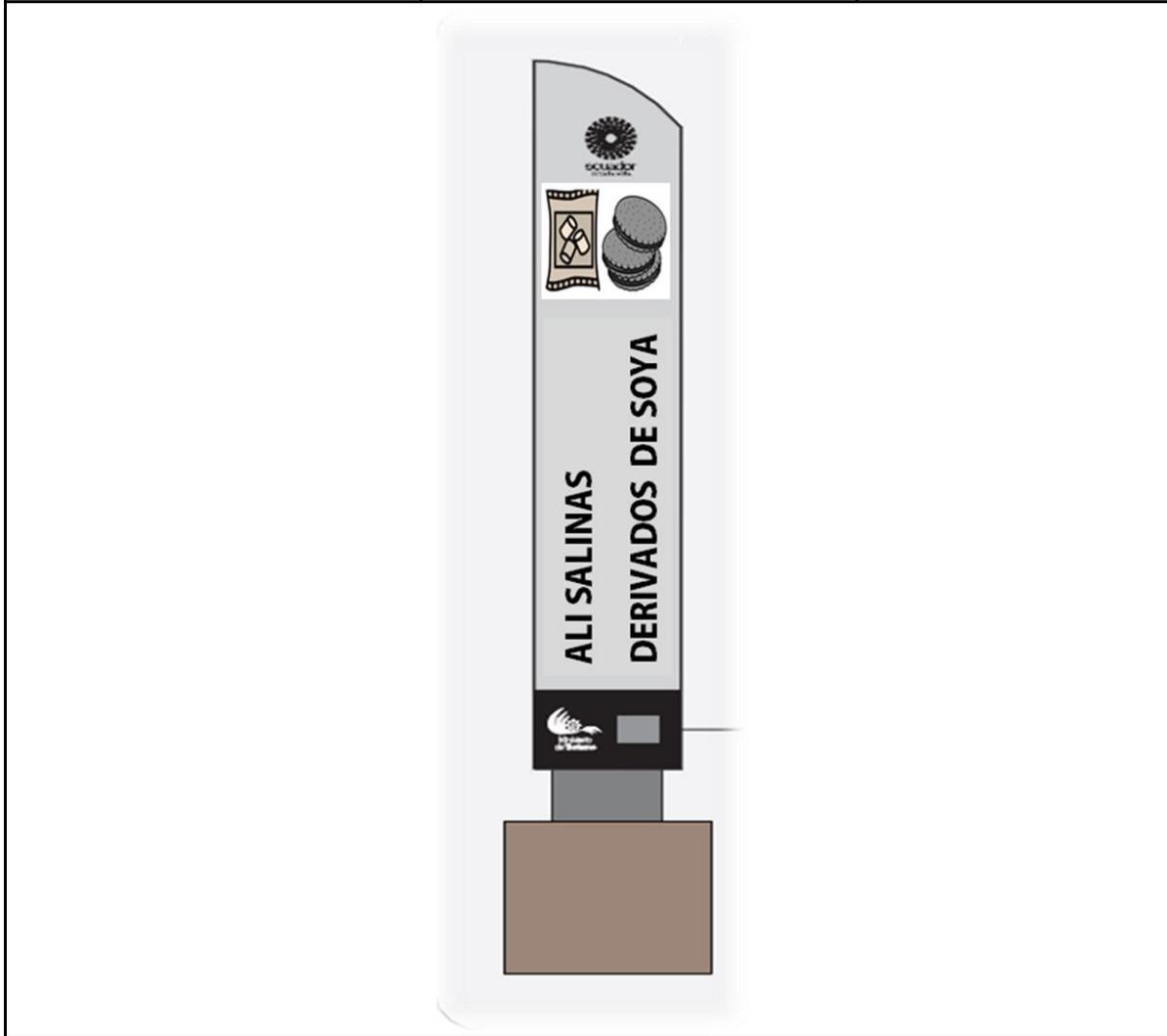
Imagen 8

UBICACIÓN	REFERENCIA	TIPO DE SEÑAL
ESCALINATAS MIRADOR LA CRUZ-EL CALVARIO	Pasaje el Calvario, Junto a la Casa Del Padre Antonio Polo	Pictograma
		

Fuente: CHAMORRO, Pablo  
Elaborado por: CHAMORRO, Pablo (2016)

Imagen 9

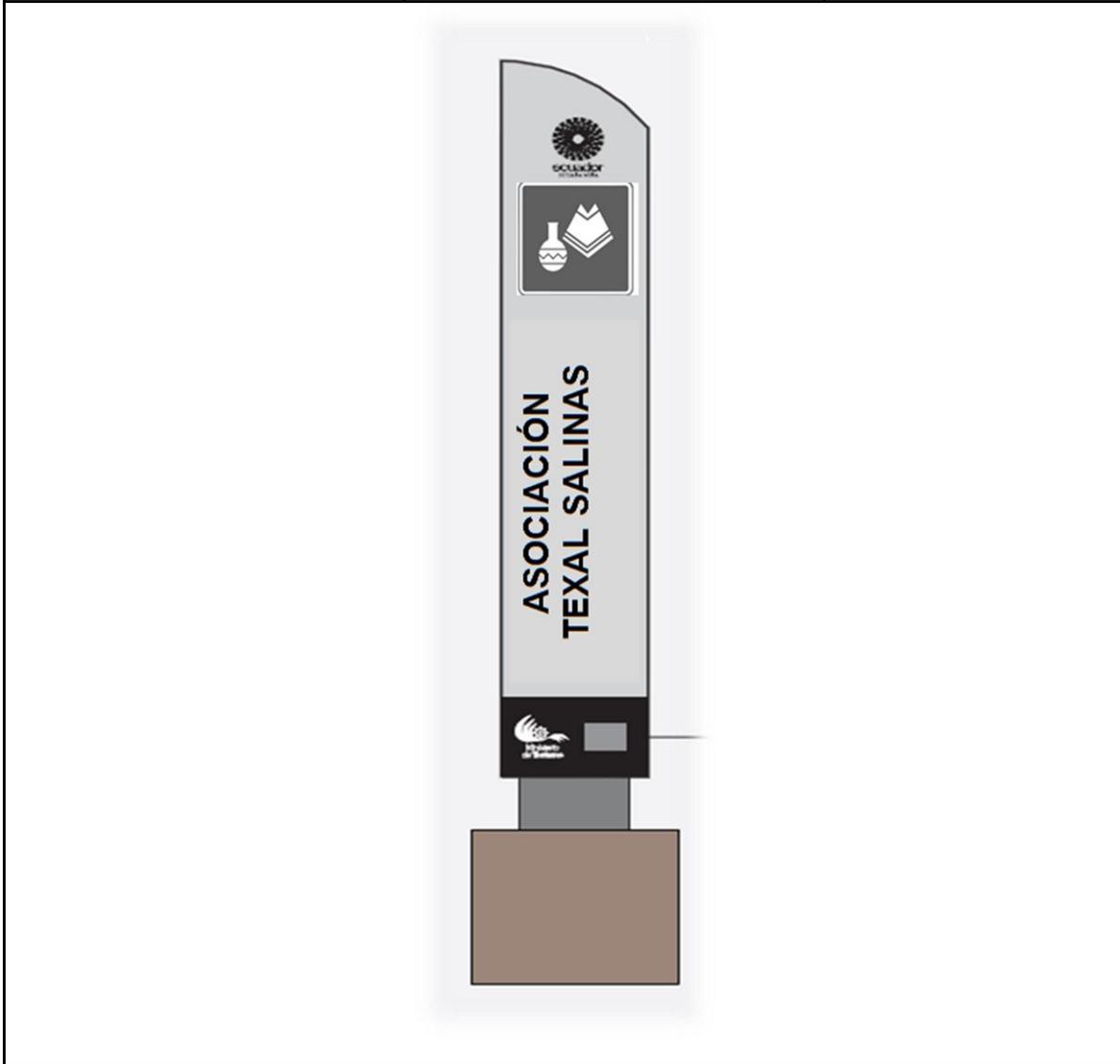
UBICACIÓN	REFERENCIA	TIPO DE SEÑAL
ALI SALINAS	Calle José Dubatch, Frente a la Casa del Adulto Mayor	Tótem de sitio



Fuente: CHAMORRO, Pablo  
Elaborado por: CHAMORRO, Pablo (2016)

Imagen 10

UBICACIÓN	REFERENCIA	TIPO DE SEÑAL
ASOCIACIÓN TEXAL	Calle Tibos Pungo, Junto a la FUNORSAL	Tótem de sitio



Fuente: CHAMORRO, Pablo  
Elaborado por: CHAMORRO, Pablo (2016)

Imagen 11

UBICACIÓN	REFERENCIA	TIPO DE SEÑAL
HILANDERÍA SALINAS	Calle Tibos Pungo Vía a Verdepamba Detrás del ex Colegio Salinas	Tótem



Fuente: CHAMORRO, Pablo  
Elaborado por: CHAMORRO, Pablo (2016)

Imagen 12

UBICACIÓN	REFERENCIA	TIPO DE SEÑAL
SECADORA DE HONGOS Y FRUTAS DESHIDRATADAS	Junto a la Hilandería Salinas, detrás del Colegio Salinas	Tótem de sitio



Fuente: CHAMORRO, Pablo  
Elaborado por: CHAMORRO, Pablo (2016)

## **Determinación de los costos de implementación**

Si se considera las especificaciones emitidas por el ministerio de turismo, los costos establecidos para la implementación de señalética turística propuesta en función de una proforma de servicios ofertada son las siguientes.

UBICACIÓN	REFERENCIA	TIPO DE SEÑAL	COORDENADAS UTM			TIPO DE VÍA	VALOR
			LATITUD	LONGITUD	ALTITUD		
<b>PASO LATERAL DESVIÓ DE VEHÍCULOS PESADOS ENTRADA A LA PRODUCCOOP</b>	Vía principal Salinas Guaranda. Vía al Estadio. PRODUCCOOP	Señal de aproximación	1°98`4423" 1°98`4416" 1°98`4417"	71°99`54" 71°97`72" 71°98`06"	3497 3527 3529	Primer Orden Rural Rural	1223,40
<b>INGRESO VÍA AGUA SAL, VÍA A YACUVIANA</b>	Vía principal Salinas Guaranda-Casa del Sr. Víctor Rea	Señal de aproximación	1°98`4451"	72°02`26"	3524	Primer Orden	407,80
<b>ACEITES ESENCIALES</b>	Junto a la cancha deportiva	Tótem de sitio	1°98`537"	72°03`28"	3529	Vereda	470,30
<b>CONFITES EL SALINERITO</b>	Junto a la Junta de Aguas de Salinas	Tótem	1°98`4449"	72°03`56"	3529	Vereda	1419,86
<b>SENDERO MINAS DE SAL</b>	Junto a la Casa de la Juventud	Pictograma	1°98`4445"	72°04`05"	3528	Vereda	217,84
<b>FÁBRICA DE BALONES</b>	Calle Puruhaes y Tomabelas esqu.	Tótem de sitio	1°98`4452"	72°03`96"	3538	Vereda	470,30
<b>EMBUTIDORA FUNORSAL</b>	Calle Cachipamaba y Los Pinos-Junto A la Mecánica Arias	Tótem de sitio	1°98`4453"	72°04`75"	3543	Vereda	470,30
<b>PLAZA CENTRAL</b>	Frente al GAD Parroquial Salinas	Tótem	1°98`4463"	72°04`26"	3557	Vereda	1419,86
<b>SENDERO ECO TURÍSTICO</b>	Calle los Tomabelas, Subida al Calvario.	Pictograma	1°98`4467"	72°04`71"	3565	Vereda	217,84
<b>IGLESIA</b>	Junto al GAD Parroquial Salinas	Tótem de sitio	1°98`4465"	72°04`26"	3558	Vereda	470,30

<b>ESCALINATAS MIRADOR LA CRUZ- EL CALVARIO</b>	Pasaje el Calvario, Junto a la Casa Del Padre Antonio Polo	Pictograma	1°98`4467"	72°04`08"	3558	Vereda	217,84
<b>ALI SALINAS</b>	Calle José Dubatch, Frente a la Casa del Adulto Mayor	Tótem de sitio	1°98`4469"	72°03`62"	3552	Vereda	470,30
<b>ASOCIACIÓN TEXAL</b>	Calle Tibos Pungo, Junto a la FUNORSAL	Tótem de sitio	1°98`4464"	72°05`99"	3565	Vereda	470,30
<b>HILANDERÍA SALINAS</b>	Calle Tibos Pungo Vía a Verdepamba Detrás del ex Colegio Salinas	Tótem	1°98`4470"	72°07`46"	3575	Vereda	1419,86
<b>SECADORA DE HONGOS Y FRUTAS DESHIDRATADOS</b>	Junto a la Hilandería Salinas, detrás del Colegio Salinas	Tótem de sitio	1°98`4466"	72°07`80"	3568	Vereda	470,30
<b>TOTAL</b>							<b>9836,40</b>

**Cuadro 11: Presupuesto de la Señalización**

**Fuente:** CHAMORRO, Pablo  
**Elaborado por:** CHAMORRO, Pablo (2016)

El costo total para la implementación de la señalización turística de la parroquia Salinas es de NUEVE MIL OCHOCIENTOS TREINTA Y SEIS DÓLARES CON CUARENTA SENTAVOS.

## 4.3 BIBLIOGRAFÍA Y LINKOGRAFÍA

### 4.3.1 Bibliografía

*Modelación del Desarrollo Sustentable en la ciudad de Piura con visión de Dinámica de Sistemas Mediante Software de Simulación Vensim ple*". (2012). PIURA: Fundación Universitaria Andaluza Inca Garcilaso para eumed.net.

ACOSTA, D. (2014). *POSICIONAMIENTO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS Y SU INCIDENCIA EN LA DEMANDA TURÍSTICA DE LA PARROQUIA PANZALEO DEL CANTÓN SALCEDO PROVINCIA DE COTOPAXI*. AMBATO : N/A.

ALISTER, M., & WALL, G. (1982). *Tourism: Economic: Physical and Social*. Michigan: Longman House.

ARVELO, M. (2004). EMRESAS RURALES. En M. ARVELO, *EMRESAS RURALES* (pág. 36). CARACAS: IICA.

BIESS. (19 de JUNIO de 2013). *Biess, Banco del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social* . Recuperado el 26 de JULIO de 2015, de Biess, Banco del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social : <https://www.biess.fin.ec/files/ley-transparencia/plan-nacional-del-buen-vivir/Resumen%20PNBV%202013-2017.pdf>

biobol.org. (22 de Agosto de 2012). *Servicios en Educación Ambiental*. Recuperado el 25 de JULIO de 2015, de Servicios en Educación Ambiental: <http://www.biobol.org/index.php/principal/biobol/312-servicios-en-educacion-ambiental>

BUENAS TAREAS. (2008). *Buenas Tareas, ensayos*. Recuperado el 25 de Julio de 2015, de Buenas Tareas, ensayos: <http://www.buenastareas.com/ensayos/Facilidades-Tur%C3%ADsticas/971778.htm>

CABARCOS, N. (2006). Promoción y venta de servicios turísticos. En N. CABARCOS, *Promoción y venta de servicios turísticos* (pág. 2). VIGO: IDEAS PROPIAS.

CARRERA, Á. (2008). *Plan integral de señalética turística para las parroquias noroccidentales del cantón Quito, provincia de Pichincha*. QUITO: N/A.

COOTAD. (2008). *CODIGO ORGANICO DE ORDENAMIENTO TERRITORIAL AUTONOMIA Y DESCENTRALIZACION* . QUITO.

COSENTINO, J. (2009). *Reflexión Académica en Diseño y Comunicación N°XI* . BUENOS AIRES: S/N.

COSTA, J. (2007). *SEÑALÉTICA CORPORATIVA*. BARCELONA: N/A.

- CROSBY, A. (1996). MADRID: CEFAT.
- CROSBY, A. (1996). Elementos Básicos Para Un Turismo Sostenible . En A. CROSBY, *Elementos Básicos Para Un Turismo Sostenible* (pág. 10). MADRID: CEFAT.
- CUNALATA, M. (2011). *LA SEÑALETICA Y EL DESARROLLO TURISTICO DEL CANTO SAQUISILI PROVINCIA DE COTOPAXI*. AMBATO: N/A.
- DEFINICION.DE. (12 de JULIO de 2015). *Definicion.de*. Recuperado el 25 de JULIO de 2015, de Definicion.de: <http://definicion.de/mercado-turistico/>
- DREAM TRAVEL INDUSTRIES.BLOGSPOT. (Domingo de AGOSTO de 2012). *DREAM TRAVEL INDUSTRIES*. Recuperado el 25 de Julio de 2015, de DREAM TRAVEL INDUSTRIES: <http://dreamtravelindustries.blogspot.com/2012/08/definicion-concepto-y-origen-de-las.html>
- erranteviajero.blogspot. (18 de Noviembre de 2010). *Erranteviajero*. Recuperado el 24 de Julio de 2015, de Erranteviajero: <http://erranteviajero.blogspot.com/2010/11/la-facilitacion-turistica-y-el.html>
- GADGUARANDA. (Octubre de 2013). *Gad Municipal Guaranda*. Recuperado el Junio de 2015, de Gad Municipal Guaranda: <http://www.bolivar.gob.ec/gpbTuristico/>
- GALARZA, L. (2013). *SEÑALÉTICA TURÍSTICA INTERPRETATIVA Y SU APORTE EN LA ORIENTACIÓN TURÍSTICA EN LA CIUDAD DE AMBATO PROVINCIA DE TUNGURAHUA*. AMBATO : N/A.
- García, J. M. (2014). *eoría y ejercicios prácticos de Dinámica de Sistemas*. BARCELONA: ISBN.
- GARCÍA, R. (2006). Estructura de Mercados Turísticos. En R. GARCÍA, *Estructura de Mercados Turísticos* (pág. 28). Barcelona: Eureka Media.
- GOBIERNO DE ARAGON . (2007). *Gobierno de Aragón, Departamento de Cultura y Turismo*. Recuperado el 23 de JULIO de 2015, de Gobierno de Aragón, Departamento de Cultura y Turismo: <http://www.aragon.es/estaticos/ImportFiles/05/docs/Areas/>
- GÓMEZ , B., & FRANCISCO, L. (2002). Regionalización turística del mundo. En B. GÓMEZ, & L. FRANCISCO, *GÓMEZ , BELÉN; FRANCISCO, LÓPEZ;* (pág. 45). BARCELONA: TEXT GUIA.
- GoogleMaps. (26 de Octubre de 2015). *Google* . Recuperado el 26 de octubre de 2015, de Google: <https://www.google.com.ec/maps/place/Salinas/@-1.4936442,-79.0409124,106703m/data=!3m1!1e3!4m2!3m1!1s0x91d369e2708b7dab:0xa30857cf5d1fa413>

- ISISUFG. (2008). *Isis UFG edu*. Recuperado el 25 de Julio de 2015, de Isis UFG edu: <http://www.wisis.ufg.edu.sv/www.wisis/documentos/TE/647.94-A786d/647.94-A786d-Capitulo%20II.pdf>
- JOSSE, V. S. (2009). SERVICIO DE INFORMACION SEGUN ACUERDO MINISTERIAL N°565. *SERVICIO DE INFORMACION SEGÚN ACUERDO MINISTERIAL CON FECHA MARTES 7 DE ABRIL DEL 2009 -- N° 565* (pág. N/A). QUITO: N/A.
- JUAREZ, A. (2011). ESTRUCTURA DEL MERCADO TURISTICO GS 11 CF. En A. JUAREZ, *ESTRUCTURA DEL MERCADO TURISTICO GS 11 CF* (pág. 22). BARCELONA: PARANINFO.
- Logopedia del Ponce de León.org. (9 de Agosto de 2012). *Logopedia del Ponce de León*. Recuperado el 24 de Julio de 2015, de Logopedia del Ponce de León: [http://www.ponceleon.org/logopedia/index.php?option=com\\_content&view=article&id=110&Itemid=96](http://www.ponceleon.org/logopedia/index.php?option=com_content&view=article&id=110&Itemid=96)
- MINISTERIO DE TURISMO DE PERÚ. (2013). *Gestion Turistica*. Lima: MINCETUR.
- MINTUR. (26 de septiembre de 2007). *Ministerio de Turismo*. Recuperado el Junio de 2015, de Ministerio de Turismo: <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PLANDETUR-2020.pdf>
- MINTUR. (26 de Septiembre de 2007). *MINISTERIO DE TURISMO*. Recuperado el 20 de JULIO de 2015, de MINISTERIO DE TURISMO: <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/02/Ley-de-Turismo-MINTUR.pdf>
- MINTUR. (10 de Abril de 2008). *MANUAL DE SEÑALIZACIÓN TURÍSTICA*. Quito: N/A.
- MINTUR. (09 de ENERO de 2008). *MINISTERIO DE TURISMO* . Recuperado el 19 de JULIO de 2015, de MINISTERIO DE TURISMO: <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/02/Reglamento-General-Ley-de-Turismo.pdf>
- MINTUR. (2011). *Ministerio de Turismo del Ecuador*. Recuperado el 26 de Julio de 2015, de Ministerio de Turismo del Ecuador: <http://www.congope.gob.ec/wp-content/uploads/2014/08/Se%C3%B1al%C3%A9ticaTuristica-en-areas-rurales-17-07-2013.pdf>
- MINTUR. (23 de Agosto de 2012). *Ministerio de Turismo*. Recuperado el Junio de 2015, de Ministerio de Turismo: <http://www.turismo.gob.ec/turismo-consciente-una-propuesta-de-ecuador-al-mundo-se-presenta-en-colombia/>
- MINTUR. (20 de Junio de 2013). *Manual de Señalización Turística*. Quito: N/A.

- MINTUR. (24 de Abril de 2015). *Ministerio de Turismo*. Recuperado el 20 de Julio de 2015, de Ministerio de Turismo: <http://www.turismo.gob.ec/tag/cifras-turismo-2015/>
- ORTIZ, G. (2012). *DESARROLLO TURÍSTICO COMUNITARIO Y SU INCIDENCIA EN LA DEMANDA TURÍSTICA EN LA COMUNIDAD PONDOA DE LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA*. AMBATO: N/A.
- PARRA, M. (2011). *Las facilidades turísticas y su incidencia en la afluencia de visitantes al corredor eco-turístico Quilotoa Chugchilán provincia de Cotopaxi*. Latacunga: N/A.
- PERÉZ, M. (2004). Manual del turismo sostenible: cómo conseguir un turismo social, económico. En M. PERÉZ, *Manual del turismo sostenible: cómo conseguir un turismo social, económico* (pág. 164). MADRID: MUNDI PRENSA LIBROS S.A.
- PÉREZ, R. (2008). *Marketing turístico*. BARCELONA: VÉRTICE.
- PHILLIPS, V. (2009). *MANUAL PARA LA MODIFICACIÓN DE SENDEROS INTERPRETATIVOS EN ECOTURISMO*. Mexico: Marco Hernández.
- POLO, P. A. (2003). *La Puerta Abierta*. Guaranda.
- QUESADA, R. (2000). Elementos Del Turismo. En R. QUESADA, *Elementos Del Turismo* (pág. 191). SAN JOSÉ: Universidad Estatal a Distancia.
- REPO.UTA. (2013). *Repositorio Universidad Técnica de Ambato*. Recuperado el 25 de Julio de 2015, de Repositorio Universidad Técnica de Ambato: <http://repo.uta.edu.ec/bitstream/handle/123456789/2561/MA-GP-ECO-878.pdf?%20sequence=1>
- ROSAS, G. (2009). *LA SEÑALETICA TURISTICA INTERPRETATIVA ACTUAL IMPLANTADA POR EL H. CONSEJO PROVINCIAL DE TUNGURAHUA Y SU APOORTE EN EL DESARROLLO TURISTICO DE LA ZONA CENTRICA DEL CANTON BAÑOS*. AMBATO: N/A.
- SECTUR. (23 de Mayo de 2004). Guía de señalética para áreas en donde se practican actividades de turismo alternativo. MEXICO D.F, MEXICO, MEXICO.
- TACON , A., & FIRMANI , C. (ENERO de 2004). *MANUAL DE SENDEROS Y USO PÚBLICO*. VALDIVIA, VALDIVIA, CHILE.
- TIERRA, N. (2009). *Texto básico de Planificación Turística*.
- VALENCIA, J. (4 de Marzo de 2003). *Diccionario de terminos turisticos*. Recuperado el 18 de Julio de 2015, de Diccionario de terminos turisticos: [http://tesis.ula.ve/postgrado/tde\\_arquivos/17/TDE-2013-03-17T04:03:52Z-3096/Publico/zazapasquale\\_parte6.pdf](http://tesis.ula.ve/postgrado/tde_arquivos/17/TDE-2013-03-17T04:03:52Z-3096/Publico/zazapasquale_parte6.pdf)

VÁSCONEZ, V. (2014). *DISEÑO DE UN SENDERO INTERPRETATIVO AUTOGUIADO EN LA COMUNIDAD DE SANTA MARIANITA, PARROQUIA NANEGAL, CANTÓN*. QUITO: N/A.

yanitravel.blogspot. (15 de Marzo de 2008). *Yani Travel*. Recuperado el 24 de julio de 2015, de Yani Travel: <http://yanitravel.blogspot.com/2008/07/faciidades-turisticas.html>

## ANEXOS

Referencia de tipos de señales por ubicación en el Manual de Señalización turística del Ecuador (MINTUR, 2011)

Ilustración 6: Tipos de señal

Tipo de Señal	Medidas	Carretera	Referencia pág. manual
Vallas capital de provincia, cantones 	8,00 x 4,00 m	Primer Orden	71, 86
Vallas turísticas aeropuertos 	10,00 x 4,00 m	Primer Orden	86

**Ilustración 7: Tipos de vallas en carreteras**

Tipo de señal	Medidas	Carretera	Referencia pág. manual
<p>Pórticos límites provinciales</p> 	<p>11,00 x 2,00 m</p>	<p>Primer Orden</p>	<p>80</p>
<p>Vallas identificativas parroquiales</p> 	<p>6,00 x 3,00 mz</p>	<p>Primero y segundo Orden</p>	<p>71</p>
<p>Vallas informativas de destino</p> 	<p>2,40 x 1,20 m</p>	<p>Segundo Orden / Peatonal</p>	<p>71</p>

**Ilustración 8: Señales de servicios**

Tipo de señal	Medidas	Carretera	Referencia pág. Manual
<p>Vallas de atractivo y de servicio</p> 	<p>4,80 x 2,40 m</p>	<p>Primero y segundo Orden</p>	<p>71</p>
<p>Señales de aproximación</p> 	<p>2,40 x 0.60 m</p>	<p>Segundo Orden / Peatonal</p>	<p>70</p>

Ilustración 9: Señales para atractivos turísticos

TIPO DE SEÑAL	MEDIDAS	CARRETERA	Referencia pág. manual
<p>Atractivos turísticos, tótems</p> 	<p>2,40 x 1,20 m</p>	<p>Segundo Orden / Peatonal</p>	<p>76</p>
<p>Pictogramas</p> 	<p>600 mm x 600 mm 750 mm x 750 mm 900 mm x 900 mm</p>	<p>Segundo Orden / Peatonal</p>	<p>73</p>

**Fotografías de las micro-empresas y atractivos naturales y culturales de la Parroquia Salinas**



## SEÑALIZACIÓN TURÍSTICA PARA LA ORIENTACIÓN DE LOS VISITANTES.

TOURIST SIGNPOSTING FOR THE VISITORS ORIENTATION.

Pablo R. Chamorro. S  
Adolfo R. Guamán G.

[pablocs1412r@hotmail.com](mailto:pablocs1412r@hotmail.com)

Octubre 2015 – Marzo 2016

### Resumen

La importancia de la señalética turística tuvo como objeto poner a tentativa un adecuado sistema de orientación, información y seguridad, sustentado en la instalación de sistemas eficientes de señalización turística, con el propósito de promover en los visitantes prácticas de convivencia en espacios turísticos. Este trabajo se respalda en la metodología aplicada, con un enfoque cualitativo y cuantitativo, y se sustentan en el trabajo de campo, en los resultados obtenidos en las encuestas cubriendo las necesidades del turismo con la propuesta de la señalética adecuada para la orientación de los turistas y/o visitantes, los prestadores de servicios pretende contribuir en la discusión sobre la posibilidad de utilizar estrategias comunicativas en lugares turísticos, especialmente en el uso creativo de las dinámicas del lenguaje de la señalética. Se realizó un análisis en un sector estratégico, con la ayuda de herramientas tecnológicas y participación de los actores del turismo, concluyendo con el estudio de un sistema de señalética turística que contribuye al desarrollo del turismo.

**Palabras Claves:** señalización, orientación, convivencia, estrategias, turismo.

### Abstract

The importance of the tourist signposting had as object put to attempt a suitable system of orientation, information and safety, sustained in the installation of efficient systems of tourist signposting, with the intention of promoting in the visitors practices of conviviality in tourist spaces. This work leans on the applied methodology, with a qualitative and quantitative approach, and they are sustained in the fieldwork, in the results obtained in the surveys covering the needs of the tourism with the offer of the signposting adapted for the orientation of the tourists and / or visitors, the lenders of services it tries to contribute in the discussion on the possibility of using communicative strategies in tourist places, especially in the creative use of the dynamics of the language of the her put up signs. An analysis was realized in a strategic sector, with the help of technological tools and participation of the actors of the tourism, concluding with the study of a system of tourist signposting that he contributes to the development of the tourism.

**Key words:** Signposting, orientation, conviviality, strategies, tourism.

## Introducción

En periodos de tiempo, como fines de semana, feriados, fechas cívicas y en su mayoría en vacaciones miles de personas optan por dejar su lugar habitual de residencia, para desplazarse por un par de horas o varios días, a lugares que tengan cierto atractivo cultural, patrimonial, histórico o de ocio y recreación. La importancia del turismo en nuestro país es difícil de negar. Todos los lugares que tiene el Ecuador poseen riqueza natural o paisajística y un trascendental legado histórico-patrimonial disperso a lo largo y ancho de su territorio más allá de sus principales núcleos o centros turísticos. Sin embargo, contar con una buena señalización turística para estos lugares sería de gran ayuda para los visitantes al momento de realizar su recorrido, para esto se trabajara con la ayuda de varios autores como (Trujillo, 2005) (Cuesta, 2010)<sup>1</sup>, (Rivera & all, 2012)<sup>2,3</sup>. Posteriormente realizar un análisis de las experiencias desarrolladas en lugares turísticos como es el caso de Salinas de Guaranda. Este artículo presenta los resultados de una investigación realizada en la parroquia Salinas, cantón Guaranda. El propósito de la indagación fue poner a prueba un conjunto de preguntas, con el objetivo de motivar a los visitantes las buenas practicas turísticas y, en consecuencia analizar un posible uso alternativo de convenciones simbólicas y señales iconográficas en la formación de las personas que visitan los lugares turísticos. En una primera parte, el artículo expone las generalidades de la investigación. Posteriormente, explica la metodología utilizada en la investigación, el diseño de las señales propuestas y los instrumentos para registrar la información. Finalmente, da cuenta de los resultados alcanzados y su respectivo análisis. La investigación tuvo origen en las siguientes preguntas: ¿Considera usted que una correcta adecuación de señalética turística aportaría positivamente al sector?, ¿Piensa usted que existiría satisfacción por parte del turista al encontrar información turística en el sendero?

**Metodología:** Para esta investigación se empleará el enfoque cualitativo puesto que se buscará establecer preguntas de investigación para conocer el criterio de los habitantes del sector y de turistas que llegan a la zona, así indagar la importancia de la implementación de señalización turística. Y es cuantitativa porque examina los hechos con datos numéricos, orienta a la verificación los mismos que deberán ser comprobados a través de la recolección de información.

La modalidad de la investigación es de campo, por el deber de asistir al lugar donde ocurren los hechos para desarrollar el debido estudio detallado en el presente paper “texto científico” para a continuación lograr la investigación necesaria y realizar la pertinente transcripción, además es bibliográfica por la necesidad de acudir a información oportuna, a documentos, libros electrónicos, internet u otros artículos científicos.

---

<sup>1</sup> Cuesta, O. (2010). *Señalización educativa para la convivencia en el espacio público*. Bogotá, Colombia: Signo y Pensamiento.

<sup>2</sup>Rivera, J., & all, e. (2012). *Potencialidades y desafíos del Turismo y ecoturismo en el estado de San Luis Potosí, México: retos y*. El Sauzal, España: PASOS.

<sup>3</sup> Trujillo, J. (2005). *Organización territorial de la actividad turística en la zona metropolitana de Toluca, Estado de México*. Toluca, México: Quivera.

## Señalización

La teoría de señales sienta sus bases en una corriente de estudio bajo el título de economía de la información que, desde una perspectiva normativa, es útil para describir el comportamiento cuando dos partes, en lo que nos concierne el turista y los agentes del territorio, tienen acceso a información diferente (Akerlof, 2002)<sup>4</sup>. En este sentido, el agente o emisor de la señal (el territorio), debe elegir si comunica, y cómo, la señal de información, y la otra parte, el principal o receptor de la señal (el turista), deberá elegir la forma de interpretar la señal (Akerlof, 2002); (Kirmani & Rao, 2000)<sup>5</sup>.

Por su parte, las señales han sido puntualizadas por (Kirmani & Rao, 2000), (Ha & Stoel, 2009)<sup>6</sup> y (Caruana & Ewing, 2010)<sup>7</sup> como un vínculo de comunicación y como las actividades o atributos que alteran las creencias de los individuos, los cuales transmiten información creíble a otros en el mercado. De acuerdo con lo anteriormente mencionado, en el entorno de marketing de territorios las señales se pueden distinguir como un conjunto de acciones que utilizan los promotores del territorio para comunicar información creíble al turista sobre la calidad no observable del producto turístico y mitigar la asimetría de información. Lo esencial en este enfoque es el mercado, ya que nos muestra cómo el turista de manera racional tomará decisiones ante las acciones (señales de calidad emitidas) de los agentes o vendedores del territorio experimentado.

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. (MINISTERIO DE TURISMO, 2011)<sup>8</sup>

## Características

- La señalización tiene por objeto la regulación de los flujos humanos y motorizados en el espacio exterior.
- Es un sistema determinante de conductas.
- El sistema es universal y está ya creado como tal íntegramente.
- Las señales preexisten a los problemas.
- Las señales han sido ya normalizadas y homologadas, y se encuentran disponibles en la industria.

---

<sup>4</sup> Akerlof, G. (2002). *La macroeconomía conductual y la conducta macroeconómica*. . New Haven : Revista Asturiana de Economía.

<sup>5</sup> Kirmani, A., & Rao, A. (2000). *No pain, no gain: a critical review of the literature on signaling unobservable product quality*. Journal of Marketing.

<sup>6</sup> Ha, S., & Stoel, L. (2009). *Consumer e-shop ping acceptance: antecedents in a technology acceptance model*. Knoxville: Journal of Business Research.

<sup>7</sup> Caruana, A., & Ewing, M. (2010). *How corporate reputation, quality, and value influence online loyalty*. Malta: Journal of Business.

<sup>8</sup> Paguay, J. (2011). *MANUAL DE SEÑALIZACIÓN TURÍSTICA*. Quito: S/N.

- Es indiferente a las características del entorno.
- Aporta al entorno factores de uniformidad.
- No influye en la imagen del entorno.
- La señalización concluye en sí misma. (MINTUR, 2011)<sup>9</sup>

### Tipos de Señalización

**Señales regulatorias (Código R):** Regulan el movimiento del tránsito e indican cuando se aplica un requerimiento legal, la falta del cumplimiento de sus instrucciones constituye una infracción de tránsito.



Gráfico 1: Señales regulatoria  
Fuente: (MINTUR, 2011)

**Señales preventivas (Código P):** Advierten a los usuarios de las vías, sobre condiciones inesperadas o peligrosas en la vía o sectores adyacentes a la misma.



Grafico 1: Señales preventivas  
Fuente: (MINTUR, 2011)

**Señales de información (Código I):** Informan a los usuarios de la vía de las direcciones, distancias, destinos, rutas, ubicación de servicios y puntos de interés turístico.



Gráfico 2: Señales de información  
Fuente: (MINTUR, 2011)

<sup>9</sup> MINTUR. (25 de Agosto de 2011). *Ministerio de Turismo del Ecuador*. Recuperado el 11 de Enero de 2016, de Ministerio de Turismo del Ecuador: <https://www.mintur.gob.ec>

**Señales especiales delineadoras (Código D):** Delinean al tránsito que se aproxima a un lugar con cambio brusco (ancho, altura y dirección) de la vía, o la presencia de una obstrucción en la misma.

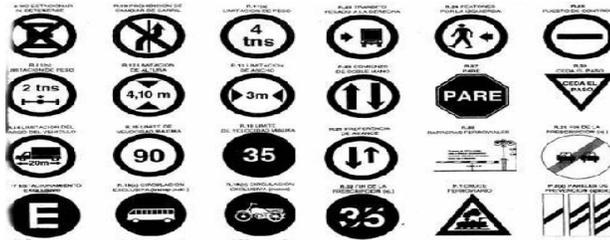


Gráfico 3: Señales especiales delineadoras  
Fuente: (MINTUR, 2011)

**Señales para trabajos en la vía y propósitos especiales (Código T):** Advierten, informan y guían a los usuarios viales a transitar con seguridad sitios de trabajos en las vías y aceras además para alertar sobre otras condiciones temporales y peligrosas que podrían causar daños a los usuarios viales.



Gráfico 4: Señales para trabajos en la vía y propósitos especiales  
Fuente: (MINTUR, 2011)

**Referencia de tipos de señales por ubicación en el Manual de Señalización turística del Ecuador (MINTUR, 2011)**

**Tipos de señal**

**Tipos de vallas en carreteras**

Tipo de señal	Medidas	Carretera	Referencia pág. manual
Pórticos límites provinciales 	11,00 x 2,00 m	Primer Orden	80
Vallas identificativas parroquiales 	6,00 x 3,00 m	Primero y segundo Orden	71
Vallas informativas de destino 	2,40 x 1,20 m	Segundo Orden / Peatonal	71

Gráfico 5: Tipos de vallas en carreteras  
Fuente: (MINTUR, 2011)

Tipo de Señal	Medidas	Carretera	Referencia pág. manual
Vallas capital de provincia, cantones 	8,00 x 4,00 m	Primer Orden	71, 86
Vallas turísticas aeropuertos 	10,00 x 4,00 m	Primer Orden	86

Gráfico 6: Tipos de vallas en carreteras  
Fuente: (MINTUR, 2011)

Este tipo de señal es de gran utilidad para dirigir a conductores o transeúntes a lo largo de su recorrido, facilitándoles información sobre direcciones o distancias a cantones, parroquias y ciudades principales.

### Señales de servicios

Tipo de señal	Medidas	Carretera	Referencia pág. Manual
Vallas de atractivo y de servicio 	4,80 x 2,40 m	Primero y segundo Orden	71
Señales de aproximación 	2,40 x 0,60 m	Segundo Orden / Peatonal	70

Gráfico 8: Señales de servicios  
Fuente: (MINTUR, 2011)

Su función es transmitir información sobre destinos y servicios turísticos, además orientan el acceso a los servicios públicos (hospitales, cruz roja, etc.), de comunicación (teléfono, correo, etc.) o de servicio de auxilio y finalmente lugares de interés (iglesias, ayuda a discapacitados, etc.) y se pueden encontrar en el entorno.

## Señales para atractivos turísticos

TIPO DE SEÑAL	MEDIDAS	CARRETERA	Referencia pág. manual
Atractivos turísticos, tótems 	2,40 x 1,20 m	Segundo Orden / Peatonal	76
Pictogramas 	600 mm x 600 mm 750 mm x 750 mm 900 mm x 900 mm	Segundo Orden / Peatonal	73

Gráfico 7: Señales para atractivos turísticos  
Fuente: (MINTUR. 2011)

Estas señales representan todas las actividades turísticas, de bienes y servicios que se encuentran ubicadas en lugares o aproximaciones a lugares de valor histórico, cultural o que presten servicios turísticos con fines de satisfacer todas las necesidades de los visitantes.

En tiempos pasados el hombre, desplazado por las necesidades más elementales, procuró referenciar su hábitat, su mundo, sus espacios, etc., por medio de marcas o señales. Así, la señalización comenzó en forma instintiva en respuesta a la necesidad de orientarse, hecha por medio de objetos y marcas que dejaban a su paso. Estas señales poseen una larga historia que se remonta a los tiempos romanos. Por lo tanto la señalización es el conjunto de estímulos que condiciona la actuación de las personas que los captan frente a determinadas situaciones que se pretenden resaltar. Para ello resulta fundamental que la señalización turística, pueda satisfacer los requerimientos y expectativas de los visitantes, proporcionándoles orientación suficientemente clara sobre los corredores viales hacia los diferentes atractivos que se ofertan en el país. La señalización constituye una forma de guía para el individuo en un lugar determinado, que llama discretamente su atención y da la información requerida en forma instantánea y universal. Una de las maneras de promocionar y mejorar la productividad del sector turístico es mediante la instalación de un equipamiento de señalización informativa, orientativa e interpretativa, que brinde una adecuada orientación, información y seguridad a los turistas.

### Orientación

La Orientación se fundamenta en el principio de las diferencias individuales. Es decir, en el reconocimiento de que los individuos tienen capacidades diferentes para realizar, con distintos grados de facilidad, las mismas o diversas actividades. Se trata, principalmente, de

identificar y ayudar a desarrollar esas capacidades latentes o expresas de cada persona (Artavia & Fallas, 2012)<sup>10</sup>

Desde la Orientación se deben fortalecer los servicios sociales para la atención integral en dimensiones como: respeto a los derechos de las personas, autonomía física y psicológica, servicios para la atención de la salud integral, actividades socio-recreativas, educacional, cultural y físicas, contactos sociales como fuente de apoyo y bienestar, y el facilitar y alcanzar la integridad como tarea de desarrollo. (Méndez, 2009)<sup>11</sup>

La orientación puede entenderse como una acción que hace referencia a situar una cosa en una cierta posición, a comunicar a una persona aquello que no sabe y que pretende conocer, o a guiar a un sujeto hacia un sitio. La orientación, en definitiva, implica el conocimiento del espacio y del contexto mediante ciertas referencias. La orientación un aspecto muy importante para los seres humanos y para los animales, para ubicarse geográficamente. Como por ejemplo, los animales se guían por los olores, mientras tanto, los hombres nos guiamos por diversos medios, entre los que destacan: el meridiano, la cruz del sur (estrella polar), y las señales o señalización.

### **Prácticas de convivencia**

La convivencia constituye uno de los aspectos más importantes en las relaciones humanas. Como manifestación natural de estas relaciones pueden surgir desavenencias, desacuerdos, comunicación inadecuada, etc. que pueden dar lugar a conflictos interpersonales; por tanto, convivencia y conflicto se presentan en un mismo escenario (Funes, 1998)<sup>12</sup>.

Aprender a vivir juntos, aprender a vivir con los demás constituye no sólo una finalidad de la educación, sino uno de los principales retos de la educación contemporánea. Son muchas las razones que hacen que este aprendizaje se considere no sólo valioso en sí, sino imprescindible para ir configurando una sociedad más justa, más pacífica, más solidaria y más democrática; más humana y humanizante. Entre otras razones podemos destacar el pluralismo cultural, étnico, religioso, lingüístico, ideológico, etc., que caracteriza la sociedad del siglo XXI; así como el incremento de la violencia y la fuerte tendencia al individualismo que hoy parece generalizarse. La necesidad y urgencia de educar en la convivencia, hace que surjan proyectos educativos y movimientos sociales, con diversos enfoques; pero, con un objetivo común, favorecer la buena convivencia en los centros y en el entorno (Zaitegi, 2010)<sup>13</sup>.

Se trata de un concepto vinculado a la coexistencia pacífica y armoniosa de grupos humanos en un mismo espacio. El ser humano es un ser social por naturaleza. Las personas no pueden vivir absolutamente aisladas del resto, ya que la interacción con otros individuos es

---

<sup>10</sup> Artavia, C., & Fallas, M. (2012). *La orientación en la calidad de vida de las personas adultas mayores: Creando espacios de acción*. Heredia, Costa Rica: Educare.

<sup>11</sup> Méndez, E. (1999). *Determinantes sociales en la calidad de vida de las personas mayores en residencias para ancianos*. Anales en Gerontología,.

<sup>12</sup> Funes, J. (1998). *Sobre las nuevas formas de la violencia juvenil*. Revista Comunicar.

<sup>13</sup> Zaitegi, N. (2010). *LA EDUCACIÓN EN Y PARA LA CONVIVENCIA*. Madrid: REICE.

imprescindible para el bienestar y la salud. Sin embargo, la convivencia no siempre resulta fácil, dado que pueden interferir negativamente ciertas diferencias sociales, culturales o económicas, entre otras muchas posibilidades.

### **Estrategias comunicativas**

Las estrategias comunicativas constituyen un grupo de estrategias de aprendizaje. Consisten en todos aquellos mecanismos de los que se sirven los aprendientes para comunicarse eficazmente, superando las dificultades derivadas de su insuficiente dominio de la lengua meta, para una mejor comprensión citaremos a (Pérez, 2001) quien en su trabajo de investigación menciona lo siguiente: La Comunicación Estratégica también tiene sus propios antecedentes, como la Retórica, la Propaganda, la persuasión, la publicidad, las relaciones Públicas. Todos ellos con elementos de los cuales se puede y se debe aprender mucho, sistematizando primero, construyen opciones más complejas después. El punto clave ha sido el giro estratégico hacia la comunicación y el consenso, frente a la tradición de la información y el conflicto. Todo ello puede verse como el pulso civilizador de un movimiento que ha tardado mucho tiempo en tener la claridad que tiene ahora, y al cual aún le falta un buen camino por recorrer. En este punto una pregunta aparece ¿Comunicación estratégica o estrategia de comunicación?, ¿Cuáles comunicaciones estratégicas?, ¿Cuáles estrategias comunicativas? Parece ser que el autor toma partido por el segundo concepto para enfatizar la perspectiva analítica en el tema de la Estrategia, pero queda el otro punto de vista complementario, que promueve y presiona sobre todo al campo académico de la comunicación. El sintetiza su visión en seis aproximaciones: 1ª. Conjunto de tácticas de comunicación, 2ª. Visión anticipativa, 3ª. La adopción de una metodología para la resolución de un problema de comunicación dado, 4ª. Relación simbólica con el entorno, 5ª. La estrategia de comunicación mental, 6ª. La estrategia de comunicación como perspectiva y visión del futuro<sup>14</sup>.

Si bien lo afirma anteriormente el autor (Pérez, 2001) las estrategias comunicativas juegan un rol muy importante en el turismo ya que contribuye al desarrollo de los destinos y al fomento de las empresas turísticas y afines, dando lugar a un círculo virtuoso y de prosperidad, y a la elevación de los ingresos de toda la población en general. Para ello resulta fundamental que la señalización turística esté enlazada directamente con las estrategias de comunicación y así pueda satisfacer los requerimientos y expectativas de los visitantes, proporcionándoles orientación suficientemente clara sobre los corredores viales hacia los diferentes atractivos que se ofertan en el país.

Autores como (Santesmases, 1996) tienen conceptos más simples y menciona que: La estrategia podría definirse como aquella acción específica desarrollada para conseguir un objetivo propuesto. Las estrategias tratan de desarrollar ventajas competitivas en productos, mercados, recursos o capacidades, de modo que aseguren la consecución de tales objetivos<sup>15</sup>. Pero también hay autores quienes han profundizado más el tema y lo involucran con temas como el marketing así siendo el caso de (Sainz de Vicuña, 2000) y dicen lo siguiente; En el

---

<sup>14</sup> Pérez, R. (2001). *Reseña de "Estrategias de Comunicación"*. Barcelona. : Ariel Comunicación.

<sup>15</sup>Santesmases, M. (1996). *Términos de marketing. Diccionario-Base de datos*. Madrid: Pirámide. ISBN: 9788436809473.

ámbito del marketing y de la comunicación, podríamos considerar la estrategia como un conjunto consciente, racional y coherente de decisiones sobre acciones a emprender y sobre recursos a utilizar, que permite alcanzar los objetivos finales de la empresa u organización, teniendo en cuenta las decisiones que en el mismo campo toma, o puede tomar, la competencia considerando, a la vez, las variaciones externas tecnológicas, económicas y sociales del entorno<sup>16</sup>.

Las estrategias comunicativas, tienen su origen al determinar un grupo de situaciones y saber en dónde se va a construir el escenario futuro, preparar una ruta y prever la capacidad de corregirla. Una buena estrategia plantea hacia dónde se quiere llegar, qué se desea lograr, cuáles son sus metas. La conformación de una serie de actos comunicativos en marketing implica una planeación, un orden, un principio de interés, de disposición, de intercambio y de compartir información.

### **El Turismo y el desarrollo local.**

La teoría del desarrollo local se utiliza de manera permanente en el análisis de la actividad turística porque se ajusta a la visión del turismo como actividad compleja y permite integrar la planificación tradicional a nivel de centros turísticos con el objetivo de lograr el desarrollo regional y mejorar la calidad de vida de las comunidades receptoras (Varisco, 2008)<sup>17</sup>.

El turismo se inscribe en el concepto más general de desarrollo y en la actualidad, persisten cuestiones claves en su definición tales como los alcances del concepto de conservación de recursos naturales (Hunter, 1997)<sup>18</sup> y la existencia de una pluralidad de visiones o posiciones sobre el desarrollo sustentable (Clarke, 1997)<sup>19</sup>. El desarrollo y el turismo mantienen estrechas relaciones “no sólo en el terreno conceptual, sino básicamente, a nivel de la realidad ambiental misma y de los efectos que sobre ella produce la actividad turística, así como a nivel de la gestión en términos de orientaciones, decisiones e intervenciones” (Venturini, 1998)<sup>20</sup>.

El turismo constituye una actividad económica de más rápido crecimiento a nivel mundial y en realidad, ha sido de los fenómenos económicos y sociales más importantes en el presente siglo, durante las dos últimas décadas se ha fomentado una nueva cultura, donde la creciente preocupación ambiental ha sido determinante para el surgimiento de la corriente turística que tiene como destino a la naturaleza, consolidando la demanda internacional por productos con

---

<sup>16</sup>Sainz de Vicuña, A. (2000). *El plan de marketing en la práctica*. Madrid: ESIC. ISBN: 8473569598.

<sup>17</sup> Varisco, C. (2008). *TURISMO Y DESARROLLO ECONÓMICO LOCAL*. Mar del Plata: Aportes y Transferencias, vol. 12, núm. 1, 2008, pp. 126-148.

<sup>18</sup> Hunter, C. (1997). “Sustainable tourism as an adaptive paradigm”. *Annals of Tourism Research*, 24 (4): 850-867 .

<sup>19</sup> Clarke, J. (1997). “Framework of approaches to sustainable tourism”. *Journal of Sustainable Tourism*, 5 (3): 224-233 .

<sup>20</sup> Venturini, E. (1998). “Utilización turística sustentable de los espacios naturales. Aportes y Transferencias”. *Tiempo Libre, Turismo y Recreación* 2 (2): 29-44 .

estas características, siendo notorio el impulso que han cobrado las más variadas formas de este tipo de turismo, muchas de las cuales se han desarrollado en torno a las áreas protegidas. El Ecuador se ha convertido en uno de los destinos preferidos por los turistas extranjeros en los últimos años, lo que da como consecuencia que el país tenga un mayor desarrollo, en el siguiente cuadro se puede apreciar el número de turistas extranjeros que visitan el país:

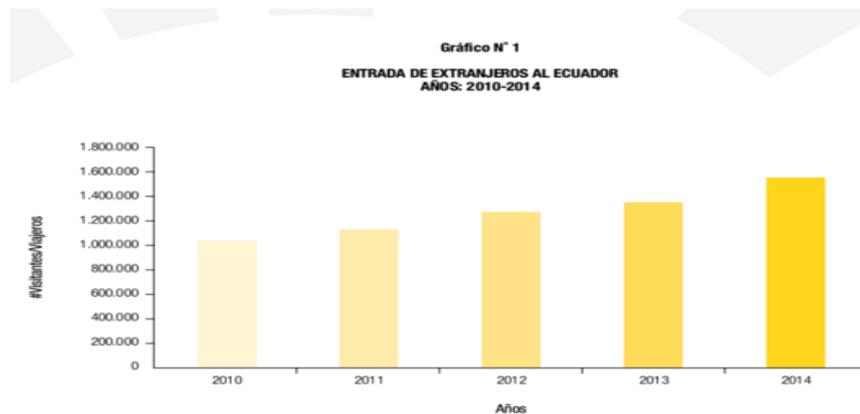


Gráfico 8: Entrada de extranjeros al Ecuador  
Fuente: (INEC, 2010-2014)<sup>21</sup>

Para sustentar la información anteriormente mencionada, según la OMT “En el Ecuador se registraron 1.556.991 llegadas de extranjeros, observándose una tasa de crecimiento del 14.1% en relación al año anterior, siendo los principales mercados emisores los ubicados en el continente americano, destacándose Colombia, Estados Unidos y Perú, con una participación relativa del 23.6%, 16.7% y 11.3% en su orden. El continente europeo mantiene una cuota significativa, y países como España, Alemania y Reino Unido contribuyeron con un aporte del 4.3%, 2.1% y 1.7% respectivamente” (INEC-OMT, 2010-2014)<sup>22</sup>

El turismo es viable para el desarrollo local, por lo que se tendrá que trabajar en la mejora de los servicios que dispone el país, tal es el caso de las facilidades turísticas las mismas que involucran a la señalización para la orientación de los visitantes o turistas, en este momento el Ecuador no cuenta con una buena señalización, lo que ocasiona en ciertos casos dificultades de movilidad así lo afirma (Jumbo, 2015)<sup>23</sup> «Hasta el viajero con el mejor sentido de ubicación puede fácilmente perder la orientación, para llegar a cualquier lugar, incluso al hotel. Más o menos eso pasa con los destinos ecuatorianos, que cuentan con poca señalización turística. La poca que hay es deficiente (le falta información o los rótulos son diminutos), y en muchos lugares es casi nula». Actualmente el Ministerio de turismo está trabajando para la mejora de los mismos. El uso constante, generalizado y normalizado de la señalización turística permitirá desarrollar con eficiencia cada uno de nuestros destinos.

<sup>21</sup> INEC. (2010-2014). *Anuario de Entradas y Salidas Internacionales*. Quito: S/N.

<sup>22</sup> INEC-OMT. (2010-2014). *Bases de datos Entradas y Salidas Internacionales*. Quito: S/N

<sup>23</sup> Jumbo, B. (2015). *La importancia de tener una buena señalización*. Quito: Edit.(O).

## Resultados y discusión

El objetivo del trabajo es analizar la presencia de diversos actores y componentes en la parroquia Salinas, cantón Guaranda, provincia de Bolívar-Ecuador que pueden potenciar y que a la vez también que pueden ser vistos como obstáculos para que el turismo y ecoturismo logren convertirse en actividades que promuevan el bienestar económico y el desarrollo de cada una de las comunidades que conforman la parroquia. La investigación se sustenta en trabajo de campo, entrevistas con funcionarios municipales relacionados con el turismo, y con prestadores de servicios. La sola existencia del patrimonio natural y cultural se ha visualizado, en muchas ocasiones, como elementos que por sí mismos estarían en condiciones de contribuir a dinamizar el desarrollo humano en regiones económicamente deprimidas y vulnerables. Sin embargo, lograr que el patrimonio natural y cultural se transforme en elementos generadores de oportunidades de desarrollo económico y humano requiere también de la conjunción y voluntad de diversos actores y diversas instituciones, quienes a su vez representan y defienden diversos y complejos intereses.

En este sentido, a partir de un intenso trabajo de investigación el cual contempló la realización del trabajo de campo efectuado en la parroquia Salinas, cantón Guaranda, provincia de Bolívar-Ecuador, resaltamos las condiciones de conocer de primera mano el punto de vista de los actores y funcionarios locales, lo cual permitió tener conocimiento de los problemas y las contrariedades que cotidianamente enfrentan y que en algunas ocasiones imposibilitan el buen desarrollo y operación de programas oficiales o de proyectos impulsados desde y por las propias comunidades para el desarrollo del turismo. Finalmente, se concluye con una serie de contribuciones, desde la que los autores pretenden contribuir al desarrollo de mejores acciones y programas que contribuyan a que se planifique de una mejor manera el desarrollo de las regiones y de las localidades considerando para ello no sólo el punto de vista de los expertos y de los funcionarios de primer nivel, sino también las experiencias y las inquietudes de los actores municipales y locales. Así mediante las encuestas realizadas a personas involucradas directamente con la actividad turística de la parroquia Salinas, cantón Guaranda se tuvo datos relevantes como se especifican a continuación:

La primera interrogante que se utilizó para analizar los distintos criterios de las personas dice: ¿Considera usted que una correcta adecuación de señalética turística aportaría positivamente al sector?

### Representación gráfica en porcentajes

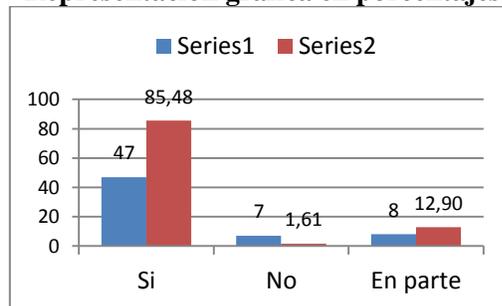


Gráfico 9: Pregunta encuesta

Fuente: Chamorro P. 2015

Del total de encuestados el 76% considera que una correcta adecuación de señalética turística SI aportaría positivamente al sector, por otra parte un 11% piensa que NO contribuirá y un 13% dice que la contribución sería EN PARTE.

Así mismo tenemos los datos de la otra interrogante que dice lo siguiente: ¿Piensa usted que existiría satisfacción por parte del turista al encontrar información turística en senderos?

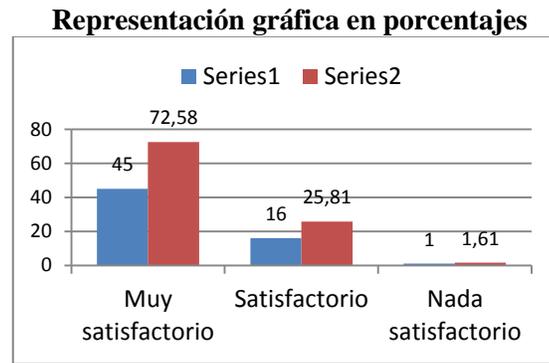


Gráfico 9: Pregunta encuesta  
Fuente: Chamorro P. 2015

Se evidencia que 72% del total de encuestados consideran que el nivel de satisfacción que tendría el turista al encontrar información en el sendero sería **muy satisfactorio**, por otra parte el 16% considera que sería **satisfactorio**, mientras que apenas un 2% menciona **NADA satisfactorio**.

Gracias a la investigación realizada se puede establecer que la señalización turística cumple un papel muy importante en la orientación del turista o visitante y a su vez contribuye al desarrollo local. El Ecuador demuestra también una tendencia de crecimiento constante de la actividad turística. El incremento en la demanda de servicios turísticos en los destinos, es directamente proporcional al flujo vehicular que soporta el sistema vial de nuestro territorio; una atención efectiva en este aspecto deberá contribuir a elevar los niveles de seguridad en el tránsito terrestre, la calidad del producto turístico nacional, y potenciar la imagen del país como destino.

Por ello el Ministerio de Turismo del Ecuador pone el presente documento a disposición de todas las entidades inmersas en la actividad turística, cuya correcta aplicación permitirá contar con una señalización efectiva y uniforme que facilite la interpretación de cualquier información de interés vial y turístico. (MINTUR, 2011)<sup>24</sup>.

*El objetivo primordial de este trabajo es dotar de un sistema de señalización turística, coherente y uniforme para todo el territorio, acorde con la nueva imagen Ecuador, con el fin de potenciar la competitividad turística del país y lograr el mejoramiento del nivel y de la calidad de vida de su gente, así como la preservación de su cultura y de su entorno. (MINISTERIO DE TURISMO, 2011)*

<sup>24</sup> MINTUR. (25 de Agosto de 2011). *Ministerio de Turismo del Ecuador*. Recuperado el 11 de Enero de 2016, de Ministerio de Turismo del Ecuador: <https://www.mintur.gob.ec>

Resulta fundamental que la señalización turística, pueda satisfacer los requerimientos y expectativas de los visitantes, proporcionándoles orientación suficientemente clara sobre los corredores viales hacia los diferentes atractivos que se ofertan en el país. Así tenemos la señalética propuesta para la parroquia Salinas.

**Cuadro 1: Señales Turísticas a Ubicar**

UBICACIÓN	REFERENCIA	TIPO DE SEÑAL
PASO LATERAL VÍA A GUARANDA	Desvió transporte pesado (Y) Ingreso Producoop	Señal de aproximación
PASO LATERAL ENTRADA A PRODUCCOOP	Puerta principal PRODUCCOOP	Señal de aproximación
INGRESO A SALINAS	Desvío Chocolates el Salinerito y Aceites Esenciales (Y)	Señal de aproximación
ACEITES ESENCIALES	Junto a la cancha deportiva	Tótem de sitio
CONFITES EL SALINERITO	Junto a la Junta de Aguas de Salinas	Tótem
SENDERO MINAS DE SAL	Junto a la Casa de la Juventud	Pictograma
FÁBRICA DE BALONES	Calle Puruhaes y Tomabelas esqu.	Tótem de sitio
EMBUTIDORA FUNORSAL	Calle Cachipamaba y Los Pinos-Junto A la Mecánica Arias	Tótem de sitio
PLAZA CENTRAL	Frente al GAD Parroquial Salinas	Tótem
SENDERO ECO TURÍSTICO	Calle los Tomabelas, Subida al Calvario.	Pictograma
IGLESIA	Junto al GAD Parroquial Salinas	Tótem de sitio
ESCALINATAS MIRADOR LA CRUZ-EL CALVARIO	Pasaje el Calvario, Junto a la Casa Del Padre Antonio Polo	Pictograma
ALI SALINAS	Calle José Dubatch, Frente a la Casa del Adulto Mayor	Tótem de sitio
ASOCIACIÓN TEXAL	Calle Tibos Pungo, Junto a la FUNORSAL	Tótem de sitio
HILANDERÍA SALINAS	Calle Tibos Pungo Vía a Verdepamba Detrás del ex Colegio Salinas	Tótem
SECADORA DE HONGOS Y FRUTAS DESHIDRATADOS	Junto a la Hilandería Salinas, detrás del Colegio Salinas	Tótem de sitio

**Fuente:** CHAMORRO, Pablo

**Elaborado por:** CHAMORRO, Pablo (2016)

La planificación y gestión territorial, está enmarcada en las estrategias territoriales de nivel nacional y sectorial en base a las competencias que el COOTAD, asigna las competencias a los Gobiernos Autónomos Descentralizados Parroquiales. (MINISTERIO DE COORDINACION DE LA POLITICA Y GOBIERNOS AUTONOMOS DESCENTRALIZADOS, 2011). Con respecto al PDOT 2011, de la parroquia Salinas, se identificó inexactitudes respecto a la priorización y jerarquización de problemas. El análisis de este documento determina que se debe crear espacios para la construcción de un nuevo PDOTP incluyente, el mismo que constituya una herramienta útil para el nuevo modelo de desarrollo turístico de la parroquia Rural Salinas del cantón Guaranda. Para ello el presente trabajo enmarcándose en el Manual De Señalética Turista Del Ministerio De Turismo ha diseñado un sistema de señalética para la misma.

UBICACIÓN	REFERENCIA	TIPO DE SEÑAL
PASO LATERAL VÍA A GUARANDA	Desvió transporte pesado (Y) Ingreso PRODUCCOOP	Señal de aproximación
		

UBICACIÓN	REFERENCIA	TIPO DE SEÑAL
PASO LATERAL ENTRADA A PRODUCCOOP	Puerta principal PRODUCCOOP	Señal de aproximación
		

UBICACIÓN	REFERENCIA	TIPO DE SEÑAL
CONFITES EL SALINERITO	Junto a la Junta de Aguas de Salinas	Tótem
		

UBICACIÓN	REFERENCIA	TIPO DE SEÑAL
ACEITES ESENCIALES	Junto a la cancha deportiva	Tótem de sitio
		

Fuente: CHAMORRO, Pablo  
Elaborado por: CHAMORRO, Pablo (2016)

Las características demográficas de la parroquia, demuestran diferentes tipos de organizaciones sociales, los mismos que establecen su identidad, valores culturales inmersos en la movilidad social y patrimonio tangible e intangible, los mismos que demuestran que la investigación realizada aportara positivamente al desarrollo de la localidad.

### Conclusiones

La señalización turística busca estandarizar criterios para la utilización de signos y símbolos grafios para facilitar la identificación de atractivos o servicios, además de facilitar la

información de la ubicación de los sitios de atracción turística, para mejorar la calidad de vida del sector. No obstante también sirve para facilitar la información de la ubicación de los sitios de atracción turística, para mejorar la calidad de vida del sector.

Esta metodología puesta en consideración a partir de esta investigación deberá servir como una guía efectiva a todos los gobiernos locales y provinciales, y ayudará a identificar eficientemente sus atractivos y servicios, potenciando la competitividad turística del país, dentro del contexto de la movilidad.

Las ventajas de una buena señalización se traducen la mayoría de veces en ahorro de tiempo, tan importante en todos los aspectos de la vida actual. Y finalmente implantar en el país, sus habitantes y visitantes una cultura de identidad y respeto a la señalización.

## **Bibliografía**

- Akerlof, G. (2002). *La macroeconomía conductual y la conducta macroeconómica*. . New Haven : Revista Asturiana de Economía.
- Artavia, C., & Fallas, M. (2012). *La orientación en la calidad de vida de las personas adultas mayores: Creando espacios de acción*. Heredia, Costa Rica: Educare.
- Caruana, A., & Ewing, M. (2010). *How corporate reputation, quality, and value influence online loyalty*. Malta: Journal of Business.
- Clarke, J. (1997). "Framework of approaches to sustainable tourism". Journal of Sustainable Tourism, 5 (3): 224-233 .
- Cuesta, O. (2010). *Señalización educativa para la convivencia en el espacio público*. Bogotá, Colombia: Signo y Pensamiento.
- Funes, J. (1998). *Sobre las nuevas formas de la violencia juvenil*. Revista Comunicar.
- Ha, S., & Stoel, L. (2009). *Consumer e-shop ping acceptance: antecedents in a technology acceptance model*. Knoxville: Journal of Business Research.
- Hunter, C. (1997). "Sustainable tourism as an adaptive paradigm". Annals of Tourism Research, 24 (4): 850-867 .
- INEC. (2010-2014). *Anuario de Entradas y Salidas Internacionales*. Quito: S/N.
- INEC-OMT. (2010-2014). *Bases de datos Entradas y Salidas Internacionales*. Quito: S/N.
- Jumbo, B. (2015). *La importancia de tener una buena señalización*. Quito: Edit.(O).
- Kirmani, A., & Rao, A. (2000). *No pain, no gain: a critical review of the literature on signaling unobservable product quality*. Journal of Marketing.

- Méndez, E. (1999). *Determinantes sociales en la calidad de vida de las personas mayores en residencias para ancianos*. Anales en Gerontología,.
- MINTUR. (25 de Agosto de 2011). *Ministerio de Turismo del Ecuador*. Recuperado el 11 de Enero de 2016, de Ministerio de Turismo del Ecuador: <https://www.mintur.gob.ec>
- Paguay, J. (2011). *MANUAL DE SEÑALIZACIÓN TURÍSTICA*. Quito: S/N.
- Pérez, R. (2001). *Reseña de "Estrategias de Comunicación"*. Barcelona. : Ariel Comunicación.
- Rivera, J., & all, e. (2012). *Potencialidades y desafíos del Turismo y ecoturismo en el estado de San Luis Potosí, México: retos y*. El Sauzal, España: PASOS.
- Sainz de Vicuña, A. (2000). *El plan de marketing en la práctica*. Madrid: ESIC. ISBN: 8473569598.
- Santesmases, M. (1996). *Términos de marketing. Diccionario-Base de datos*. Madrid: Pirámide. ISBN: 9788436809473.
- Trujillo, J. (2005). *Organización territorial de la actividad turística en la zona metropolitana de Toluca, Estado de México*. Toluca, México: Quivera.
- Varisco, C. (2008). *TURISMO Y DESARROLLO ECONÓMICO LOCAL*. Mar del Plata: Aportes y Transferencias, vol. 12, núm. 1, 2008, pp. 126-148.
- Venturini, E. (1998). *"Utilización turística sustentable de los espacios naturales. Aportes y Transferencias"*. Tiempo Libre, Turismo y Recreación 2 (2): 29-44 .
- Zaitegi, N. (2010). *LA EDUCACIÓN EN Y PARA LA CONVIVENCIA*. Madrid: REICE.